

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Vũ Văn Hùng** - Nghiên cứu chuỗi giá trị chè ở Việt Nam thông qua trường hợp điển hình ở khu vực Hà Nội. **Mã số: 127.1DEco.12** 2
A Study on Tea Value Chain in Vietnam through a Typical Case in Hanoi Area
2. **Lê Thanh Phương** - Phân tích một số nhân tố tác động tới hiệu quả tài chính hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn tái cơ cấu. **Mã số: 127.1FiBa.12** 15
An Analysis on Factors Affecting Financial Efficiency of Vietnam's Commercial Banking System during the Restructuring Period
3. **Nguyễn Tuấn Anh** - Kiểm soát chuyên giá đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn Thành phố Hà Nội. **Mã số: 127.1TrEM.12** 23
Controlling transfer pricing for enterprises with foreign direct investment in Hanoi City

QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. **Nguyễn Hoàng Việt và Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt** - Tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh thực phẩm Việt Nam. **Mã số: 127.2BMkt.21** 33
Impacts of Competitive Strategies on Business Performance of Vietnam Food Companies
5. **Nguyễn Thanh Hùng, Dương Thị Tuyết Anh và Lâm Thị Mỹ Lan** - Tác động của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức: Trường hợp các doanh nghiệp chế biến thủy sản tại Đồng bằng Sông Cửu Long. **Mã số: 127.2HRMg.21** 41
Impact of Human Resource Management Practices on Job Satisfaction and Organizational Commitment: The Case of Seafood Processing Enterprises in Mekong River Delta
6. **Nguyễn Thị Minh Hòa** - Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch đối với cán bộ nữ: Nghiên cứu trường hợp tại thành phố Hồ Chí Minh. **Mã số: 127.2HRMg.21** 53
Factors Affecting the Relevance of Planning Position for Female Cadres: Case study in Ho Chi Minh City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

7. **Đoàn Thị Mỹ Hạnh** - Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm du lịch ẩm thực nông trại ở Bến Tre. **Mã số: 127.3TRMg.32** 65
Designing and Testing Farm Food Tourism Products in Ben Tre Province

NGHIÊN CỨU CHUỖ GIÁ TRỊ CHÈ Ở VIỆT NAM THÔNG QUA TRƯỜNG HỢP ĐIỂN HÌNH Ở KHU VỰC HÀ NỘI

Vũ Văn Hùng

Trường Đại học Thương mại
Email: hungvvu@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 15/01/2019

Ngày nhận lại: 19/02/2012

Ngày duyệt đăng: 26/02/2019

Cây chè chiếm một vị trí quan trọng trong cơ cấu nông nghiệp tại khu vực Hà Nội, có vai trò góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho lao động phổ thông, định canh - định cư cho các vùng ven đô của Hà Nội, góp phần trực tiếp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vùng. Tiềm năng cây chè của vùng rất lớn nếu gia tăng được giá trị của các sản phẩm chè. Tuy nhiên, trên thực tế, hiện nay cây chè mới chỉ dừng lại ở vai trò là cây xóa đói giảm nghèo chứ chưa thật sự giúp người nông dân làm giàu. Để nâng cao giá trị sản phẩm chè cần phải sớm hoàn thiện chuỗi giá trị trong sản xuất. Bài nghiên cứu tập trung vào việc phân tích các khâu trong chuỗi sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè ở khu vực Hà Nội, rút ra các khâu trọng yếu cần tác động về khoa học công nghệ và chính sách phát triển để từ đó đề xuất được các giải pháp phát triển chuỗi giá trị ngành chè và nâng cao giá trị gia tăng của ngành chè ở khu vực Hà Nội.

Từ khóa: ngành chè, giá trị gia tăng, chuỗi giá trị chè

1. Giới thiệu

Giá trị gia tăng là một bộ phận của giá trị sản xuất, sau khi trừ đi phần chi phí trung gian, chỉ tiêu này phản ánh phần giá trị tăng thêm của kết quả sản xuất kinh doanh do chính bản thân doanh nghiệp tạo ra được trong một thời kỳ nhất định. Do vậy để tính giá trị tăng thêm thống kê phải xác định đúng chi phí trung gian. Trong đó, chi phí trung gian (IC: Intermediational Cost) là một bộ phận của chi phí sản xuất nói chung, nó được cấu thành trong giá trị sản phẩm và được thể hiện dưới dạng vật chất như

nguyên, nhiên vật liệu, năng lượng và dưới dạng dịch vụ sản xuất.

Chuỗi giá trị bao gồm tất cả các hoạt động để sản xuất ra một sản phẩm hàng hóa (dịch vụ) và mang sản phẩm (dịch vụ) này đến người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi giá trị liên quan đến các tác nhân trực tiếp hoặc gián tiếp có liên quan đến các công đoạn sản xuất, chế biến và phân phối một sản phẩm. Chuỗi giá trị bao gồm các chức năng trực tiếp như sản xuất hàng hóa cơ bản, thu gom, chế biến, bán sỉ, bán lẻ, cũng như các chức năng hỗ trợ như cung cấp vật tư nguyên liệu đầu vào, dịch vụ

tài chính, đóng gói và tiếp thị (Sonja Vermeulen et al. 2008). Khái niệm chuỗi giá trị bao gồm cả các vấn đề về tổ chức và điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi. Chuỗi giá trị còn gắn liền với các khía cạnh xã hội và môi trường. Việc thiết lập (hoặc sự hình thành) các chuỗi giá trị có thể gây sức ép đến nguồn tài nguyên thiên nhiên (như nước, đất đai), có thể làm thoái hóa đất, mất đa dạng sinh học hoặc gây ô nhiễm. Đồng thời, sự phát triển của chuỗi giá trị có thể ảnh hưởng đến các mối ràng buộc xã hội và tiêu chuẩn truyền thống.

Cây chè có vai trò góp phần xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho lao động phổ thông, góp phần trực tiếp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, ổn định chính trị, xã hội cho các tỉnh trung du miền núi phía Bắc nói chung và các vùng ven đô Hà Nội nói riêng. Ngành chè là một trong 10 ngành hàng nông sản xuất khẩu chiến lược của Việt Nam, từ năm 1999 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 43/1999/QĐ-TTg phê duyệt kế hoạch phát triển chè giai đoạn 2000 - 2010, từ đó ngành chè Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc, trở thành nước sản xuất chè lớn thứ 7 và xuất khẩu chè lớn thứ 5 toàn cầu, với 124.000 ha diện tích trồng chè và hơn 500 cơ sở sản xuất, chế biến, công suất đạt trên 500.000 tấn chè khô/năm. Riêng Hà Nội, cây chè hiện đang tăng dần cả về diện tích và sản lượng với khoảng 3.059 ha, chiếm 17% diện tích cây lâu năm và gần 2% diện tích đất sản xuất nông nghiệp của toàn vùng. Hiện tại, Hà Nội đang tích cực tổ chức lại ngành chè theo chuỗi giá trị trên từng địa bàn, tạo cơ hội cho ngành chè phát triển bền vững theo hướng nhanh chóng nâng cao giá trị gia tăng.

Cơ sở lý thuyết về mô hình nghiên cứu chuỗi giá trị Chè

Khái niệm chuỗi giá trị chè

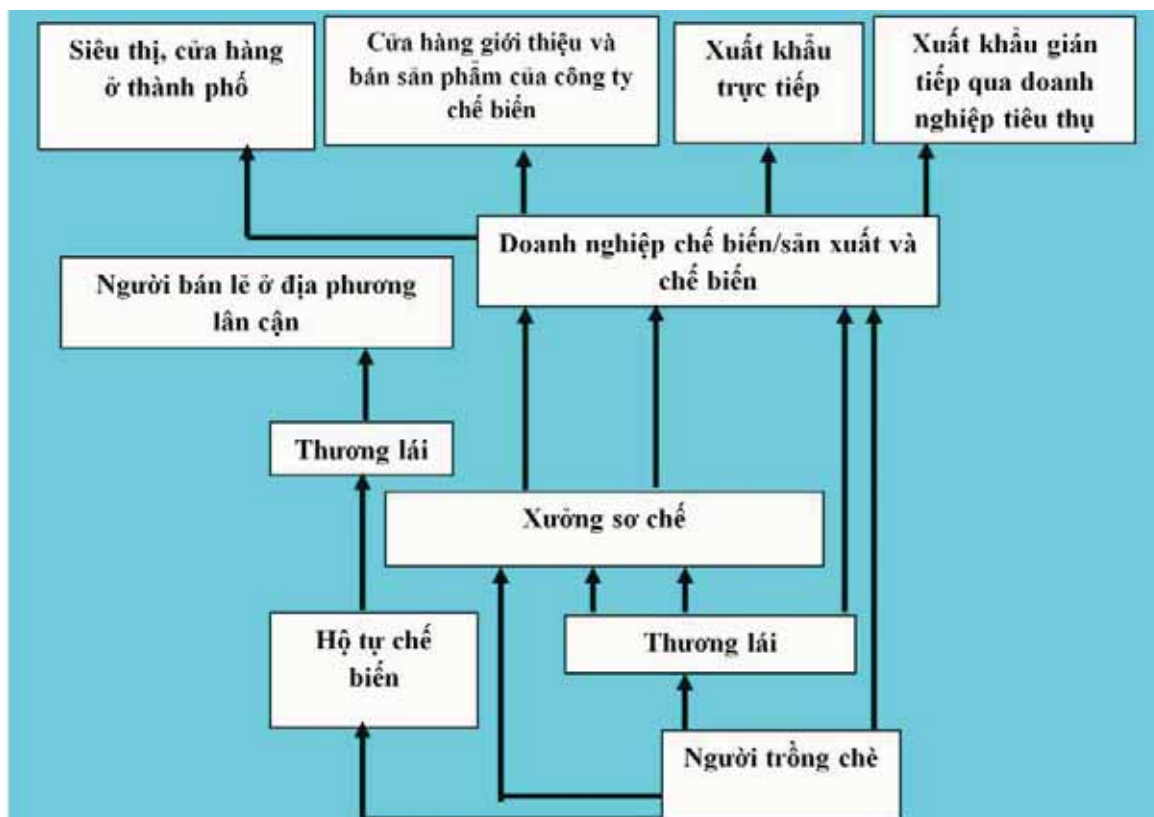
Chuỗi giá trị chè liên quan đến các tác nhân trực tiếp như nhà cung ứng vật tư đầu vào, người sản xuất, đại lý thu gom, nhà chế biến, nhà bán sỉ, xuất khẩu và các tác nhân gián tiếp như các cơ quan tổ chức cung cấp dịch vụ công và khu vực tư nhân.

Chuỗi giá trị chè là một chu trình được bắt đầu từ công đoạn cung cấp vật tư đầu vào cho sản xuất, tiếp đến là quá trình sử dụng các nguồn lực để tạo ra sản phẩm chè và các công đoạn chế biến sâu, chiến lược marketing để lưu thông trên thị trường, đưa sản phẩm chè hàng hóa đến giá trị lớn nhất. Như vậy, chuỗi giá trị chè bao gồm chuỗi giá trị sản xuất chè, chuỗi giá trị chế biến chè, chuỗi giá trị tiêu thụ chè.

Đặc trưng chuỗi giá trị chè

Chuỗi giá trị có liên quan đến nhiều hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) từ ý tưởng, qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến tay người tiêu dùng cuối cùng và xử lý sau khi sử dụng. Hơn nữa, một chuỗi giá trị tồn tại khi tất cả các bên tham gia chuỗi hoạt động nhằm tối đa hóa việc gia tăng giá trị trong chuỗi. Phân tích chuỗi giá trị nhằm hiểu được các yếu tố khác nhau tạo ra động lực phát triển, khả năng cạnh tranh trong cùng ngành và xác định những cơ hội và hạn chế trong việc tăng lợi ích cho các bên hoạt động trong ngành.

Nhìn chung, chuỗi giá trị ngành chè là chuỗi giá trị phức tạp, liên quan tới các công đoạn từ khâu chế biến và sản xuất chè lá cho đến chế biến và bán chè khô. Mỗi công đoạn nắm giữ những vai trò quan trọng trong sự phát triển của cả ngành hàng chè Việt Nam. Mỗi công đoạn của chuỗi giá trị đều có các tác nhân riêng, mỗi tác nhân lại có vai trò nhất



Sơ đồ 1: Mô hình chuỗi giá trị chè được sử dụng trong nghiên cứu

định, tương tác với nhau trong bản thân các công đoạn đó.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu bao gồm:

Phương pháp thông tin thứ cấp: các tài liệu, báo cáo, nghiên cứu, số liệu thống kê được tác giả mô tả thu thập để tiến hành xử lý, phân tích và so sánh với các kết quả khảo sát thực địa bao gồm việc thu thập tài liệu, số liệu về thực trạng sản xuất, chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ; Thu thập tài liệu, số liệu về thực trạng sản xuất, chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ nội địa; Thu thập thông tin thị trường chè thế giới; Vị thế và thị phần chè Việt Nam trên thế giới...

Phương pháp điều tra xã hội học: Điều tra thu thập thông tin bao gồm việc phỏng vấn

đại diện của các nhóm tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị của sản phẩm. Việc chọn điểm điều tra, khảo sát, số lượng mẫu chọn theo phương pháp ngẫu nhiên hệ thống, đại diện cho từng nhân tố tham gia trong chuỗi giá trị ngành chè. Tuy nhiên, đối tượng có tính đồng nhất khá cao (về chức năng, đặc điểm, địa bàn, tập quán...) do đó số lượng mẫu chính đại diện cho từng nhóm tác nhân như sau: Hộ gia đình sản xuất (đại diện cho tác nhân sản xuất): Chọn điều tra đại diện cho từng nhóm và từng địa bàn; Hộ gia đình, chế biến, cơ sở chế biến nhỏ lẻ (đại diện cho tác nhân chế biến nhỏ lẻ): Chọn điều tra đại diện cho từng nhóm và từng địa bàn; Các đại lý thu gom chè tươi (đại diện tác nhân thu mua nguyên liệu không liên kết); Các đại lý thu

gom chè khô; Quán trà, siêu thị (đại diện tác nhân tiêu thụ nội địa); Các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh chè (đại diện cho tác nhân chế biến các loại chè, tiêu thụ nội địa và xuất khẩu): chọn đại diện các cơ sở chế biến, kinh doanh điển hình. Ngoài ra, thu thập số liệu tại các đơn vị quản lý liên quan tại địa phương (Sở Nông nghiệp và PTNT, Sở Công Thương...), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các Viện nghiên cứu, Hiệp hội... Việc thu thập số liệu thứ cấp cho giai đoạn 2013 - 2018, điều tra trực tiếp trong năm 2018 với số lượng mẫu điều tra là 250 mẫu dành cho đối tượng khảo sát là các hộ gia đình sản xuất và chế biến chè; doanh nghiệp sản xuất kinh doanh; hợp tác xã; các đại lý thu gom, siêu thị, cửa hàng; cơ quan đơn vị quản lý liên quan đến ngành chè. Việc điều tra được tiến hành tại các quận và huyện của thành phố Hà Nội trong đó tập trung vào những vùng sản xuất chè trọng điểm của thành phố như huyện Ba Vì, Sóc Sơn, Quốc Oai, Chương Mỹ. Việc xử lý số liệu được xử lý, nhập và sử dụng bằng phần mềm SPSS.

Phương pháp phân tích SWOT: Phương pháp phân tích SWOT chuỗi giá trị ngành chè và thông tin thu thập được từ tài liệu, phiếu điều tra để đánh giá về thực trạng chuỗi giá trị sản xuất, chế biến, tiêu thụ chè với điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức và trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng chè tại khu vực Hà Nội.

3. Tổng quan về ngành Chè Việt Nam và ngành chè ở Hà Nội

Tổng quan về ngành Chè Việt Nam

Do địa hình nước ta trải dài trên nhiều vùng địa lý khác nhau, cùng nhiều vùng khí hậu khác nhau, trong đó có một số vùng thuộc vùng núi cao nguyên phù hợp cho việc trồng chè với diện tích lớn mang lại giá trị kinh tế cao. Chè được trồng chủ yếu ở vùng Trung du

miền núi phía Bắc và Tây Nguyên, đây là vùng chiếm đa số về diện tích chè của cả nước. Tiếp đó các vùng Đồng bằng sông Hồng, Duyên Hải Bắc Trung Bộ, Duyên Hải Nam Trung Bộ. Tốc độ phát triển sản xuất chè cả nước những năm gần đây tăng mạnh. Giai đoạn 2006 - 2010, diện tích trồng chè cả nước tăng với tốc độ bình quân 1,15%/năm, sản lượng tăng mạnh với tốc độ 7,92%/năm. Đến năm 2017 cây chè đã phát triển khắp 3 miền Bắc, Trung, Nam trên 4 vùng sinh thái gồm: Đồng bằng sông Hồng, Trung du và miền núi phía Bắc, Bắc trung bộ và duyên hải miền Trung, Tây Nguyên với hơn 30 tỉnh sản xuất chè. Trong đó, diện tích trồng theo số liệu thống kê tới năm 2017 tập trung ở 14 tỉnh trung du miền núi phía Bắc với diện tích 92,2 nghìn ha chiếm 72% diện tích cả nước. Một số tỉnh có diện tích trồng chè lớn điển hình như: Hà Giang 15,4%, Tuyên Quang 6,5%, Yên Bái 9,1%, Thái Nguyên 14,9%, Phú Thọ 12,5%. Chỉ riêng 5 tỉnh này diện tích trồng chè đã chiếm 58,4% diện tích trồng chè toàn quốc. Ở vùng Tây Nguyên sản xuất chè chủ yếu tập trung tại Lâm Đồng 22 nghìn ha chiếm 17,1% diện tích chè cả nước. Lâm Đồng là địa phương có tốc độ phát triển diện tích chè trong những năm qua rất nhanh. Hiện nay, mức tiêu thụ của thị trường trong nước vào khoảng 30.000 tấn/năm, chiếm trên khoảng 20 - 30% tổng sản lượng chè các loại, chủ yếu là chè xanh và chè ướp hương. Ngoài ra, còn một số lượng chè nhập khẩu đáng kể với nhiều mẫu mã, chất lượng khác nhau như Lipton, Dimah... được tiêu thụ khá rộng rãi trong các nhà hàng, khách sạn và những người có thu nhập khá hoặc lớp trẻ đô thị.

Theo Hiệp hội chè Việt Nam hiện nay cả nước có trên 257 doanh nghiệp chế biến chè công nghiệp, với tổng công suất chế biến 5.204 tấn chè búp tươi/ngày. Theo số liệu

thống kê, năm 2013 sản lượng chè toàn quốc là 921,7 ngàn tấn búp tươi thì khả năng chế biến của các doanh nghiệp chế biến chè đạt trên 160% mà chưa tính các cơ sở chế biến ở hộ gia đình nhỏ lẻ không đăng ký. Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 6 tháng đầu năm 2018, xuất khẩu chè ước đạt 58.000 tấn, tương đương 94 triệu USD, giảm 8,7% về lượng và 3,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2017. Các thị trường chính của chè Việt Nam tiếp tục là Pakistan, Đài Loan, Nga, Trung Quốc. Nhìn chung, chè Việt Nam có năng lực cạnh tranh do giá thấp, cung ứng kịp thời, đều đặn và ổn định về chất lượng. Điểm nổi bật của ngành chè Việt Nam đó là thương hiệu chè Việt đã được đăng ký và bảo hộ tại 70 thị trường quốc gia và khu vực. Một số thị trường lớn tiêu thụ chè Việt Nam như Đài Loan, Ấn Độ, Nga, Trung Quốc, Pakistan... Với trên 160 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu chè, Việt Nam đã xuất khẩu nhiều loại sản phẩm chè, trong đó chè đen chiếm chủ yếu (khoảng 80% tổng sản lượng xuất khẩu), còn lại là chè xanh và các loại sản phẩm khác từ chè.

Tổng quan về ngành Chè tại địa bàn Hà Nội

Hà Nội có diện tích chè khá lớn, khoảng 3.059 ha, chiếm 17% diện tích cây lâu năm và gần 2% diện tích đất sản xuất nông nghiệp. Phân bố tập trung chủ yếu ở các huyện: Ba Vì, Quốc Oai, Sóc Sơn, Chương Mỹ. Từ khi thực hiện đề án “Phát triển sản xuất và tiêu thụ chè an toàn thành phố Hà Nội” giai đoạn 2012 - 2016, Hà Nội đã trồng mới và trồng thay thế được 182 ha chè tại vùng đồi gò và vùng bán sơn địa các xã: Trần Phú, huyện Chương Mỹ; xã Yên Bài, Ba Trại, Thuần Mỹ, Cẩm Linh, huyện Ba Vì; Bắc Sơn, huyện Sóc Sơn; Hòa Thạch, huyện Quốc Oai bằng những giống chè mới có năng suất, chất lượng tốt như: LDP1, LDP2, Phúc Vân Tiên.

Bên cạnh đó, cũng phát triển chăm sóc, thâm canh chè an toàn được 345 ha tại các xã Trần Phú - huyện Chương Mỹ; Yên Bài, Ba Trại, Thuần Mỹ, Cẩm Linh, huyện Ba Vì; Bắc Sơn, huyện Sóc Sơn; Hòa Thạch, Hòa Phú, Long Phú - huyện Quốc Oai. Trong đó 110 ha chè sản xuất theo VietGAP. Đồng thời, áp dụng tiến bộ kỹ thuật, đưa cơ giới vào sản xuất, chế biến chè được 100 ha. Nâng cao trình độ quản lý, thâm canh sản xuất chè cho cán bộ, nông dân tại các vùng trồng chè thông qua các lớp đào tạo, tập huấn kỹ thuật. Đào tạo, tập huấn trực tiếp trên nương đồi; tổ chức cho cán bộ, nông dân đi thăm quan học tập những mô hình tiêu biểu; đào tạo chuyên sâu tại các cơ sở chuyên sâu về chè như Viện Khoa học kỹ thuật nông lâm nghiệp miền núi phía Bắc...

4. Thực trạng chuỗi giá trị Chè của khu vực Hà Nội

4.1. Thực trạng chuỗi giá trị sản xuất chè

Về chuỗi năng suất chè: Kết quả điều tra chuỗi sản xuất chè toàn chu kỳ từ khi trồng mới đến hết chu kỳ kinh doanh (tính bình quân 25 năm): năm thứ 15 và năm thứ 16 là năm sung sức nhất của vườn chè, năng suất đạt cao nhất ở năm thứ 15 là 18,98 tấn búp tươi/ha, tiếp đến là năm thứ 16 là 18,03 tấn búp tươi/ha, năng suất chè cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và thấp dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về chuỗi giá trị sản xuất chè toàn chu kỳ: kết quả điều tra bình quân toàn vùng cho thấy các chỉ tiêu trong chuỗi giá trị sản xuất chè toàn chu trình biến thiên theo quy luật và phụ thuộc vào số năm của cây chè.

Về doanh thu: doanh thu 1 ha chè toàn chu trình đạt cao nhất ở năm thứ 15 (120,89 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (114,85 triệu đồng/ha), cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về giá trị gia tăng cũng tăng giảm theo quy luật của doanh thu, giá trị gia tăng của 1 ha chè toàn chu trình đạt cao nhất ở năm thứ 15 (91,67 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (85 triệu đồng/ha), cao dần từ năm thứ 3 đến năm thứ 15 và giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

Về chi phí trung gian, tăng giảm theo xu thế gần giống với doanh thu, cao nhất ở năm thứ 4 (36,5 triệu đồng/ha), năm thứ 5 (29,52 triệu đồng/ha), tiếp đó giảm dần đến năm thứ 9 và tăng dần từ năm thứ 10 đến năm thứ 15, tăng đến cao nhất ở năm thứ 15 (29,22 triệu đồng/ha) và năm thứ 16 (29,85 triệu đồng/ha), sau đó lại thấp dần từ năm thứ 17 đến năm thứ 25.

Về lợi nhuận, từ năm thứ 6 trở đi cây chè bắt đầu cho lợi nhuận, tăng dần từ năm thứ 6 và đạt đỉnh cao ở năm thứ 15 là năm tuổi chè sung sức nhất, lợi nhuận đạt 81,42 triệu đồng/ha, lợi nhuận giảm dần từ năm thứ 16 đến năm thứ 25.

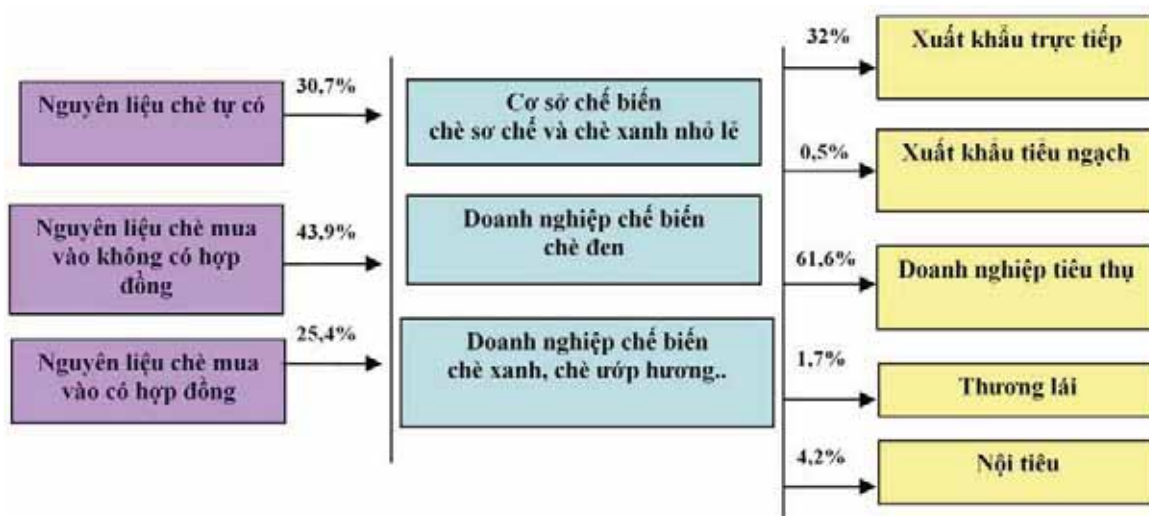
Nhìn chung, do chè không đòi hỏi nhiều về nguyên liệu chè búp tươi do đó hầu hết diện tích trồng chè ở những vùng trọng điểm của Hà Nội đều là giống già cỗi cho năng suất và chất lượng thấp và từ đó giá bán không cao. Ngoài ra, các hộ sản xuất chè do những thói quen trồng chè truyền thống nên chậm áp dụng quy trình sản xuất chè an toàn, sản xuất chè theo VietGAP...

4.2. Thực trạng chuỗi giá trị chế biến chè

Hiện tại ở địa bàn Hà Nội có hai chủ thể chế biến chè là doanh nghiệp chế biến và hộ nông dân chế biến nhỏ lẻ tại nhà. Đối với doanh nghiệp chế biến chè hiện nay có một vấn đề bất cập đó là do các nhà máy được cấp phép tràn lan nên công suất chế biến chè hiện gấp đôi sản lượng nguyên liệu. Hiện các doanh nghiệp chế biến chè công nghiệp với tổng công suất chế biến 5.204 tấn chè búp

tươi/ngày, so với sản lượng chè hiện có, khả năng chế biến của các doanh nghiệp chế biến chè hiện nay vượt trên 160% mà chưa tính các cơ sở chế biến ở hộ gia đình nhỏ lẻ không có giấy phép đăng ký kinh doanh. Như vậy, sự phát triển nhanh chóng số lượng nhà máy chế biến chè làm cho năng lực chế biến lớn hơn rất nhiều so với khả năng đáp ứng nguyên liệu, dẫn đến tình trạng tranh mua tranh bán nguyên liệu chè búp tươi đang diễn ra gay gắt hiện nay.

Hầu hết các doanh nghiệp chế biến xuất nhập khẩu chè đều tuân theo một quy trình chế biến chặt chẽ từ khâu nguyên liệu đầu vào đến thành phẩm, tuân thủ theo các quy định về tiêu chuẩn chất lượng quốc tế để có sản phẩm đạt yêu cầu khắt khe của các đơn đặt hàng ngoài nước. Bộ máy nhân sự của doanh nghiệp được tổ chức mang tính hệ thống với các phòng ban, bộ phận kỹ thuật, giám sát, sản xuất, kế toán, hành chính nhân sự, thu mua và kinh doanh tiếp thị. Quy mô lao động của các cơ sở, doanh nghiệp chế biến xuất nhập khẩu chè thay đổi từ vài chục tới hàng nghìn người được ký hợp đồng lao động và hưởng đầy đủ các chính sách hỗ trợ khác theo luật định. Mỗi doanh nghiệp có hệ thống nhà xưởng rộng lên tới vài ngàn m², dây chuyền máy móc tương đối hiện đại, hệ thống kho chứa dự trữ và bảo quản sản phẩm ở quy mô hàng ngàn tấn. Trong thời gian vừa qua, để nâng cao chất lượng chè xuất khẩu, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu chè lớn đã đầu tư hàng trăm tỷ đồng vào hệ thống sản phoi, nhà xưởng, dây chuyền chế biến, sàng phân loại, hệ thống bốc mầu, máy sấy... theo công nghệ hiện đại. Trong đó phải kể đến diện tích vùng nguyên liệu chè tự có của một phần không nhỏ doanh nghiệp lên đến vài trăm ha, đáp ứng được khoảng 30% nguyên liệu đầu vào cho chế biến, còn lại 70%



Nguồn: Kết quả điều tra xã hội học

Sơ đồ 2: Sơ đồ chuỗi giá trị đối với cơ sở chế biến chè

nguyên liệu phải mua của các hộ trồng chè tự do chất lượng thấp và không đồng đều.

Xu hướng của các doanh nghiệp chế biến hiện nay là tự xây dựng cho mình vùng sản xuất nguyên liệu để thuận tiện trong việc quản lý chất lượng đầu vào và giảm chi phí trung gian. Tuy nhiên theo kết quả điều tra, sản lượng chè tự có của các doanh nghiệp chế biến chỉ đáp ứng được 30,7%, nhu cầu còn lại 69,3% phải mua tự do trên thị trường với giá cả bấp bênh, chất lượng thấp và không đồng đều. Đa số cơ sở, doanh nghiệp chế biến chè được điều tra có quy mô vừa và nhỏ. Một số doanh nghiệp được cổ phần hóa từ các doanh nghiệp nhà nước, hoạt động dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên hoặc công ty cổ phần, một số hoạt động dưới dạng hợp tác xã hoặc được thành lập dưới dạng xí nghiệp trực thuộc tổng công ty, đa phần là các cơ sở chế biến quy mô hộ nhỏ lẻ. Nguyên liệu đầu vào của các cơ sở này là chè búp tươi hoặc chè sơ chế, sau đó được phân loại và chế biến, đóng gói. Đối với từng loại chè thành phẩm, chuỗi giá trị chế biến chè sẽ khác nhau:

4.3. Thực trạng chuỗi giá trị tiêu thụ chè

Hiện tại các kênh liên kết tiêu thụ chè ở địa bàn Hà Nội gồm hai kênh chính là kênh liên kết bao gồm: thông qua hộ gia đình nhận khoán và kênh giao dịch hoàn toàn dựa vào thị trường.

Đối với kênh thông qua hộ gia đình nhận khoán

- Đối với các hộ gia đình nhận khoán: Theo hợp đồng giao đất, các hộ có quyền sử dụng đất, nhưng không có quyền sở hữu đất đó. Các hộ có thể nhượng quyền sử dụng đất, nhưng không dùng nó để thế chấp vay vốn ngân hàng được. Các hộ chỉ được trồng chè trên diện tích được giao, mà không được trồng các loại cây khác, đồng thời phải bán toàn bộ chè cho doanh nghiệp nhà nước. So với các hộ tự do và hộ hợp tác xã thì các hộ nhận khoán thường có quy mô sản xuất, trình độ văn hóa, trình độ thâm canh cao hơn do được đào tạo và hướng dẫn kỹ thuật bởi cán bộ kỹ thuật của nông trường trước đây, đồng thời họ có điều kiện về vốn, được nông trường ứng vật tư nên ít phải vay vốn ngân hàng. Toàn bộ khâu chế biến và tiêu thụ sản

phẩm trong kênh này đều do doanh nghiệp nhà nước lo, người sản xuất chủ yếu tập trung vào việc làm thế nào sản xuất ra sản phẩm với năng suất và chất lượng cao. Chè được sản xuất theo kênh này chủ yếu phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu, phần tiêu thụ trong nước rất ít. Các hộ phải bán chè cho nông trường với mức giá không được quy định rõ trong hợp đồng giao đất, trong khi giá chè trên thị trường thường xuyên có sự biến động, nhưng đổi lại họ được hưởng một số lợi ích khác như hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp vật tư trả chậm, lương hưu, chăm sóc sức khỏe, học hành của con cái... Do vậy, liên kết này tương đối ổn định. Tuy nhiên, nó có xu hướng suy yếu khi giá cả trên thị trường thay đổi theo chiều hướng không có lợi cho các hộ hoặc chất lượng sản phẩm của các hộ quá thấp không đáp ứng được tiêu chuẩn của nông trường. Trong cả hai trường hợp các hộ hoặc là bán chè tươi cho người thu gom hoặc là tự chế biến để tiêu thụ ra bên ngoài nhằm tăng thu nhập.

- Nông dân hợp đồng

Nông dân có đất ký hợp đồng với các doanh nghiệp, thỏa thuận trong liên kết này tương đối đa dạng. Có trường hợp công ty cung ứng vật tư đầu vào, hướng dẫn quy trình kỹ thuật và thu mua chè của nông dân theo giá thỏa thuận từ đầu vụ. Có trường hợp công ty chỉ ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho nông dân theo giá thỏa thuận và không cung cấp dịch vụ đầu vào. Các dịch vụ đầu vào thường do nông dân tự lo hoặc được sự hỗ trợ của các tổ chức quản chúng và chính quyền địa phương. Sự liên kết này bền chặt khi giá thu mua của công ty bằng hoặc cao hơn so với giá thị trường. Các hợp đồng rất dễ bị phá vỡ, nhất là khi giá chè ngoài thị trường cao hơn giá thu mua của công ty. Ngoài ra, rất khó xử lý những trường hợp phá vỡ hợp đồng. Như vậy, có thể thấy tác nhân đóng vai trò chính

trong chuỗi liên kết này là những doanh nghiệp chế biến lớn như các doanh nghiệp Nhà nước, công ty liên doanh, công ty trách nhiệm hữu hạn, VINATEA. Các hộ nông trường viên và hộ hợp đồng có sử dụng đất của công ty có vai trò rất hạn chế. Các hộ hợp đồng tự do có vai trò nhất định, nhưng chưa rõ nét.

- Qua các hợp tác xã hoặc tổ, nhóm nông dân

Các hợp tác xã tiến hành các hoạt động hỗ trợ xã viên như tưới tiêu, làm đất, điện sinh hoạt, mua phân bón trả chậm cho nông dân, cung cấp tín dụng lãi suất thấp, tập huấn kỹ thuật, cung cấp thông tin về thị trường và tranh thủ nguồn lực hỗ trợ của các cá nhân, và tổ chức trong và ngoài nước. Việc tiêu thụ sản phẩm cho xã viên được tiến hành theo phương thức là hợp tác xã ký hợp đồng với khách mua trước, sau đó huy động chè khô từ các thành viên. Khách mua bán cho các điểm bán lẻ hoặc cho các công ty để đóng gói xuất khẩu. Tuy nhiên, lượng sản phẩm tiêu thụ qua hợp tác xã còn rất hạn chế. Qua nghiên cứu có thể thấy một số mặt tồn tại làm hạn chế sự phát triển của các hợp tác xã hiện nay là: lãnh đạo hợp tác xã chính là những người nông dân được bầu ra, mặc dù đã được đào tạo, tập huấn, tham quan trao đổi kinh nghiệm, nhưng do trình độ văn hóa thấp, không có nhiều điều kiện để tiếp xúc rộng rãi với nhiều đối tượng nên năng lực quản lý, điều hành, khai thác thị trường còn yếu. Vốn của hợp tác xã còn rất ít, chủ yếu là từ nguồn đóng góp lệ phí của các thành viên và hỗ trợ từ bên ngoài. Các xã viên sản xuất riêng theo quy mô gia đình, có hộ có phương tiện chế biến, có hộ không có, việc áp dụng các quy trình kỹ thuật trong sản xuất và chế biến không đồng đều, nên chất lượng sản phẩm không đồng nhất khi bán theo hợp đồng. Lợi ích trước mắt khi tham gia hợp tác

xã của các thành viên chưa thực sự đáng kể, trong khi với sự giúp đỡ của các tổ chức đoàn thể và chính quyền địa phương, xã viên hợp tác xã vẫn có thể vay vốn với lãi suất thấp, tiếp cận thông tin thị trường và mua vật tư trả chậm. Do vậy, những ràng buộc của xã viên khi thực hiện hợp đồng còn lỏng lẻo, dẫn đến tình trạng đôi khi hợp tác xã phải phá vỡ hợp đồng, đặc biệt khi giá thị trường cao hơn giá trong hợp đồng. Bên cạnh những hợp tác xã chính quy còn có các hình thức liên kết, hợp tác phi chính quy dưới các hình thức tổ, nhóm, câu lạc bộ. Các hình thức này được thành lập chủ yếu là do có sự hỗ trợ của các chương trình dự án với mục tiêu giúp nông dân sản xuất chè an toàn và chè hữu cơ, qua đó sẽ xây dựng thương hiệu và phát triển với quy mô lớn hơn.

Đối với kênh giao dịch hoàn toàn dựa vào thị trường

Thông qua các hộ trang trại

Các hộ trang trại thường có trình độ văn hóa, trình độ thâm canh, vốn sản xuất, năng lực tiếp cận thị trường cao hơn nhóm hộ HTX và nhóm hộ tự do. Các hộ rất năng động, nhanh nhạy với những biến động của thị trường, tích cực cập nhật thông tin, tiến bộ khoa học kỹ thuật, chủ động tiến hành các thí nghiệm nhằm nâng cao năng suất, chất lượng chè. Hầu hết các hộ đều có phương tiện chế biến, tuy vẫn còn đơn giản. Sản phẩm chè tươi thu hoạch chủ yếu được giữ lại để chế biến. Đôi khi, họ cũng mua chè tươi từ các hộ khác về chế biến. Họ chỉ bán chè tươi khi thấy được giá hoặc bán phần chè tươi có phẩm chất thấp cho người thu gom hoặc cơ sở chế biến. Sản phẩm chế biến xong được bán cho người bán buôn, rồi từ người bán buôn đi bán lẻ hoặc bán cho công ty để đóng gói xuất khẩu. Các hộ có điều kiện kinh tế nên thường giữ chè sau khi đã chế biến trong một thời

gian nhất định và chỉ bán khi thấy giá cao. Như vậy, trong kênh này chúng ta thấy các hộ trang trại đóng vai trò rất tích cực và quan trọng. Xu hướng cho thấy các hộ này một mặt mở rộng quy mô sản xuất, một mặt đóng vai trò là nhân tố tích cực trong việc liên kết các hộ trong sản xuất và kinh doanh.

Kênh tiêu thụ qua hộ sản xuất nhỏ

Đây là những hộ có quy mô sản xuất nhỏ nhất, trình độ văn hóa thấp nhất trong các nhóm hộ, thường xuyên thiếu vốn sản xuất, nhiều hộ có điều kiện sống khó khăn. Do đó, dù có sự giúp đỡ của chính quyền, các tổ chức quần chúng... các hộ này được tập huấn kỹ thuật nhưng việc tiếp thu và áp dụng kiến thức có phần hạn chế, sản xuất chủ yếu theo kinh nghiệm truyền thống và tận dụng khai thác sự màu mỡ của đất. Điều đó làm đất nghèo dần và năng suất chất lượng chè bị giảm sút. Ngoài ra, họ cũng được vay vốn với lãi suất thấp, không phải thế chấp, nhưng sử dụng vốn không hiệu quả.

Ít hộ có điều kiện để mua máy móc chế biến thành chè khô. Các hộ chủ yếu là đi thuê chế biến hoặc chế biến theo phương pháp thủ công. Chất lượng chè chế biến thấp và không đồng đều do kỹ thuật chế biến và chất lượng nguyên liệu đầu vào thấp. Ngay cả khi chè được chế biến họ cũng không có điều kiện để bảo quản và giữ chè trong một thời gian dài chờ đến khi được giá mới bán. Họ thường bán chè tươi ngay sau khi thu hoạch hoặc phải bán ngay sau khi chế biến thành chè khô với mức giá rất thấp. Chè chủ yếu bán chè cho người thu gom, sau đó người thu gom sẽ bán lại cho các cơ sở chế biến đối với trường hợp chè tươi và người mua buôn đối với trường hợp chè khô. Họ hầu như rất ít nhận được những thông tin sát thực về giá cả thị trường, thậm chí biết là giá bán thấp phải chịu thiệt, nhưng vẫn phải bán để trang trải những khoản chi

trong gia đình. Do vậy, trên thị trường họ dường như là người chấp nhận giá. Có thể nói, các giao dịch mua bán trong kênh hoàn toàn phụ thuộc vào thị trường, chứ không liên quan tới sự hợp tác cụ thể nào, chỉ trừ một số trường hợp, một số hộ chuyên sản xuất chè đặc sản theo thoả thuận với người mua gom ở địa phương hoặc thành phố lớn. Việc giao dịch này không bằng hợp đồng, mà chủ yếu dựa trên uy tín và sự quen biết nên cũng dễ gặp rủi ro.

4.4. Đánh giá thực trạng chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội

a. Những kết quả đạt được

Nhìn chung, hệ thống các cơ sở chế biến chè ở khu vực Hà Nội tương đối đa dạng và phong phú với công nghệ đơn giản, không đòi hỏi vốn đầu tư cao. Nhiều hộ dân vừa sản xuất vừa đầu tư công nghệ chế biến chè xanh để có giá trị gia tăng cao hơn. Chính vì vậy chế biến chè không cần qua khâu thu mua chè tươi trung gian giảm được chi phí trung gian trong chuỗi giá trị ngành chè. Việc sản xuất chè có giá trị gia tăng ổn định, thị trường tiêu thụ phong phú, xuất khẩu chè liên tục tăng cao trong những năm gần đây, tuy nhiên đây vẫn là mặt hàng có thị trường xuất khẩu nhỏ hẹp. Từ chè xanh có thể chế biến được nhiều loại chè đặc sản khác như chè ướp hương... làm phong phú thêm các sản phẩm chế biến từ chè xanh. Đây là yếu tố làm tăng giá trị gia tăng ngành chè. Đồng thời, các yêu cầu nguyên liệu chế biến chè đòi hỏi chất lượng không cao, bất cứ chè được trồng từ giống nào cũng có thể chế biến chè được, đây cũng là lợi thế lớn của ngành chè ở Hà Nội để tạo ra những sản phẩm từ phổ thông đến đặc sản phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng.

b. Những hạn chế và nguyên nhân

Tuy nhiên, do chè không đòi hỏi nhiều về nguyên liệu chè búp tươi do đó hầu hết diện

tích trồng chè ở những vùng trọng điểm chế biến chè xanh đều là giống già cỗi cho năng suất và chất lượng thấp, từ đó giá bán không cao. Việc chuyển đổi diện tích chè sang giống mới có năng suất chất lượng cao hơn đòi hỏi thời gian và vốn đầu tư lớn, đây là khó khăn không nhỏ cho nỗ lực nâng cao giá trị gia tăng ngành chè ở Hà Nội. Hiện tại, do hệ thống chế biến chè phát triển rất khó kiểm soát vì quy mô hộ nhỏ lẻ cũng có thể đầu tư nên khó kiểm soát được chất lượng chè thành phẩm và đặc biệt hầu hết các cơ sở chế biến chè mới chỉ hoạt động dưới 50% công suất, hơn nữa giá cả vật tư nông nghiệp tăng cao trong khi giá chè không tăng, thậm chí giảm đặc biệt đối với chè xuất khẩu. Việc thiếu nguyên liệu chế biến sẽ dẫn đến các cơ sở chế biến mua nguyên liệu chè đầu vào một cách thiếu kiểm soát dẫn đến giảm giá trị sản phẩm bán ra do chất lượng nguyên liệu không đảm bảo. Đặc biệt do thừa công suất nên nhiều doanh nghiệp đã nhập chè sơ chế của các tỉnh lân cận, đây là nguyên nhân làm tăng chi phí trung gian, phức tạp thêm chuỗi giá trị ngành chè và khó kiểm soát chất lượng chè đầu vào. Thêm vào đó, việc một số tư thương thu gom chè phẩm cấp thấp để xuất khẩu tiêu ngạch sang Trung Quốc trong thời gian qua gây ảnh hưởng nặng nề đến thương hiệu chè Việt Nam. Xuất khẩu khó khăn, giá thấp sẽ ảnh hưởng ngược đến giá bán chè và gây khó khăn trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho ngành chè tại khu vực Hà Nội. Riêng đối với khâu tiêu thụ chè vì hầu hết chè được tiêu thụ dưới dạng chè thô, không được đóng gói bảo quản đạt chuẩn nên công nghệ bảo quản chè như đóng gói chân không, kho bảo quản đạt tiêu chuẩn... không được đầu tư thỏa đáng, chỉ tận dụng những công nghệ thông thường như túi nilon, túi chống ẩm... Hơn nữa, công tác quảng cáo và marketing sản phẩm chè đòi

hỏi đối tượng tiêu thụ phải có trình độ và đặc biệt sản phẩm chè phải có thương hiệu, đóng gói bao bì có nguồn gốc xuất xứ đầy đủ. Hiện nay chủ yếu đối tượng tiêu thụ chè không có đủ kiến thức về thương mại và marketing sản phẩm. Chè chủ yếu được bán dưới dạng thô, được các đại lý gắn nhãn mác thủ công không rõ xuất xứ, các cơ sở chế biến không đủ mạnh để hình thành mạng lưới tiêu thụ rộng khắp cũng là nguyên nhân ảnh hưởng đến giá trị gia tăng ngành chè xanh.

5. Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội

Nhóm giải pháp tổ chức sản xuất

Tổ chức sản xuất theo chuỗi là tiền đề cho việc tổ chức bảo vệ thực vật tập trung, khắc phục mất an toàn thực phẩm do không có tổ chức kiểm tra giám sát người trồng chè, xây dựng xưởng chế biến quy mô hộ gia đình và liên hộ. Tổ chức lại các hộ trồng chè sản xuất theo hình thức tập thể (tổ hợp tác, hợp tác xã...), xây dựng vùng chè có thương hiệu chất lượng cao thay vì tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, chất lượng không đồng đều như hiện nay. Các hình thức tổ chức hợp tác xã, đội sản xuất, tổ hợp tác... nên được Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp cùng các địa phương nghiên cứu đưa vào áp dụng trên thực tế để thúc đẩy việc nâng cao giá trị gia tăng nói chung cho cây chè, mang lại lợi ích cho người trồng chè. Các chính sách hỗ trợ hướng vào các hình thức tập thể như vậy cũng sẽ là động lực quan trọng để khuyến khích người sản xuất vừa giúp xây dựng những vùng nguyên liệu tốt cho sự phát triển chung của cả ngành chè. Công tác tổ chức sản xuất cũng thống nhất đầu tư đồng bộ với hệ thống chế biến phù hợp với vùng nguyên liệu có đăng ký quản lý để thuận tiện quản lý chất lượng chè xanh tránh tình trạng chế biến quy mô hộ như hiện nay.

Định hướng quy hoạch lại phân định rõ ràng và phù hợp khu vực trồng và khu vực chế biến chè hướng đến 2 loại thị trường riêng biệt để một mặt duy trì được thị trường nội địa với yêu cầu về chất lượng, mẫu mã... ở mức trung bình và những người trồng chè phục vụ tiêu thụ ở thị trường này sẽ phải chấp nhận lợi ích thu được tương tự như hiện nay tương xứng với công sức và đầu tư bỏ ra. Mặt khác, với những vùng có thể trồng và phát triển những loại chè đặc sản... thì cần chuyển sang quy trình sản xuất sạch đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm và định hướng tiêu thụ ở những thị trường cao cấp. Việc chuyển đổi này đi kèm với kỹ thuật như giống, quy trình công nghệ, vốn và đặc biệt phải gắn với các nghiên cứu ứng dụng cụ thể để đảm bảo các giống chè là phù hợp với từng vùng đất và khả năng đầu tư công nghệ, vật tư nông nghiệp.

Đánh giá, tổng kết một số mô hình phát triển chè bền vững và có giá trị gia tăng cao. Chỉ đạo các địa phương, các doanh nghiệp tổ chức bảo vệ thực vật tập trung cho toàn vùng chè. Chỉ đạo xây dựng mô hình chè an toàn tại các vùng chè để từng bước nhân rộng. Tổ chức xây dựng, ban hành và phổ biến tài liệu về sản xuất chè an toàn và phát triển bền vững. rà soát các tiêu chuẩn, quy chuẩn liên quan đến SX và chế biến chè phù hợp với trình độ phát triển của lực lượng SX và nhu cầu thị trường chè. Đồng thời, củng cố và phát huy vai trò của Hiệp hội chè Việt Nam và các Chi hội trên địa bàn Hà Nội, hướng các hoạt động giảm thiểu cạnh tranh nội bộ ngành, tập trung cạnh tranh với các ngành khác và quốc tế, phổ biến kinh nghiệm và khoa học công nghệ, tham gia các dịch vụ công cho toàn ngành và từng vùng...

Nhóm giải pháp gắn kết sản xuất với chế biến và tiêu thụ

Sản xuất chè tại các vùng chè công nghiệp cần áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001-2000, từng bước áp dụng tiêu chuẩn HCCP chè an toàn. Trong quá trình sản xuất, kinh doanh yêu cầu có sự liên kết với các doanh nghiệp, tổ chức, trong đó các doanh nghiệp trực tiếp quản lý quy trình kỹ thuật, thực hiện cung ứng giống, vật tư cho các vùng chè và có tổ chuyên phòng trừ sâu bệnh và kiểm soát chất lượng sản phẩm. Vùng chè trồng mới phải được đơn vị chuyên ngành về chè tư vấn, hướng dẫn ngay từ đầu về quy trình kỹ thuật trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và định hướng tiêu thụ sản phẩm.

Xây dựng và tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp với người trồng chè từ khâu sản xuất đến tiêu thụ. Tạo điều kiện để người trồng chè tham gia chuỗi sản xuất và chuỗi giá trị ngành chè. Doanh nghiệp đóng vai trò chủ đạo trong hướng dẫn, quản lý, giám sát quy trình kỹ thuật, bao tiêu sản phẩm. Khuyến khích, kêu gọi đầu tư để hình thành các nhà máy, cơ sở chế biến các sản phẩm cao cấp từ chè với công nghệ hiện đại, gắn kết chặt chẽ giữa người trồng chè bán sản phẩm đầu ra với khối lượng ổn định, giá cả hợp lý, có hiệu quả và đảm bảo hài hòa lợi ích cho các bên. Xây dựng và củng cố mô hình liên kết 4 nhà là giải pháp để sản xuất và giúp tiêu thụ sản phẩm bền vững. Tăng cường mô hình liên kết ngang giữa các hộ trồng thành hợp tác xã, phường chè, đội chè hay nhóm liên minh để thuận lợi trong quá trình sản xuất và tiêu thụ. Nâng cao vai trò, trách

nhiệm của các đơn vị kinh doanh chè và chính quyền địa phương trên địa bàn trong liên kết với nông dân, hợp tác xã, xây dựng phát triển bền vững các vùng nguyên liệu trên địa bàn Hà Nội

Kết luận

Phân tích chuỗi giá trị chè tại khu vực Hà Nội cho thấy thực trạng các thành tố trong chuỗi giá trị còn nhiều tồn tại như hạn chế về kỹ thuật mới trong canh tác chè do những thói quen trồng chè truyền thống, chậm áp dụng quy trình sản xuất chè an toàn, Hệ thống chế biến chè phát triển khó kiểm soát do quy mô hộ nhỏ lẻ cũng có thể đầu tư nên khó kiểm soát được chất lượng chè thành phẩm; Phần lớn các doanh nghiệp chế biến chè chưa có đủ điều kiện đầu tư vùng nguyên liệu chè cho riêng mình là một khó khăn lớn đối với các doanh nghiệp trong việc ổn định nguồn cung nguyên liệu cả về sản lượng và chất lượng; Xuất hiện thêm nhiều đối tượng thu gom chè sơ chế (thương lái, đại lý...) làm tăng chi phí trung gian. Riêng đối với khâu tiêu thụ chè, vì hầu hết chè được tiêu thụ dưới dạng chè thô, không được đóng gói bảo quản đạt chuẩn và thường được bán dưới dạng thô, được các đại lý gắn nhãn mác thủ công không rõ xuất xứ, các cơ sở chế biến không đủ mạnh để hình thành mạng lưới tiêu thụ rộng khắp dẫn đến ảnh hưởng đến giá trị gia tăng ngành cho chuỗi giá trị chè. Do vậy, bài viết tập trung vào việc đánh giá thực trạng chuỗi giá trị ngành chè ở khu vực Hà Nội và đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị ngành chè cũng như nâng cao giá trị gia tăng của ngành chè tại khu vực Hà Nội. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển NNNT (2013), *Phân tích chuỗi giá trị, lý thuyết và kinh nghiệm từ Nghiên cứu Ngành chè Việt Nam*, Bộ Nông nghiệp và PTNT.

2. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển NNNT (2014), *Chuỗi giá trị chè: Phân tích chi phí, lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị*, Bộ Nông nghiệp và PTNT.

3. Nguyễn Văn Minh (2004), *Xác định ngưỡng đánh giá chất lượng đất trong sản xuất chè bền vững*, Tạp chí Khoa học đất, số 20/2004.

4. Nguyễn Văn Tạo (2005), *Sản xuất và tiêu thụ chè của Việt Nam trong những năm đổi mới*, Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, số 1/2005.

5. Tài liệu Hội thảo *Phát triển chuỗi giá trị chè chất lượng cao và bền vững đến 2020 tỉnh Hà Giang*, Sở Nông nghiệp và PTNT Hà Giang, 2014.

6. Asian Vegetable Research and Development Center, *Vegetable production training manual*, AVRDC 2005, pp 447.

7. Atlas(2007), *R - Handbook of Microbiological Media*, Fourth Edition, pp 1370, Cole-Parmer's.

8. D. Michael, Krutilla V. John (2009), *Multiple use management: The economics of public forestlands*, Resources for the Future, Washington DC.

9. Hill P (1999), *Ecological farming: Principles, techniques that work and farmer innovators in the Philippines*, Misereor - Agtalon, Philippines.

10. Nordhaus D. William (1998), *Economics and Policy Issues in climate change*. Resources for the Future, Washington DC.

11. Rob A. Swinkels, Sara J. Scherr (1991), *Economic analysis of agroforestry technologies: An annotated bibliography*, ICRAF 1991.

Summary

Tea occupies an important position in the agricultural structure in Hanoi, plays a role in hunger alleviation and poverty reduction, job creation for unskilled workers, sedentarization – settling in agriculture for suburban areas of Hanoi, contributing directly to promoting regional economic growth. Potential of tea plants in the region is very high if the value of tea products is increased. However, in reality, tea trees are currently only in the role of poverty alleviation, not really helping farmers get rich. In order to improve the value of tea products, it is necessary to complete the value chain in production. The paper focuses on analyzing the stages in tea production, processing and consumption chain in Hanoi area, identifying key stages that need scientific, technological and development policy supports, from then, proposing solutions to develop the value chain of tea industry and improve its added value in Hanoi.

PHÂN TÍCH MỘT SỐ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG TỚI HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN TÁI CƠ CẤU

Lê Thanh Phương

Trường đại học Hàng hải Việt Nam

Email: phuonglt@vamaru.edu.vn

Ngày nhận: 19/02/2019

Ngày nhận lại: 06/03/2019

Ngày duyệt đăng: 12/03/2019

Bài báo đi sâu phân tích một số nhân tố bên trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam có thể tác động tới hiệu quả sinh lời của các ngân hàng trong giai đoạn tái cơ cấu. Sử dụng mô hình hồi quy với dữ liệu từ 2011 đến 2015, tác giả chỉ ra các nhân tố bao gồm cơ cấu tài sản, cơ cấu nguồn vốn, mức độ nợ xấu và quy mô tài sản có tác động đáng kể tới khả năng sinh lời các ngân hàng. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng sinh lời của hệ thống NHTM.

***Từ khóa:** hiệu quả tài chính, tái cơ cấu, ngân hàng thương mại.*

1. Đặt vấn đề

Các ngân hàng thương mại Việt Nam có tầm quan trọng đặc biệt đối với khu vực tài chính nói riêng và toàn bộ nền kinh tế nói chung. Hệ thống các NHTM đã và đang là trụ cột của hệ thống tài chính khi là kênh huy động và cung ứng vốn chủ đạo phục vụ tăng trưởng kinh tế. Theo chiến lược phát triển thị trường tài chính đến năm 2020, giá trị vốn hóa thị trường cổ phiếu phải đạt mức 70% GDP, tuy nhiên tính đến cuối năm 2015 mới đạt 34%. Đến năm 2020, dư nợ thị trường trái phiếu phải đạt 38% GDP nhưng tính đến năm 2015 mới đạt mức 24,6%. Với sự phát triển

thiếu cân bằng của thị trường tài chính, đến nay hệ thống ngân hàng cùng với các tổ chức tín dụng khác đang chiếm tới 96% tổng giá trị tài sản của hệ thống tài chính (UBGSTCQG, 2016). Do đó, hiệu quả hoạt động khu vực ngân hàng đóng vai trò then chốt trong chiến lược phát triển kinh tế quốc gia. Giai đoạn trước và sau khi gia nhập WTO chứng kiến sự phát triển nóng của toàn hệ thống song không đi liền với nâng cao hiệu quả và chất lượng quản trị. Hệ quả là chất lượng tài sản và tín dụng các ngân hàng thương mại giám sát, nợ xấu tăng cao.

Nhận thức được tính cấp thiết của việc cơ cấu lại hệ thống TCTD, NHNN đã chủ động yêu cầu toàn ngành Ngân hàng phát huy nội lực để triển khai các biện pháp cơ cấu lại ngay khi Đề án được ban hành. NHNN đã trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 454/QĐ-TTg ngày 13/03/2013 và Quyết định 363/QĐ-TTg ngày 11/03/2014 thành lập Ban chỉ đạo liên ngành triển khai Đề án. Về phía ngành Ngân hàng, Thống đốc NHNN đã ban hành Quyết định số 734/QĐ-NHNN ngày 18/04/2012 về việc ban hành Kế hoạch hành động của ngành Ngân hàng, làm cơ sở để triển khai thực hiện Đề án. Trên cơ sở đó và trước áp lực từ phía thị trường, bản thân các NHTM cũng chủ động xây dựng và triển khai đề án tái cơ cấu cho riêng mình.

Giai đoạn 2011-2015, hệ thống ngân hàng Việt Nam đã thực hiện đề án tái cơ cấu theo quyết định 254 ngày 01/3/2012 của Thủ tướng Chính phủ với nhiều biện pháp như: yêu cầu các ngân hàng thương mại tăng vốn; đưa các ngân hàng cổ phần yếu kém vào diện kiểm soát và bảo đảm thanh khoản; cho phép sáp nhập và mua lại; NHNN mua lại các ngân hàng yếu kém với giá 0 đồng; xử lý nợ xấu và thành lập công ty quản lý tài sản (VAMC). Các biện pháp đã nêu có tác động lớn tới hệ thống NHTM trong ngắn hạn cũng như dài hạn, đặc biệt là khả năng sinh lời của các ngân hàng. Các biện pháp tái cơ cấu đòi hỏi các NHTM phải tuân thủ các quy định chặt chẽ hơn trong cho vay, giới hạn tăng trưởng tín dụng bị giảm, nợ xấu phải được giải quyết dựa trên cơ sở trích lập dự phòng rủi ro tín dụng... chính những điều này tác động không nhỏ tới lợi nhuận và khả năng sinh lời của các NHTM.

Nghiên cứu các nhân tố tác động tới khả năng sinh lời của NHTM sẽ giúp các nhà hoạch định chính sách bao gồm Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đề ra các chính sách nhằm gia tăng năng lực hoạt động và khả năng sinh lời của các ngân hàng. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng giúp các nhà quản trị ngân hàng nhận biết các nhân tố bên trong hệ thống NHTM có thể tác động tới hoạt động và khả năng sinh lời, từ đó đề ra giải pháp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả tài chính hệ thống NHTM Việt Nam hiện nay.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về hệ thống ngân hàng Việt Nam thu hút tương đối nhiều các tác giả với các nội dung liên quan tới tác động của tự do hóa tài chính đến các NHTM, nghiên cứu về năng suất và hiệu quả hệ thống, tác động của rủi ro tín dụng tới hoạt động các ngân hàng.

Nghiên cứu của Nguyễn Việt Hùng (2007) về hiệu quả và năng suất của ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn từ 2001 - 2003 với 13 ngân hàng. Sử dụng phương pháp phân tích bao dữ liệu, tác giả phát hiện hiệu quả chi phí trung bình là 60.6%. Chỉ số năng suất Malmquist giảm qua các năm. Các kết quả dựa trên quy mô mẫu tương đối nhỏ và khung thời gian ngắn, do đó độ tin cậy trong các kết quả không cao.

Nguyễn Hồng Vinh (2012) sử dụng kỹ thuật phân tích bao dữ liệu giản đơn để đo lường hiệu quả và năng suất của các ngân hàng giai đoạn 2007-2010, sử dụng mẫu gồm 20 ngân hàng. Tác giả cho rằng hiệu quả liên tục tăng trong giai đoạn nghiên cứu. Tuy nhiên, phân phân tích các nhân tố tác động tới hiệu quả và năng suất các ngân hàng chưa được đề cập.

Tác giả Nguyễn Khắc Minh và cộng sự (2013) ước lượng hiệu quả của khu vực ngân hàng Việt Nam sử dụng mẫu gồm 32 ngân hàng giai đoạn 2001-2005. Sử dụng mô hình Slack-based DEA với giả thiết hiệu suất thay đổi theo quy mô (VRS). Điểm hiệu quả trung bình ở mức 80% và có xu hướng tăng trong giai đoạn nghiên cứu. Bên cạnh đó một số nhân tố tác động tới hiệu quả các ngân hàng bao gồm: dạng sở hữu, quy mô, chất lượng lao động và thị phần, được xem xét thông qua mô hình hồi quy Tobit.

Võ Xuân Vinh (2015) phân tích mối quan hệ giữa hiệu quả kỹ thuật (TE), hiệu quả kỹ thuật thuần (PTE) và hiệu quả quy mô (SE) theo biến số tỷ suất sinh lợi cổ phiếu ngân hàng Việt Nam. Tác giả chỉ ra rằng hiệu quả theo quy mô có tác động đáng kể tới tỷ suất sinh lời của cổ phiếu.

Nguyễn Phương Anh và Michel Simioni (2015) sử dụng chỉ số Färe-Primont để đo lường năng suất khu vực ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2008-2012. Kết quả chỉ ra rằng khu vực ngân hàng chịu sự suy giảm năng suất mặc dù có nhiều đổi mới công nghệ quan trọng. Sự suy giảm về hiệu quả theo qui mô và hiệu quả theo phạm vi là nguyên nhân cơ bản dẫn tới suy giảm năng suất của các ngân hàng.

Các nghiên cứu về tái cấu trúc hệ thống ngân hàng:

Tái cấu trúc hệ thống ngân hàng hướng tới ba mục tiêu bao gồm: 1) tăng cường hiệu quả hoạt động của hệ thống; 2) cải thiện năng lực của các tổ chức tài chính và 3) phục hồi niềm tin của công chúng (Nguyễn Hồng Sơn và cộng sự, 2014). Các nghiên cứu về quá trình tái cấu trúc hệ thống ngân

hàng thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu.

William và Nguyễn Nghĩa (2005) nghiên cứu tác động của thay đổi quản trị lên hiệu quả ngân hàng tại các quốc gia Đông Nam Á giai đoạn từ 1990 đến 2003, giai đoạn chứng kiến quá trình tự do hóa hệ thống ngân hàng, khủng hoảng tài chính Châu Á và các chương trình tái cấu trúc. Nghiên cứu khẳng định tác động tích cực của chương trình tư nhân hóa và sở hữu nước ngoài lên hiệu quả các ngân hàng.

Banker và cộng sự (2010) nghiên cứu tác động của cải cách hệ thống ngân hàng lên năng suất các ngân hàng tại Hàn Quốc giai đoạn 1996-2005. Nghiên cứu chỉ ra rằng những thay đổi liên quan tới cấu trúc vốn và quản lý rủi ro tác động khác nhau tới năng suất hệ thống và những thay đổi này có tác động đáng kể tới các ngân hàng có ưu thế về vốn và nhận ưu đãi từ phía chính phủ.

Hệ thống ngân hàng Việt Nam được tái cấu trúc từ năm 2011 theo Quyết định 254 của Thủ tướng Chính phủ. Tuy nhiên, các nghiên cứu về tác động của chương trình tái cấu trúc còn rất hạn chế và chỉ dừng ở mức định tính (như nghiên cứu của Nguyễn Hồng Sơn và cộng sự, 2014). Đề xuất nghiên cứu của chúng tôi đi tiên phong trong việc đánh giá một cách định lượng với bằng chứng khoa học về tác động của các biện pháp tái cấu trúc lên hoạt động của hệ thống ngân hàng. Kết quả của nghiên cứu sẽ mang đến cho các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản lý ngân hàng và công chúng một đánh giá khách quan về tác động của các biện pháp tái cấu trúc đã thực hiện.

3. Các nhân tố tác động tới hiệu quả tài chính các NHTM

Các biện pháp trong giai đoạn tái cơ cấu tác động đáng kể tới hoạt động NHTM, làm thay đổi cấu trúc nguồn vốn và cơ cấu nợ của NHTM. Bên cạnh đó, cấu trúc tài sản, quy mô tài sản của NHTM cũng thay đổi đáng kể khi mà hoạt động cho vay bị kiểm soát chặt chẽ hơn, do đó việc đa dạng hóa danh mục tài sản nhằm giảm tỷ trọng tài sản cho vay và tăng khả năng sinh lời là hướng ưu tiên của các ngân hàng.

Những thay đổi kể trên trong hoạt động của hệ thống ngân hàng tác động ra sao tới khả năng sinh lời của các ngân hàng? Điều này cần phải được làm rõ thông qua xây dựng các biến đại diện (proxy) và mô hình hồi quy thích hợp (regression models).

Để phản ánh khả năng sinh lời của NHTM, hai biến bao gồm tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) và tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) được sử dụng trong nghiên cứu. Các biến đại diện cho sự thay đổi trong hoạt động của các ngân hàng giai đoạn tái cơ cấu bao gồm:

(1) Thay đổi trong cấu trúc vốn (Equity on Asset ratio_EA): biến đại diện EA cho biết trong tổng quy mô nguồn vốn, bao nhiêu phần trăm thuộc về chủ sở hữu ngân hàng. Khi giá trị EA tăng thì khả năng chống đỡ với những rủi ro mất vốn cũng tăng lên, tuy nhiên biến này chịu ảnh hưởng lớn từ biến động trên thị trường chứng khoán. Nếu thị trường tăng trưởng tốt, các NHTM sẽ phát hành thêm cổ phiếu và việc gia tăng EA sẽ dễ dàng hơn và ngược lại. Mỗi quan hệ giữa EA và khả năng sinh lời được xem là thuận chiều, bởi khi EA tăng sẽ có nhiều cổ đông tham gia vào ngân

hàng do đó làm gia tăng sự kiểm soát đối với hoạt động của Hội đồng quản trị cũng như Ban giám đốc, từ đó làm tăng hiệu quả kinh doanh và giảm thiểu rủi ro trong hoạt động điều hành ngân hàng.

(2) Thay đổi trong cấu trúc tài sản (Loan on Asset ratio_LA): biến đại diện LA cho biết trong tổng quy mô tài sản có bao nhiêu phần trăm là các khoản cho vay. Hoạt động cho vay được xem là hoạt động kinh doanh truyền thống của NHTM, tuy nhiên phụ thuộc quá nhiều vào hoạt động này nhằm tạo lợi nhuận sẽ dẫn tới gia tăng rủi ro về nợ xấu. Các biện pháp tái cơ cấu đòi hỏi các ngân hàng phải thận trọng hơn trong cho vay đồng thời đi kèm các biện pháp kiểm soát và xử lý các khoản nợ xấu. Các ngân hàng trong giai đoạn tái cơ cấu nếu đa dạng hóa danh mục tài sản và từ đó làm giảm tỷ lệ LA được kỳ vọng sẽ có khả năng sinh lời cao hơn.

(3) Tỷ trọng chi phí trích lập rủi ro tín dụng trên tổng quy mô nợ (Loan-loss Provisioning Cost on Total Loan_LP): biến LP cho biết mức độ nợ xấu trên tổng quy mô cho vay của ngân hàng. Ngân hàng có mức độ nợ xấu càng cao thì tỷ lệ LP càng lớn và làm xói mòn khả năng sinh lời của các NHTM.

(4) Quy mô tài sản (Log of Total Asset_LogA): biến logA phản ánh quy mô tài sản dưới dạng logarit. Theo lý thuyết kinh tế về hiệu suất theo quy mô, quy mô tài sản càng lớn khả năng sinh lời càng cao do tiết kiệm các khoản định phí. Bên cạnh đó, trong hoạt động ngân hàng quy mô tài sản càng lớn thì khả năng đa dạng hóa danh mục cho vay sẽ tốt hơn và do đó làm giảm rủi ro tín dụng. Vậy biến LogA được kỳ vọng có

quan hệ cùng chiều với khả năng sinh lời của các NHTM.

Căn cứ vào các biến đại diện được xác định ở trên, các mô hình hồi quy được xây dựng như sau:

Mô hình 1:

$$ROE = a + \alpha EA + \beta LA + \gamma LP + \delta LogA + \varepsilon$$

Mô hình 2:

$$ROA = b + \kappa EA + \lambda LA + \mu LP + \nu LogA + \varepsilon$$

Để ước lượng mô hình 1 và 2, tác giả sử dụng phương pháp hồi quy OLS.

4. Dữ liệu

Trong giai đoạn tái cơ cấu 2011-2015, hệ thống NHTM nước ta có những thay đổi đáng kể. Một số ngân hàng quy mô nhỏ, hoạt động không hiệu quả buộc phải sáp nhập với ngân hàng lớn, như ngân hàng Phát triển nhà Đồng bằng sông Cửu Long sáp nhập với ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam; ngân hàng Phát triển nhà Hà Nội sáp nhập với ngân hàng Sài Gòn - Hà Nội. Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà nước tiến hành mua lại một số ngân hàng hoạt động quá yếu kém, không có khả năng tái cơ cấu, bao gồm ngân hàng Dầu khí toàn cầu, ngân hàng Đại Dương và ngân hàng Xây dựng. Tính đến cuối năm 2018, hệ thống ngân hàng của Việt Nam bao gồm 7 ngân hàng thuộc sở hữu nhà nước hoặc nhà nước nắm cổ phần chi phối, 31 ngân hàng cổ phần, 09 ngân hàng nước ngoài và 02 ngân hàng liên doanh.

Để phân tích tác động của các nhân tố tới hiệu quả tài chính hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn tái cơ cấu, tác giả thu thập dữ liệu của 28 ngân hàng trong giai đoạn từ 2011 đến 2015. Các dữ liệu được sàng lọc và lựa chọn dựa trên các bảng cân đối kế toán và báo cáo thu nhập chi phí của các ngân hàng. Thống kê mô tả về các biến giải thích

và biến độc lập được trình bày trong Bảng 1.

Các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời có sự biến động đáng kể giữa các ngân hàng trong giai đoạn 2011-2015. Cụ thể, tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu của ngân hàng đạt mức cao nhất 41.47% trong khi đó ngân hàng đạt mức lợi nhuận thấp nhất là 0,01%. Điều này cho thấy, trong giai đoạn tái cơ cấu vẫn có những ngân hàng làm ăn tốt, trong điều kiện các biện pháp tái cơ cấu tác động đáng kể tới chi phí và khả năng sinh lời các ngân hàng.

Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản trung bình ở mức 11,38%, về cơ bản đạt yêu cầu của NHNN. Tuy nhiên, ở nhiều ngân hàng, đặc biệt là các ngân hàng cổ phần chuyển đổi từ ngân hàng nông thôn thì tỷ lệ này không đạt.

Tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản đạt ở mức 53,16%, đặc biệt có những ngân hàng tỷ lệ này còn cao ở mức trên 75%. Điều này cho thấy các ngân hàng chưa thật sự đa dạng trong cấu trúc tài sản và rủi ro tín dụng vẫn còn tiềm ẩn.

Tỷ lệ chi phí trích lập dự phòng rủi ro trên tổng quy mô nợ ở mức trung bình là 1,57%. Tỷ lệ này khá cao nếu so sánh với thời kỳ trước, cá biệt có những ngân hàng chi phí dự phòng chiếm đến gần một nửa tổng quy mô nợ. Chính sách mới về trích lập dự phòng rủi ro tác động rất lớn đến chi phí và lợi nhuận của các ngân hàng và là yếu tố cơ bản quyết định lợi nhuận các ngân hàng. Cho dù các ngân hàng bán tài sản cho VAMC song vẫn phải trích lập dự phòng trên cơ sở số nợ xấu đã bán.

Quy mô tài sản các ngân hàng có sự biến động khá lớn giữa các nhóm ngân hàng. Các

NHTM thuộc sở hữu nhà nước hoặc nhà nước nắm cổ phần chi phối có quy mô rất lớn lên đến hàng trăm nghìn tỷ đồng, trong khi đó các ngân hàng nước ngoài hay cổ phần thì giá trị tài sản đôi khi chỉ ở mức vài nghìn tỷ đồng. Các ngân hàng với quy mô tài sản nhỏ gặp khó khăn trong đa dạng hóa danh mục tài sản và dễ bị rủi ro. Do đó, sáp nhập các ngân hàng nhỏ lại với nhau là biện pháp thích hợp giúp hạn chế rủi ro, giảm chi phí và tăng khả năng cạnh tranh (bảng 1).

(ROE). Như vậy, các ngân hàng có mức độ an toàn về vốn cao hơn lại đạt mức sinh lời trên vốn chủ sở hữu thấp hơn. Điều này được giải thích là do yêu cầu tăng tỷ lệ an toàn vốn từ phía NHNN trong bối cảnh thị trường chứng khoán đi xuống, buộc các NHTM phải tăng vốn bằng lợi nhuận để lại.

Hai là, tỷ trọng tài sản cho vay trên tổng tài sản (LA) càng cao thì tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu hoặc tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản càng cao. Phát hiện này cho

Bảng 1: Thống kê mô tả các biến độc lập và biến giải thích

Tên biến	Ký hiệu	Min	Max	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Biến độc lập					
Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu	ROE	0,0001	0,4147	0,1083	0,0841
Tỷ suất sinh lời trên tài sản	ROA	0,000	0,0369	0,0110	0,0086
Biến giải thích					
Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản	EA	0,0421	0,7983	0,1138	0,0786
Tỷ lệ tài sản cho vay trên tổng tài sản	LA	0,1982	0,8095	0,5316	0,1329
Tỷ trọng chi phí dự phòng tín dụng trên tổng quy mô nợ	LP	0,0086	0,5397	0,0157	0,0450
Quy mô tài sản (ĐVT: triệu đồng)	A	2.337.884	741.815.049	101.421.243	153.082.576

(Nguồn: Bảng cân đối tài sản, báo cáo thu nhập - chi phí các ngân hàng)

5. Phân tích kết quả

Bảng 2 trình bày kết quả hồi quy với hai biến độc lập phản ánh khả năng sinh lời của các NHTM trong giai đoạn tái cơ cấu (2011-2015) với một số kết quả đáng chú ý như sau.

Một là, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn (EA) có quan hệ ngược chiều với biến tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu

thấy vai trò của cấu trúc tài sản đối với khả năng sinh lời hệ thống NHTM Việt Nam. Trong đó, các ngân hàng vẫn phụ thuộc đáng kể vào các khoản cho vay để tạo ra lợi nhuận. Đa dạng hóa danh mục tài sản và tăng cường kiểm soát rủi ro tín dụng sẽ đảm bảo tăng trưởng lợi nhuận bền vững cho các ngân hàng.

Bảng 2: Kết quả hồi quy

	ROE	ROA
EA	-0,1923** (0,1023)	0,0102 (0,01)
LA	0,0847* (0,0543)	0,0155*** (0,005)
LP	-0,1223 (0,1557)	-0,0147 (0,0151)
Log(A)	0,0024 (0,0006)	-0,002*** (0,0006)

Trong đó: ROE là tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu; ROA là tỷ suất sinh lời trên tài sản; EA là tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tài sản; LA là tỷ lệ tài sản cho vay trên tổng tài sản; LP là tỷ trọng chi phí dự phòng rủi ro tín dụng trên tổng nợ; Log(A) là log của tổng tài sản. Ký hiệu *, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

Ba là, tỷ trọng chi phí dự phòng rủi ro tín dụng trên tổng nợ các ngân hàng có mối quan hệ nghịch chiều với các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời. Tuy về mặt thống kê mối quan hệ tương quan này không có ý nghĩa, song về mặt thực tiễn lại có ý nghĩa đáng kể. Cụ thể là chi phí dự phòng rủi ro tín dụng là nhân tố tác động lớn tới hai chỉ tiêu ROE và ROA. Các chính sách của chính phủ trong việc tăng cường kiểm soát rủi ro và yêu cầu các NHTM trích lập đầy đủ chi phí dự phòng đã phát huy tích cực. Ngân hàng nào cho vay nhiều song không quản lý tốt rủi ro sẽ dẫn tới tăng chi phí dự phòng và hệ quả làm giảm lợi nhuận cũng như khả năng sinh lời.

Bốn là, kết quả với biến Log(A) trong Bảng 2 chỉ ra mối quan hệ nghịch chiều giữa quy mô tài sản và khả năng sinh lời của tài sản. Điều này một lần nữa cho thấy chất lượng tài sản mới là yếu tố quyết định khả năng tạo lợi nhuận của các NHTM. Nếu chất lượng tài sản không tốt, nhiều nợ xấu thì càng

tăng quy mô tài sản thì càng làm tăng các khoản chi phí dự phòng; hệ quả là lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận giảm.

6. Kết luận và kiến nghị

Sau giai đoạn tăng trưởng nóng và thiếu bền vững, hệ thống NHTM Việt Nam bước vào giai đoạn tái cơ cấu với mục tiêu ổn định và phát triển bền vững. Hàng loạt biện pháp tái cơ cấu được triển khai như sáp nhập và mua lại với các ngân hàng yếu kém, thành lập công ty mua bán nợ (VAMC), tăng cường các tiêu chuẩn hoạt động... Các biện pháp này tác động lớn tới toàn hệ thống cũng như khả năng sinh lời của các ngân hàng trong giai đoạn tái cơ cấu. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đi sâu phân tích bốn nhân tố cơ bản có thể tác động tới lợi nhuận của các NHTM, bao gồm: cơ cấu nguồn vốn, cơ cấu tài sản, tác động của nợ xấu và quy mô tài sản. Các kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: (1) tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tài sản có tác động nghịch chiều với lợi nhuận; (2) tỷ trọng tài sản cho vay trên

tổng tài sản tác động cùng chiều với khả năng sinh lời; (3) Nợ xấu tác động tiêu cực tới lợi nhuận và (4) quy mô tài sản tác động nghịch chiều với khả năng sinh lời trên tài sản.

Từ những kết quả và phân tích được trình bày ở trên, tác giả đề xuất một số kiến nghị nhằm tăng khả năng sinh lời của hệ thống NHTM Việt Nam. Một là gia tăng sự đóng góp vốn của các cổ đông nhằm đảm bảo tỷ lệ an toàn về vốn. Hai là các ngân hàng cần đa dạng hóa danh mục tài sản, trách phụ thuộc quá nhiều vào tài sản cho vay. Ba là chất lượng tài sản mới là yếu tố quyết định tới khả năng sinh lời của ngân hàng, do đó NHNN cũng như các NHTM cần chú trọng công tác quản lý rủi ro, đặc biệt là rủi ro tín dụng, nhằm nâng cao chất lượng các khoản nợ. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Trúc, L. T., & Danh, V. T. (2012), *Phân tích hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 21, 158-168.
2. Đình Bảo, Hồ., & Thanh Tùng, Nguyễn (2016), *Ứng dụng phương pháp bao dữ liệu trong đánh giá và phân loại hiệu quả - Rủi ro các ngân hàng tại Việt Nam giai đoạn 2008-2012*, Tạp chí Kinh tế & Phát triển, 199, 46-52.
3. Tô Ngọc Hưng (2017), *Tái cơ cấu hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam hướng tới phát triển bền vững*, Tạp chí Ngân hàng.
4. Le, Phuong Thanh, Charles Harvie, and Amir Arjomandi. (2017), *Testing for differences in technical efficiency among groups*

within an industry, Applied Economics Letters, vol 24 no 3, pp 159-162.

5. Le, Thanh Phuong, and Minh Thuy Do. (2017), *A productivity analysis of the Vietnamese banking sector using non-performing loans as a bad output*, Scholars Journal of Economics, Business and Management vol 8B, no 4: pp 532-540.

6. Vietnam National Assembly Economic Commission (NAEC) (2012), *From Macroeconomic Turbulent to Restructuring*, (Giau, NV, Chairperson), Hanoi.

7. Vo Tri, T & Nguyen Anh, D (2009), *Vietnam after Two Years of Wto Accession: What Lessons Can Be Learnt?*, ASEAN Economic Bulletin, vol. 26, no. 1, pp. 115-123.

Summary

The article analyzes some of the internal factors within Vietnamese commercial banking system that may affect the profitability of banks during the restructuring period. Using regression model with data collecting from 2011 to 2015, the author points out factors which have significant impacts on the profitability, including asset structure, capital structure, bad debt level and asset scale. Since then, the author proposed a number of solutions to improve the profitability of the commercial banking system.

KIỂM SOÁT CHUYỂN GIÁ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Tuấn Anh
Trường Đại học Thương mại
Email: anhnghuyenhp2903@gmail.com

Ngày nhận: 01/03/2019

Ngày nhận lại: 15/03/2019

Ngày duyệt đăng: 19/03/2019

Hiện tượng chuyển giá và quản lý nhà nước đối với hoạt động chuyển giá của doanh nghiệp (DN) có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại Việt Nam đã được nhiều nhà quản lý, nhà nghiên cứu cũng như các phương tiện truyền thông bình luận, phân tích và cho thấy, đấu tranh nhằm ngăn chặn, đẩy lùi hành vi chuyển giá không hề dễ dàng. Mặc dù, các văn bản pháp lý (Thông tư 66/2010/TT-BTC, Nghị định 20/2017/NĐ-CP, Thông tư 41/2017/TT-BTC) đã được ban hành, tạo cơ sở pháp lý cho các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động chuyển giá, nhưng kết quả đạt được còn khiêm tốn. Thực tế có những DN FDI báo cáo thua lỗ liên tục trong nhiều năm liền nhưng vẫn đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh. Hiện ở Việt Nam có khoảng hơn 17.000 DN FDI, riêng địa bàn thành phố Hà Nội có trên 6.400, trong đó số lượng DN có kê khai giao dịch liên kết là hơn 1.100.

Trên cơ sở nguồn thông tin thứ cấp về DN FDI và thực trạng kiểm soát chuyển giá đối với nhóm doanh nghiệp này, tác giả bài viết phân tích, đánh giá những khó khăn, vướng mắc trong thanh tra giá chuyển nhượng (chuyển giá) của DN FDI trên địa bàn Hà Nội, từ đó đề xuất một vài giải pháp nhằm tăng cường và hoàn thiện hoạt động kiểm soát chuyển giá của các cơ quan quản lý nhà nước thời gian tới.

***Từ khóa:** doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, chuyển giá, giá chuyển nhượng, giao dịch liên kết, kiểm soát chuyển giá.*

1. Thực trạng DN FDI trên địa bàn Hà Nội

Đến cuối năm 2018, tổng số DN FDI trên địa bàn Hà Nội đã được cấp mã số thuế là 8.688 DN, trong đó số DN đang hoạt động là 6.423 DN, chiếm 73,9% (2.265 DN còn lại ở trạng thái ngừng hoạt động, đã chấm dứt hiệu lực mã số thuế, tạm ngừng kinh doanh có thời

hạn, chuyên cơ quan thuê quản lý, không hoạt động tại địa chỉ đã đăng ký). Tuy nhiên, kết quả kinh doanh của khối DN FDI trên địa bàn không mấy khả quan. Theo số liệu thống kê từ báo cáo tài chính của các DN FDI do Cục thuế TP Hà Nội quản lý, số DN lỗ năm 2016 - 2017 nhiều hơn DN lãi, chiếm tới 55 -

Bảng 1: Số lượng DN FDI trên địa bàn Hà Nội

Chỉ tiêu	2016	2017	2018
Số lượng DN đã cấp mã số thuế*	7.417	8.259	8.688
Số lượng DN thực tế đang hoạt động*	5.180	5.999	6.423

* Số liệu lũy kế đến cuối các năm

Nguồn: Cục Thuế TP Hà Nội

57%/tổng số DN (xem bảng 2). Thời gian gần đây, công tác quản lý thuế của Cục cho thấy hàng loạt DN FDI đang hoạt động trên địa bàn thành phố Hà Nội có kê khai kết quả kinh doanh lỗ liên tục, nhưng vẫn tiếp tục đầu tư, mở rộng SXKD tăng doanh thu; nhiều DN có lỗ cộng dồn lớn hơn số vốn đầu tư ban đầu. Có những DN FDI đầu tư 10 năm lỗ, 15 năm cũng lỗ, cá biệt có trường hợp hơn 20 năm lỗ liên tục nhưng vẫn đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh.

Bảng 2: Kết quả kinh doanh của DN FDI trên địa bàn Hà Nội

Chỉ tiêu	2016	2017
Số DN kinh doanh có lãi (%)	45	43
Số DN kinh doanh lỗ (%)	55	57
Số lỗ của DN (tỷ đồng)	10.601	6.785
Tổng Nợ phải trả (tỷ đồng)	172.497	495.068
Vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)	746.610	216.517

Nguồn: Báo cáo sức khỏe doanh nghiệp - Cục thuế TP Hà Nội

2. Thực trạng tổ chức thanh tra và những khó khăn, vướng mắc trong kiểm soát chuyên giá đối với DN FDI trên địa bàn Hà Nội

* Thực trạng tổ chức thanh tra giá chuyên nhượng

Trước năm 2011, Cục Thuế TP Hà Nội chưa có bộ phận chuyên trách nào về chuyên giá. Năm 2012 Tổng Cục Thuế (TCT) ban

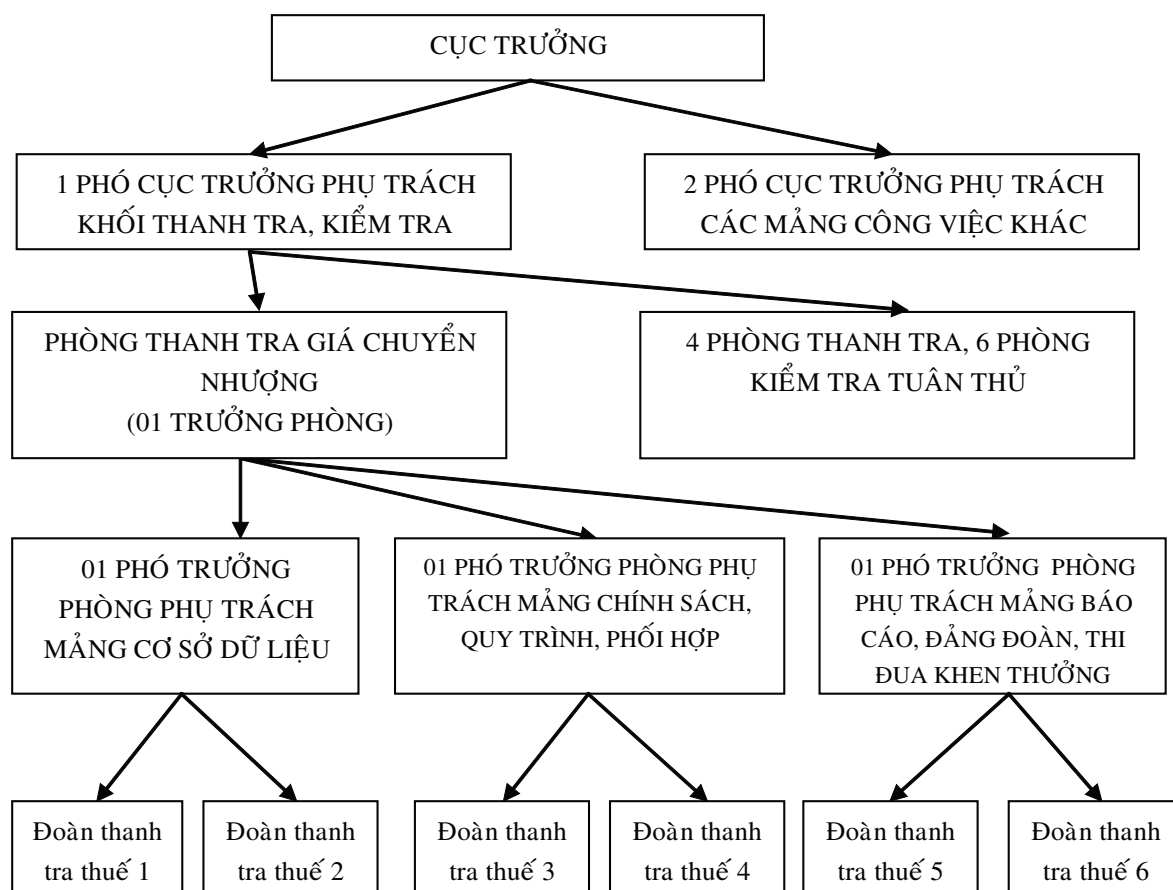
hành Quyết định số 141/QĐ-TCT ngày 15/02/2012 thành lập Tổ Quản lý thuế đối với hoạt động chuyển giá thuộc Tổng cục thuế. Đây là bộ phận đầu tiên chuyên trách tư vấn tham mưu cho TCT. Ngày 12/06/2012, Cục Thuế TP Hà Nội ban hành Quyết định số 14373/QĐ-CT-TCCB thành lập Tổ công tác triển khai chuyên đề Quản lý giá chuyên nhượng đối với lĩnh vực xây dựng và kinh doanh bất động sản. Năm 2014, Cục Thuế TP Hà Nội thành lập Tổ triển khai công tác thanh

tra các DN liên kết có dấu hiệu chuyển giá. Ngày 16/11/2015, Cục thuế TP Hà Nội tổ chức hội nghị công bố Quyết định số 1483/QĐ-BTC ngày 29/7/2015 của Bộ Tài chính và công bố nhân sự. Phòng Thanh tra giá chuyên nhượng (GCN) chính thức đi vào hoạt

động từ ngày 16/11/2015, thực hiện chức năng nhiệm vụ theo quy định tại Quyết định số 1574/QĐ-TCT ngày 01/9/2015 của Tổng cục Thuế. Ban đầu thành lập, Phòng thanh tra GCN có 14 người, trong đó có 1 trưởng phòng, 2 phó phòng và 11 thanh tra viên. Đến tháng 8/2018, Phòng thanh tra GCN có 17 người và thành lập 6 Đoàn thanh tra (xem Hình 1). Nhân sự của Phòng được điều động

từ các phòng thanh tra, kiểm tra, kê khai và kế toán thuế, tuyên truyền hỗ trợ người nộp thuế (NNT), quản lý và cưỡng chế nợ thuế.

- Tổ chức thu thập thông tin liên quan đến việc xác định nghĩa vụ thuế của các DN có quan hệ liên kết.



Nguồn: Cục thuế TP Hà Nội

Hình 1: Bộ máy quản lý hoạt động thanh tra giá chuyên nhượng tại Cục thuế TP Hà Nội

Thời gian đầu đi vào hoạt động, với nguồn nhân lực còn hạn chế, Phòng Thanh tra giá chuyên nhượng triển khai đồng bộ các nhiệm vụ được giao, đồng thời chú trọng đến hoàn thành các nhiệm vụ cơ bản sau:

- Tham gia biên soạn tài liệu đào tạo và tham gia đào tạo công chức thuế về giá chuyên nhượng thuộc phạm vi quản lý của Cục Thuế.

- Tổ chức thực hiện công tác thanh tra giá chuyên nhượng theo chương trình kế hoạch thanh tra của Cục Thuế; thanh tra giá chuyên nhượng các trường hợp do Phòng Thanh tra thuế, Phòng Kiểm tra thuế, Chi cục Thuế đề nghị hoặc theo yêu cầu của CQT cấp trên và cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

- Phối hợp với các phòng chức năng của Cục Thuế và các cơ quan chức năng khác trong việc thanh tra giá chuyên nhượng.

Trực tiếp đề xuất, tiếp nhận hỗ trợ của Tổng cục Thuế trong quá trình thanh tra giá chuyển nhượng.

- Tổng hợp, báo cáo, đánh giá chất lượng công tác thanh tra giá chuyển nhượng; nghiên cứu đề xuất các biện pháp nâng cao hiệu quả công tác thanh tra giá chuyển nhượng.

*** Những khó khăn, vướng mắc trong thanh tra giá chuyển nhượng đối với DN FDI trên địa bàn Hà Nội**

Khó khăn, vướng mắc từ Cục thuế TP Hà Nội

Các DN FDI trên địa bàn thành phố Hà Nội là các công ty con được thành lập bởi các công ty mẹ ở nước ngoài, thuộc các công ty liên kết trong hệ thống công ty đa quốc gia. Qua kiểm tra cho thấy, hầu hết các công ty này đều có các giao dịch liên kết trong hệ thống, có dấu hiệu chuyển giá. Tuy nhiên, trong quá trình thanh tra để xác định có hay không hành vi chuyển giá của các DN này, Cục thuế TP Hà Nội đã gặp không ít khó khăn, vướng mắc.

Một là, cơ sở dữ liệu của Cục thuế TP Hà Nội còn thiếu và chưa đồng bộ, Cục thuế TP Hà Nội chưa sử dụng cơ sở dữ liệu thương mại để so sánh, ấn định tỷ suất lợi nhuận mà vẫn chủ yếu sử dụng cơ sở dữ liệu nội bộ của ngành thuế (còn gọi là dữ liệu bí mật). Do hạn chế về kinh phí nên việc mua cơ sở dữ liệu thương mại của các công ty chuyên cung cấp dữ liệu của nước ngoài đối với ngành thuế là rất khó khăn, phải chờ Tổng cục Thuế (Vụ hợp tác quốc tế) đấu thầu trong một thời gian dài, đến nay vẫn chưa có kết quả. Trong đấu tranh chống chuyển giá, mỗi bên (DN và CQT) sử dụng một dữ liệu riêng dẫn đến việc thiếu thống nhất và dễ gây tranh cãi về tỷ suất lợi nhuận thị trường. Cơ sở dữ liệu khác nhau sẽ cho ra kết quả tỷ suất lợi nhuận khác nhau, bên nào cũng bảo vệ tỷ suất của mình nên

việc khó tìm được điểm chung, dẫn đến nhiều cuộc thanh tra chuyển giá bị kéo dài.

Hai là, Cục thuế TP Hà Nội chưa xây dựng được cơ sở dữ liệu về giá cả của các loại hàng hóa được giao dịch giữa các công ty độc lập và các công ty liên kết với nhau. CQT khai thác thông tin chủ yếu từ hồ sơ khai thuế và các thông tin này chỉ hỗ trợ và đáp ứng một phần rất nhỏ của công tác quản lý thuế đối với hoạt động chuyển giá. Các ứng dụng về thông tin NNT của ngành thuế còn phân tán không đầy đủ, không có sự kết nối thông tin giữa các cơ quan quản lý nhà nước và các bên khác. Vì vậy, khi một hoạt động nghiệp vụ mua bán nội bộ xảy ra, giữa các công ty có giao dịch liên kết, công ty cùng tập đoàn xảy ra thì CQT rất khó khăn trong việc tìm kiếm một nghiệp vụ mua bán tương đương để so sánh xem nghiệp vụ mua bán nội bộ này của DN có đảm bảo tuân thủ theo nguyên tắc giá thị trường hay không. Đặc biệt, qua thanh tra một số DN chỉ sản xuất một loại sản phẩm hàng hóa bán cho bên liên kết, có DN sản xuất, gia công cho duy nhất DN mẹ mà không có giá giao dịch độc lập trong nội bộ DN để so sánh hoặc DN tự khai mục tiêu hoạt động SXKD của DN không vì lợi nhuận sẽ khó khăn cho việc xác định tỷ suất lợi nhuận để yêu cầu kê khai giao dịch độc lập.

Ba là, công tác tuyên truyền phổ biến cho DN và kiểm tra, kiểm soát việc thực hiện theo Thông tư 66/2010/TT-BTC, Nghị định 20/2017/NĐ-CP, Thông tư 41/2017/TT-BTC của Bộ Tài chính còn hạn chế, chưa triệt để nên các DN hầu như không tự điều chỉnh đối với các trường hợp có quan hệ giao dịch kinh doanh liên kết và CQT chưa đủ điều kiện để áp dụng các biện pháp mạnh đối với các trường hợp không chấp hành. Do đó, việc triển khai thực hiện Thông tư số 66/2010/TT-BTC, Nghị định 20/2017/NĐ-

CP, Thông tư 41/2017/TT-BTC của Bộ Tài chính thời gian qua chưa thực hiện được nhiều do tính phức tạp của việc chuyển giá, hướng dẫn của các phương pháp điều chỉnh giá giao dịch độc lập và giá giao dịch liên kết còn chưa thực sự cụ thể nên chưa áp dụng được nhiều trong thực tiễn.

Bốn là, việc thanh tra các DN có dấu hiệu chuyển giá thường phải phân tích số liệu, thu thập thông tin chiếm nhiều thời gian so với thanh tra DN khác. Việc kiểm tra, thanh tra giá chuyển nhượng để có kết quả phải mất nhiều thời gian đối chiếu, phân tích thông tin và phụ thuộc nhiều vào việc cung cấp thông tin của các bên khi xác định giá thị trường, trong khi thời gian thanh tra, kiểm tra theo quy định lại có giới hạn.

Năm là, công chức thuế tham gia công tác thanh tra chống chuyển giá còn nhiều hạn chế về kỹ năng thanh tra chống chuyển giá, chưa có kinh nghiệm thanh tra, kiểm tra lĩnh vực này, trình độ ngoại ngữ yếu kém. Các phương pháp xác định giá thị trường rất phức tạp, đòi hỏi cán bộ thuế phải có kỹ năng chuyên sâu nhưng hiện nay cán bộ thuế vẫn còn ngỡ, chưa có kinh nghiệm nhiều trong lĩnh vực này; vừa nghiên cứu văn bản, vừa học hỏi, vừa áp dụng thực tiễn và rút kinh nghiệm dần dần. Số lượng cán bộ thanh tra không tăng, nguồn nhân lực thực hiện công tác thanh tra chống chuyển giá còn thiếu và hạn chế: qua 3 năm biên chế của bộ phận thanh tra giá chuyển nhượng của Cục thuế TP Hà Nội mới chỉ tăng từ 14 (năm 2015) lên 17 cán bộ (năm 2018). Đồng thời Cục thuế TP Hà Nội phải huy động cán bộ thanh tra có trình độ nghiệp vụ, hiểu biết về nghiệp vụ thanh tra chống chuyển giá hoặc đã qua nhiều lần được bồi dưỡng kiến thức chống chuyển giá của ngành, hiện nay số cán bộ này qua công tác luân phiên công việc đã được điều chỉnh sang các

bộ phận khác của Cục Thuế hoặc đã chuyển công tác ra khỏi ngành thuế nên ngành thuế càng gặp nhiều khó khăn hơn.

Khó khăn, vướng mắc từ môi trường pháp lý

Thứ nhất, hiện nay, văn bản pháp luật hiện hành chưa quy định rõ cơ chế phối hợp hoặc quy định trách nhiệm của các cơ quan chức năng có liên quan trong việc phối hợp với CQT, hỗ trợ xác minh về thông tin của các công ty ở nước ngoài tham gia giao dịch liên kết, giá cả thị trường khách quan (cơ quan xuất nhập cảnh, cơ quan ngoại giao, đại sứ quán, tham tán thương mại Việt Nam ở nước ngoài). Sự phối hợp trong cung cấp và trao đổi thông tin giữa CQT Việt Nam và CQT các nước còn hạn chế, nên việc tìm kiếm xác định giá thị trường rất khó khăn không đủ cơ sở để ấn định thuế. Do đó còn thu hẹp về đối tượng thực hiện là thuế và DN, chưa thu hút được sự “vào cuộc” của một số đơn vị có liên quan kể cả chính quyền địa phương (UBND tỉnh). Hơn nữa, CQT vẫn chưa có chức năng điều tra thuế... nên không xử lý được các trường hợp vi phạm có tính phức tạp, phạm vi rộng ngoài lãnh thổ Việt Nam.

Thứ hai, chưa có chế tài đủ mạnh, nhằm buộc các DN phải kê khai chính xác về giá đối với các hoạt động giao dịch liên kết (phạt về hành vi gian lận thuế, trốn thuế; truy cứu trách nhiệm hình sự; cấm hoạt động kinh doanh tại Việt Nam...). Căn cứ pháp lý về chống chuyển giá chưa hoàn thiện. Xét ở cấp độ văn bản luật thì quy định về chuyển giá và chống chuyển giá chưa thực sự đầy đủ và rõ ràng; mới chỉ có Điểm e Khoản 1 Điều 37 Luật Quản lý thuế quy định một nội dung có liên quan có thể được vận dụng làm cơ sở để đấu tranh chống chuyển giá. Vì vậy, chưa có biện pháp chế tài đủ mạnh, nhằm ràng buộc các DN phải kê khai chính xác

Khó khăn, vướng mắc từ DN FDI

Một là, các DN FDI có dấu hiệu chuyển giá chủ yếu rơi vào các DN có vốn đầu tư nước ngoài, đang được hưởng ưu đãi thuế và đa số có số lỗ lớn, do đó khi tiến hành thanh tra thông thường theo quy trình thanh tra không mang lại hiệu quả về số thu nộp NSNN mà chủ yếu chỉ giảm lỗ.

Hai là, các DN FDI thường thuê công ty kiểm toán làm hồ sơ xác định giá thị trường hết sức công phu với đầy đủ lập luận và lý lẽ để ngụy biện cho kết quả kinh doanh lỗ hoặc tỷ suất lợi nhuận quá thấp của mình, điều này khiến cho cán bộ thanh tra hết sức khó khăn trong khâu phân tích, lập luận để bác các lập luận trong hồ sơ xác định giá thị trường.

Ba là, một số DN FDI khi bị thanh tra giá chuyển nhượng thường cố tình không ký vào Biên bản thanh tra vì tâm lý lo sợ: nếu một công ty ở Việt Nam bị kết luận là chuyển giá, toàn bộ tập đoàn (hoặc công ty mẹ ở nước ngoài) sẽ bị mất uy tín, dẫn đến hiệu ứng lan truyền là các công ty con ở các quốc gia khác trong cùng tập đoàn cũng bị nghi ngờ là “có vấn đề”, do đó việc đấu tranh của CQT đối với DN là hết sức khó khăn vì CQT thường có xu hướng ấn định trên cơ sở phải đạt được sự đồng thuận với DN.

3. Các biện pháp hoàn thiện kiểm soát chuyển giá đối với DN FDI trên địa bàn Hà Nội

Đối với Cục thuế TP Hà Nội

Chống chuyển giá là công việc trọng tâm, thường xuyên và lâu dài. Để thực hiện được mục tiêu nâng cao tính hiệu lực, hiệu quả của công tác thanh tra giá chuyển nhượng, Cục thuế TP Hà Nội cần tập trung giải quyết các vấn đề cơ bản sau:

Về phương pháp thanh tra

Triển khai, mở rộng công tác thanh kiểm tra thuế chống chuyển giá theo hướng: lồng ghép công tác chống chuyển giá đối với các DN nằm trong kế hoạch thanh tra, kiểm tra thuế hàng năm, xác định những giao dịch liên kết có khả năng thực hiện được (DN liên kết có giao dịch độc lập, kể cả đầu vào, đầu ra; DN có giao dịch đơn giản, ít mặt hàng).

Thay đổi một số nội dung, phương pháp trong công tác thanh tra, kiểm tra thuế nhằm có thể phát hiện và xử lý các hành vi chuyển giá: cần đào sâu vào báo cáo xác định giá thị trường để tìm hiểu các nguyên nhân, những lập luận ngụy biện cho các nguyên nhân lỗ lớn hoặc lãi không đáng kể. Kỹ năng bác hồ sơ xác định giá thị trường là một trong những kỹ năng quan trọng nhất mà cán bộ thanh tra giá chuyển nhượng cần nắm vững.

Phương pháp và các bước cụ thể để có thể tiến hành cuộc thanh tra chống chuyển giá từ khâu nhận dạng ban đầu đến các chứng cứ và cơ sở pháp lý xác định được giá thị trường khách quan.

Về công tác tuyên truyền

Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền để tranh thủ sự đồng thuận của các cấp chính quyền, xã hội và cộng đồng các DN. Đồng thời tích cực tuyên truyền để cho các DN biết là CQT đang tiến hành các biện pháp trong công tác chống chuyển giá nhằm cảnh báo, phòng ngừa các hành vi chuyển giá. Quá trình thực hiện cần kịp thời tổng hợp các khó khăn, vướng mắc báo cáo Tổng cục Thuế và Bộ Tài chính theo dõi chỉ đạo.

Về đơn đốc kê khai thuế

Tiếp tục theo dõi đơn đốc, kiểm tra xử lý đối với các DN chưa thực hiện kê khai giao

dịch liên kết theo Mẫu số 01 Nghị định 20/2017/NĐ-CP. Đơn đốc, giám sát DN kê khai đầy đủ các giao dịch liên kết theo mẫu. Đối tượng kê khai không chỉ là các DN có vốn đầu tư nước ngoài mà còn bao gồm cả các DN có quan hệ liên kết trong nước. Đây là tiền đề quan trọng để CQT phân loại người nộp thuế, từ đó nhận dạng và “định vị” chính xác các trọng tâm cần thanh tra.

Về cơ sở dữ liệu

Cần hoàn thiện và xây dựng hệ thống dữ liệu thông tin đầy đủ về NNT nói chung và phục vụ cho hoạt động chống chuyển giá nói riêng; Xây dựng cơ sở dữ liệu về tỷ suất lợi nhuận và giá cả giao dịch để CQT, các cơ quan hữu quan và DN có thể tra cứu và làm căn cứ khi xem xét giao dịch mua bán tại DN có thực hiện thủ thuật chuyển giá hay không hay tuân thủ theo nguyên tắc giá thị trường.

Về phối hợp nội ngành

Để nâng cao hiệu quả thanh tra chống chuyển giá, rất cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận thanh tra và bộ phận quản lý thuế các DN có vốn đầu tư nước ngoài. Sự phối hợp này phải tập trung vào trao đổi thông tin để xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung về NNT là các DN có vốn đầu tư nước ngoài.

Về công khai dữ liệu về giá thị trường

Ngành thuế cần công khai tỷ suất lợi nhuận bình quân cho từng ngành vào các năm khác nhau. Cục thuế TP Hà Nội và Tổng cục Thống kê cần phải cùng nhau phối hợp xây dựng và công bố rộng rãi trên các phương tiện thông tin để cho các cơ quan quản lý thuế cơ sở và các DN trên địa bàn Thành phố Hà Nội thống nhất áp dụng. Bảng tỷ suất lợi nhuận bình quân ngành là cơ sở pháp lý giúp cho cơ quan thanh tra thuế thực hiện thanh tra khi

thấy DN có những dấu hiệu bất thường về tỷ suất lợi nhuận như quá cao hay quá thấp so với tỷ lệ bình quân ngành.

Về tổ chức thu thập thông tin

Ngoài thông tin trong ngành Thuế, thông tin ở DN cần phải thu thập thêm thông tin của các đối tác khác có liên quan ở trong nước và nhất là ở nước ngoài.

Cục thuế TP Hà Nội cần xây dựng, thành lập một bộ phận chuyên trách về thu thập thông tin phục vụ cho hoạt động thanh tra, kiểm tra thuế nói chung và chống chuyển giá nói riêng từ trung ương đến địa phương phục vụ cho công tác quản lý thuế đối với hoạt động chống chuyển giá. Nâng cao chức năng nhiệm vụ của bộ phận thanh tra giá chuyên nhượng, đồng thời lập bộ phận chuyên thu thập thông tin, dữ liệu để cung cấp và phục vụ cho công tác phân tích, so sánh xác định giá thị trường trong công tác thanh tra chống chuyển giá.

Công tác đào tạo, phổ biến kinh nghiệm

Từ kết quả tiến hành thanh tra, kiểm tra thuế một số DN FDI điển hình có dấu hiệu chuyển giá, Cục Thuế TP Hà Nội nên xây dựng thành phương pháp, kinh nghiệm cho các cán bộ thanh tra, kiểm tra toàn ngành học tập, rút ra kinh nghiệm. Tổ chức một số cuộc thanh tra thuế toàn diện đối với các DN FDI theo phân tích rủi ro để đúc kết những bài học kinh nghiệm và phổ biến cho cán bộ thuế nắm và vận dụng vào tình hình thực tế ở mỗi địa phương. Hỗ trợ 30 Chi cục thuế quận, huyện, thị xã trên địa bàn về việc phân tích thu thập thông tin, làm rõ một số quan hệ giao dịch không được quy định cụ thể trong văn bản pháp luật;

Cục Thuế TP Hà Nội cần mở các lớp tập huấn chuyên đề về thanh tra chống chuyển giá cho công chức thuế nhằm nâng cao kỹ năng thanh tra, kiểm tra, chú trọng đào tạo theo từng kỹ năng chuyên sâu về phương pháp thanh tra chống chuyển giá, kỹ năng thanh tra một số chuyên ngành để đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ công tác. Đồng thời Cục thuế TP Hà Nội cử một số đoàn thanh tra, kiểm tra chống chuyển giá làm điểm tại Chi cục thuế (có tham gia của cán bộ kiểm tra chi cục thuế) để các Chi cục Thuế học tập kinh nghiệm.

Bên cạnh đó, cần ban hành sổ tay nghiệp vụ thanh tra thuế theo chuyên đề chống chuyển giá để triển khai cho cán bộ làm công tác thanh tra, kiểm tra. Cục thuế TP Hà Nội thường xuyên tổ chức sơ kết, tổng kết công tác thanh tra, kiểm tra chống chuyển giá để trao đổi, học hỏi kinh nghiệm trong toàn ngành.

Đối với Tổng cục Thuế

Tổng cục Thuế (Vụ Thanh tra) cần chủ động trong công tác chống chuyển giá qua việc phối hợp với Vụ Hợp tác Quốc tế, Vụ Doanh nghiệp lớn để thanh tra các DN lớn do Tổng Cục Thuế trực tiếp quản lý hoặc Cục Thuế quản lý.

Tổng Cục Thuế nên tích cực triển khai áp dụng hình thức thỏa thuận giá trước (APA) trong việc đấu tranh chống chuyển giá. Nghĩa là, trước khi DN đầu tư, DN và cơ quan thuế (CQT) thỏa thuận giá trước để hạn chế những vướng mắc sau này. CQT sẽ tính toán, tham khảo với CQT của nước ngoài để đưa ra mức thuế. Nhà đầu tư sẽ tính toán đầu vào, đầu ra và thấy mức thuế hợp lý thì chấp thuận hoặc trao đổi lại. Theo số liệu thống kê, các vụ APA gần đây chưa nhiều vì trình

tự, thủ tục APA còn rất nhiều khó khăn, DN và CQT cũng phải thống nhất về tỷ suất lợi nhuận và lại quay lại bài toán về cơ sở dữ liệu, CQT muốn 1 tỷ suất cao hơn nhưng DN lại muốn 1 tỷ suất thấp hơn để giảm số thuế (coi như thuế khoán) phải nộp. Số vụ APA không tăng nghĩa là gánh nặng lại đặt lên vai bộ phận thanh tra chống chuyển giá. Vì vậy, càng làm tốt APA thì sẽ giảm tải được số lượng cũng như mức độ phức tạp trong thanh tra chuyển giá.

Đối với Bộ Tài chính

Sửa đổi các phương pháp xác định giá giao dịch thị trường theo hướng ít phương pháp, gọn, dễ hiểu, dễ thực hiện và có căn cứ để thực hiện. Nghị định 20/2017/NĐ-CP bản chất là gộp 5 phương pháp trong thông tư 66 vào thành 3 phương pháp, tuy nhiên tổng số phương pháp thành phần để xác định giá thị trường trong Nghị định 20/2017/NĐ-CP thì hầu như vẫn giữ nguyên. Cần rút gọn các phương pháp và đơn giản hóa để DN dễ vận dụng trong thực tế, phù hợp với nguồn cơ sở dữ liệu thương mại mà DN thu thập được, đồng thời cũng thuận tiện cho CQT trong thanh kiểm tra.

Đề xuất với cơ quan nhà nước có thẩm quyền để xử lý đối với các DN có số lỗ lũy kế lớn hơn số vốn góp theo hướng yêu cầu cơ quan cấp phép rút giấy phép đầu tư, yêu cầu DN làm thủ tục phá sản. Vì căn cứ Điều 84 Bộ luật Dân sự 2005 quy định pháp nhân phải có đủ các điều kiện sau đây: “Được thành lập hợp pháp; có cơ cấu tổ chức chặt chẽ; có tài sản độc lập với cá nhân, tổ chức khác và tự chịu trách nhiệm bằng tài sản đó; nhân danh mình tham gia các quan hệ pháp luật một cách độc lập”. Căn cứ vào quy định

đó, những DN lỗ hết vốn sẽ không còn tư cách pháp nhân.

Cho phép cơ quan quản lý thuế được quyền áp dụng những biện pháp tạm dừng hoàn thuế GTGT đối với các DN khai báo kết quả kinh doanh lỗ quá vốn chủ sở hữu cho đến khi DN khắc phục được tình trạng liên tục kê khai lỗ, vừa phù hợp với thông lệ quốc tế, vừa đồng bộ với Bộ Luật Dân sự của Việt Nam quy định về các điều kiện tồn tại pháp nhân kinh tế. Ban hành chính sách đối với các trường hợp có quan hệ kinh doanh liên kết sau một thời gian nhất định không tự điều chỉnh, hoặc không phát sinh thu nhập tính thuế trong thời gian 3 năm từ khi thành lập sẽ phải nộp theo một tỷ lệ nhất định theo từng ngành nghề lĩnh vực như đối với thuế nhà thầu.

Thay đổi, bổ sung hoặc sửa đổi một số nội dung trong Thông tư số 66/2010/TT-BTC ngày 22/04/2010 quy định về xử lý phạt vi phạm hành chính trong việc thực hiện kê khai giao dịch liên kết theo mẫu..., Hiện tại chưa có quy định cụ thể xử lý trong trường hợp DN chưa kê khai giao dịch liên kết.

Thông báo về các thông tin giá cả thị trường, tỷ suất lợi nhuận ngành nghề... trên phạm vi các vùng miền cả nước để các địa phương có cơ sở pháp lý khi áp dụng các phương pháp điều chỉnh quy định tại Nghị định 20/2017/NĐ-CP. Có giải pháp trong việc trao đổi thông tin với CQT các nước đã ký Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần với Việt Nam.

Tham mưu Chính phủ đề nghị bổ sung các luật liên quan như: Luật Đầu tư, Luật Doanh nghiệp về các chế tài thu hồi giấy phép đầu tư/giấy chứng nhận đầu tư, chấm dứt hoạt động khi các DN FDI có số lỗ kéo dài nhiều

năm hoặc lỗ quá vốn chủ sở hữu. Về chính sách, cơ chế điều hành quản lý cần có những bổ sung và thay đổi: thu hẹp các ưu đãi thuế; bổ sung nội dung chống chuyển giá, quyền điều tra cho CQT vào Luật Quản lý thuế (trước mắt ở cấp Tổng cục Thuế); Nâng cao tính pháp lý của chính sách thuế có liên quan đến chống chuyển giá, ngoài nghiệp vụ để ấn định thuế cần có các quy định về thu thập thông tin, mối quan hệ giữa các ngành có liên quan kể cả chính quyền địa phương. Trước hết, cần bổ sung một điều luật về chống chuyển giá vào Luật Quản lý thuế, về lâu dài nên ban hành Luật Chống chuyển giá; xây dựng các biện pháp chế tài đủ mạnh cho ngành thuế, xem chuyển giá là hành vi vi phạm tương đương với trốn thuế để đảm bảo tính răn đe, ngăn ngừa, trong đó có cả biện pháp xóa bỏ ưu đãi thuế thu nhập DN khi phát hiện chuyển giá nhằm buộc các DN phải kê khai chính xác về giá đối với các hoạt động giao dịch liên kết.

Đối với Bộ Kế hoạch và Đầu tư: Tăng cường công tác quản lý đầu tư, thông qua việc kiểm soát hiệu quả thực hiện dự án đầu tư và áp dụng các biện pháp chế tài đối với các dự án không đạt mục tiêu đề ra (kết quả kinh doanh lỗ lớn, không đảm bảo điều kiện hoạt động liên tục). Có biện pháp quản lý đối với các dự án đầu tư góp bằng tài sản, máy móc thiết bị theo hướng yêu cầu chủ đầu tư cam kết giá trị tài sản, máy móc thiết bị đem góp vốn được xác định theo giá thị trường.

Đối với Chính phủ: Có văn bản chỉ đạo quy định nhiệm vụ cụ thể cho các ngành có liên quan như: hải quan, công an, viện kiểm sát, ngân hàng,... thực hiện tốt việc phối hợp theo thẩm quyền với ngành thuế nhằm trao

đòi, cung cấp thông tin, nhằm kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động giao dịch liên kết và chuyển giá của các DN đầu tư nước ngoài.

Kết luận: Chuyển giá tuy không mới nhưng vẫn là cách DN, đặc biệt là các DN FDI, các tập đoàn lách luật phổ biến hiện nay. Kẽ hở của luật còn lớn và chế tài áp dụng chưa đủ mạnh, năng lực của thanh tra chuyển giá còn chưa đáp ứng được yêu cầu... đòi hỏi ngành thuế phải sớm chuyển đổi phương thức quản lý thuế theo hướng chuyên nghiệp hóa, hiện đại hóa để kiểm soát hình thức trốn - tránh, gian lận thuế thông qua chuyển giá, chống thất thu thuế, đồng thời nâng cao tính tuân thủ của NNT và tạo môi trường cạnh tranh công bằng cho NNT.◆

Tài liệu tham khảo:

1. Chính phủ (2017), *Nghị định số 20/2017/NĐ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2017 quy định về quản lý thuế đối với doanh nghiệp có giao dịch liên kết.*

2. Bộ Tài chính (2010), *Thông tư số 66/2010/TT-BTC ngày 22/04/2010 v/v hướng dẫn thực hiện xác định giá thị trường trong giao dịch kinh doanh giữa các bên có quan hệ liên kết.*

3. Tổng cục Thuế (2015), *Quyết định số 1574/QĐ-TCT ngày 01/09/2015 v/v quy định chức năng, nhiệm vụ phòng thanh tra giá chuyển nhượng thuộc cục thuế tỉnh, thành phố: Hà Nội, Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai.*

4. Cục thuế TP Hà Nội, *Kế hoạch thanh tra các doanh nghiệp liên kết, có dấu hiệu chuyển giá các năm 2016, 2017, 2018.*

5. Cục thuế TP Hà Nội, *Báo cáo Tổng kết, Tham luận thanh tra chuyên đề các doanh nghiệp liên kết, có dấu hiệu chuyển giá năm 2016, 2017, 2018.*

Summary

Transfer Pricing and state administration on transfer pricing of foreign-invested enterprises in Vietnam have been discussed and analyzed by many administrators, researchers and media. It is illustrated that the struggle to prevent and eliminate transfer pricing is by no means easy. Although legal documents (Circular No. 66/2010/TT-BTC, Decree No. 20/2017/NĐ-CP, Circular No. 41/2017/TT-BTC) have been issued to create the legal framework for state administration agencies to supervise and control transfer pricing, the outcome remains limited. In fact, many FDI enterprises report losses in many successive years but keep expanding production activities. At present, Vietnam has a total of 17,000 FDI enterprises, with 6,400 located in Hanoi, of which over 1,100 enterprises involve in integration transaction declaration.

Based on the secondary data on FDI enterprises and the reality of transfer pricing control on these enterprises, the article analyses and evaluates the difficulties and barriers in inspecting transfer pricing of FDI enterprises in Hanoi, then proposes some solutions to complete the controls of state administration agencies in the coming time.

TÁC ĐỘNG CỦA CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KINH DOANH THỰC PHẨM VIỆT NAM

Nguyễn Hoàng Việt
Đại học Thương mại
Email: nhviet@tmu.edu.vn
Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt
Đại học Thương mại
Email: mynguyet@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 05/03/2019

Ngày nhận lại: 16/03/2019

Ngày duyệt đăng: 19/03/2019

Bài viết này nghiên cứu tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp (DN) kinh doanh thực phẩm Việt Nam. Dựa trên dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 130 DN kinh doanh thực phẩm đang hoạt động trên thị trường Việt Nam cho thấy loại hình chiến lược cạnh tranh được sử dụng đều có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của các DN này. Kết quả nghiên cứu là căn cứ cho các DN lựa chọn chiến lược cạnh tranh và phát triển các năng lực cạnh tranh phù hợp để cải thiện tốt hơn hiệu quả kinh doanh.

Từ khóa: Chiến lược cạnh tranh; Chiến lược chi phí thấp; Chiến lược khác biệt hóa; Chiến lược tập trung; DN kinh doanh thực phẩm; Hiệu quả kinh doanh.

1. Đặt vấn đề

Nhiều nghiên cứu về chiến lược trước đây đã chỉ ra hai điều kiện cần thiết cho sự thành công của một DN là vị thế cạnh tranh giúp doanh nghiệp ở vị trí dẫn đầu cũng như hiệu quả kinh doanh của DN. Trong đó một số nghiên cứu nhấn mạnh tồn tại nhiều yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh nhưng một trong những yếu tố có tác động đáng kể và làm cải thiện hiệu quả kinh doanh đó là chiến lược cạnh tranh của DN. Theo nghiên cứu của M.Porter (1980), chiến lược cạnh tranh là những cách thức và nỗ lực của DN nhằm thu hút khách hàng và nâng cao được vị thế cạnh tranh của DN trong một ngành kinh doanh nhất định. Tác giả lập luận các DN có chiến lược cạnh tranh rõ ràng sẽ dễ dàng vượt qua DN không có chiến lược và hiệu quả kinh doanh có thể được quyết định nhờ DN triển

khai một hoặc một vài chiến lược cạnh tranh bao gồm: chiến lược chi phí thấp, chiến lược khác biệt hóa và chiến lược tập trung.

Nhiều nghiên cứu sau này đã củng cố về vai trò và tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của DN. Cụ thể như, Dess và Davis (1984) cho rằng chiến lược cạnh tranh ít nhất cũng giúp cho các DN đạt được hiệu quả kinh doanh cao hơn so với các doanh nghiệp khác. Karnani (1984) lại đánh giá sự khác biệt về chi phí hoặc sự khác biệt về vị thế cạnh tranh giúp DN có được lợi nhuận cao hơn. White (1987) nhận định các đơn vị kinh doanh chiến lược của DN có khả năng đạt được lợi nhuận trên vốn đầu tư ROI cao hơn khi áp dụng chiến lược dẫn đạo về chi phí trong khi chiến lược khác biệt hóa giúp DN tăng được doanh số bán nhờ có sự phối hợp giữa các bộ phận chức năng quan

trọng bên trong DN. Wright (1991) cho rằng DN áp dụng cả hai chiến lược khác biệt hóa và chi phí thấp đều mang lại hiệu quả kinh doanh cao nhất. Bush và Sinclair (1992) tiến hành nghiên cứu thực tế và cho biết các DN thành công trên thị trường đều là các DN kết hợp linh hoạt và thành công giữa chi phí thấp và khác biệt hóa. Yamin (1999) xem xét mối quan hệ giữa chiến lược cạnh tranh, lợi thế cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh từ đó đánh giá hiệu quả kinh doanh của DN thông qua chỉ tiêu lợi nhuận. Tehrani (2003) đưa ra quan điểm về sự tác động của năm loại hình chiến lược cạnh tranh (khác biệt hóa sản phẩm, chi phí thấp, khác biệt marketing, tập trung khác biệt hóa sản phẩm và tập trung chi phí thấp) lên từng khu vực địa lý là hoàn toàn khác nhau. Kaya (2004) nghiên cứu mối quan hệ giữa công nghệ sản xuất tiên tiến, chiến lược cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của danh nghiệp và cho thấy một chiến lược kép gồm cả chi phí thấp và khác biệt hóa mang lại hiệu quả kinh doanh cao.

Thông qua nghiên cứu thực nghiệm tại các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam, nghiên cứu này hướng đến mục tiêu đánh giá tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của DN, đồng thời xem xét các năng lực cạnh tranh tương ứng cấu thành của từng loại hình chiến lược cạnh tranh. Các kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở giúp cho DN lựa chọn loại hình chiến lược cạnh tranh và các năng lực cạnh tranh tương ứng một cách phù hợp và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

2. Cơ sở lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu

Mục đích hoạt động chính của DN là tối ưu hóa doanh thu, lợi nhuận và xây dựng được lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Một trong những lợi thế cạnh tranh điển hình mà DN có thể xác lập trong ngành đó là kiểm soát cấu trúc chi phí và đưa ra thị trường các sản phẩm dịch vụ có mức chi phí thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Đây là cách thức cạnh tranh phổ biến còn được gọi là chiến lược chi phí thấp, đề cập đến lợi thế cạnh tranh thông qua việc định giá thấp hơn một cách đáng kể so với đối thủ

cạnh tranh khác (Porter, 2001). Chiến lược chi phí thấp là chiến lược cạnh tranh dựa trên chi phí thấp nhất trên thị trường, cho phép DN cạnh tranh hiệu quả bằng giá của sản phẩm hoặc dịch vụ (Woodruff, 2007). Các DN áp dụng loại hình chiến lược này phải tạo ra được sản phẩm có chất lượng không kém chất lượng sản phẩm của đối thủ cạnh tranh với giá thấp hơn rõ rệt.

Theo Baack và Boggs (2008), chiến lược chi phí thấp chủ yếu được tạo ra không qua một tập trung vào hiệu quả mà là bắt nguồn từ nhiều yếu tố khác nhau của quá trình sản xuất như: tính kinh tế theo quy mô, nguyên vật liệu, năng suất lao động, marketing, nhân sự,... M.Porter (1980, 1985) đã đưa ra quan điểm chiến lược chi phí thấp là chiến lược cạnh tranh với các sản phẩm cùng tiêu chuẩn với giá thấp giúp DN đạt được hiệu quả tối ưu. Đây là một trong những phương thức hiệu quả giúp DN thành công trong việc xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua khả năng cắt giảm và kiểm soát chi phí sản xuất. Sử dụng công nghệ, tính kinh tế theo quy mô, đường cong kinh nghiệm và quy trình sản xuất phù hợp kết hợp với kiểm soát chi phí hành chính để đạt được lợi thế chi phí từ đó giúp DN đạt được hiệu quả kinh doanh cao. M.Porter là một trong những tác giả đầu tiên nhấn mạnh chiến lược chi phí thấp có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của DN cụ thể là giúp DN cải thiện về thị phần, doanh thu, lợi nhuận và ROE với những minh chứng về các DN không có chiến lược cạnh tranh hoặc chiến lược cạnh tranh không rõ ràng (hay còn gọi là chiến lược mắc kẹt) đều khiến cho các DN đạt mức lợi nhuận thấp, lượng khách hàng giảm sút. Dựa trên quan điểm này, một số tác giả Dess & Dvis (1984), Wright (1987), Madara M.Ogot (2014) cũng đã nghiên cứu và khẳng định tác động của chiến lược chi phí thấp đến hiệu quả kinh doanh của các DN trong một số ngành cụ thể. Từ những lập luận trên đây, giả thuyết đầu tiên của nghiên cứu được đặt ra như sau:

Giả thuyết H1: Chiến lược chi phí thấp có tác động đến hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam.

Khác biệt hóa là một trong những chiến lược cạnh tranh quan trọng của DN trong cạnh tranh (Allens & Helms, 2006). Theo Koskela (2000), DN triển khai chiến lược khác biệt hóa nhằm tự phân biệt DN với các đối thủ cạnh tranh ở một giá trị nào đó cho khách hàng. Murphy (2011) cho rằng sự khác biệt xảy ra khi một DN cố gắng làm cho sản phẩm/dịch vụ hấp dẫn hơn đối với khách hàng so với đối thủ cạnh tranh, do đó có khả năng áp đặt một mức giá cao hơn. Như vậy, sự khác biệt là có liên quan với việc tạo ra một sự độc đáo cho khách hàng (Cheah & cộng sự, 2007). Porter (1985) chỉ ra rằng chiến lược khác biệt có thể được giải thích dựa trên sự khác biệt về công nghệ, thương hiệu, phân phối, chất lượng hoặc đội mới. Chiến lược khác biệt hóa liên quan đến việc phát triển những điểm mạnh mà có thể cung cấp cho một DN một lợi thế về sự khác biệt trên đối thủ cạnh tranh khác.

Một DN có thể phân biệt mình so với đối thủ nhờ sự sáng tạo, các chương trình xúc tiến hiệu quả và phát triển một thương hiệu mạnh (Li&Zhou, 2010). Aaker & Joa (2010) nhấn mạnh vai trò của thương hiệu trong việc phản ánh bản chất của CLCT, do đó các DN cần phải đầu tư phát triển thương hiệu để đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng, đồng thời cũng cần phải có sự hiểu biết về niềm tin, thái độ, hành vi của khách hàng và đối thủ cạnh tranh để xây dựng thương hiệu uy tín, tạo ra lòng trung thành của khách hàng. Sáng tạo sản phẩm dịch vụ mới có thể là nguồn lợi thế cạnh tranh quan trọng giúp DN cải thiện được hiệu quả. Sản phẩm có thể mới về vị trí, không gian, thiết kế, tính năng, trưng bày chứ không chỉ đơn giản là mới về tính năng và công dụng, do đó DN cần không ngừng phát triển sản phẩm mới để tạo ra sự khác biệt (Olegube, 2014). Theo Porter (2008), các DN khác biệt hóa thường có các thế mạnh trong tiếp cận với công nghệ mới, hiện đại, nhân viên có tay nghề và sáng tạo, đội ngũ bán hàng thông minh và giao tiếp tốt, uy tín của DN, chất lượng sản phẩm và sự đổi mới. Từ đó đặt ra giả thuyết như sau:

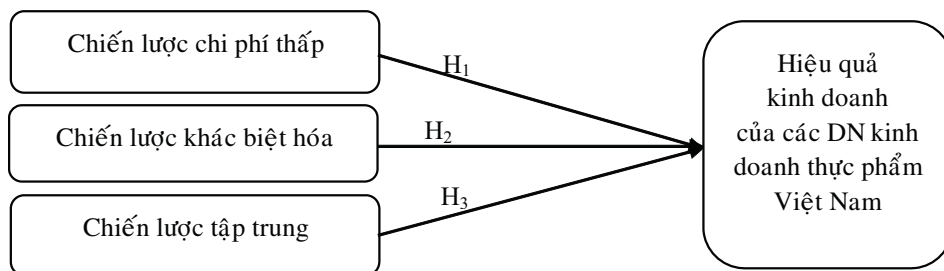
Giả thuyết H2: Chiến lược khác biệt hóa có tác động đến hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam.

Theo Porter (2001), chiến lược tập trung có mục tiêu theo đuổi một phân đoạn thị trường cụ thể thông qua lợi thế dẫn đạo chi phí hay sự khác biệt chứ không tham gia vào toàn bộ thị trường. Nó liên quan đến các phân đoạn thị trường và định vị sản phẩm trên thị trường mục tiêu đó để mang lại lợi thế cạnh tranh cho DN. DN có thể chọn để tập trung vào một nhóm khách hàng đã chọn, sản phẩm, khu vực địa lý hoặc dịch vụ (Darrow, 2001). DN triển khai chiến lược tập trung phát triển thị phần thông qua các hoạt động trong một thị trường ngách, thị trường kém hấp dẫn hoặc bị bỏ qua bởi đối thủ cạnh tranh lớn hơn. Một chiến lược tập trung thành công phụ thuộc vào một phân đoạn thị trường mà DN lựa chọn đủ lớn để có tiềm năng tăng trưởng tốt, nhưng không quan trọng đối với đối thủ cạnh tranh lớn. Chiến lược tập trung có hiệu quả nhất khi khách hàng có sở thích khác nhau và khi các đối thủ cạnh tranh không khai thác (David, 2000).

Chiến lược tập trung thường phù hợp với nhu cầu xây dựng lợi thế cạnh tranh của DN nhỏ trên một thị trường hoặc phân khúc thị trường nhất định. Các thị trường khác nhau đòi hỏi cấu trúc chi phí khác nhau cũng như nhu cầu mang tính khác biệt, do đó DN triển khai chiến lược tập trung cần phải lợi dụng sự khác biệt này để tạo ra các sản phẩm riêng biệt, đặc thù nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng (Waiyaki, 2014). Đây cũng là yếu tố làm nên đặc thù của các DN theo đuổi định hướng chiến lược tập trung. Hahn (2003) lại nhấn mạnh các DN tập trung phát triển năng lực nghiên cứu thị trường một cách đại trà, từ đó đưa vào kinh doanh hàng loạt các sản phẩm khác nhau, tập trung vào năng lực đầu tư hoạt động xúc tiến các sản phẩm, dịch vụ đó trên một thị trường nhất định để có thể giữ lại các sản phẩm thành công. Saif (2015) cũng đồng quan điểm khi cho rằng các chương trình xúc tiến tập trung vào khách hàng có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả chiến lược tập trung của DN. Dựa trên các minh chứng này, có thể xây dựng giả thuyết nghiên cứu dưới đây:

Giả thuyết H3: Chiến lược tập trung có tác động đến hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam.

Từ các nghiên cứu của M. Porter (1981), Dess & Davis (1984) và Madara M.Ogot (2014), mô hình nghiên cứu của đề tài như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Chiến lược chi phí thấp: Trên cơ sở thang đo chiến lược chi phí thấp của Porter (1980); Dess & Davis (1984), Hansen & cộng sự (2015); Banker & cộng sự (2014); Caxton Munityoki (2015); Richard S. Allen & Marilyn M. Helms (2013), thang đo chiến lược chi phí thấp được sử dụng cho nghiên cứu này bao gồm 8 nhóm yếu tố: Năng lực quản trị; Năng lực định giá; Năng lực chủ động nguyên liệu đầu vào; Năng lực phân phối; Năng lực ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại; Năng lực tài chính; Năng lực sản xuất với quy mô lớn.

Chiến lược khác biệt hóa: Dựa trên các thang đo nghiên cứu được phát triển từ các nghiên cứu của Porter (1985); Kotler và cộng sự (2006); John A. Parnell (2011); Richard S. Allen & Marilyn M. Helms (2013); Caxton Munityoki (2015); Faith Muia (2017), xác định 10 nhóm yếu tố bao gồm: Năng lực đổi mới sáng tạo về sản phẩm; Năng lực khác biệt về dịch vụ khách hàng so với đối thủ cạnh tranh; Năng lực phát triển chuỗi cung ứng nội bộ và tham gia chuỗi cung ứng ngành của DN; Năng lực nhân sự của DN; Năng lực quản trị quan hệ khách hàng của DN; Năng lực thương hiệu của DN; Năng lực quản trị chất lượng và an toàn sản phẩm của DN; Năng lực truyền thông marketing sản phẩm của DN; Năng lực trách nhiệm xã hội của DN; Năng lực đổi mới và sáng tạo quy trình công nghệ mới trong sản xuất kinh doanh của DN.

Chiến lược tập trung: Kết hợp các nghiên cứu của Tahir & Bakar (2007); Josephat Mutabuzi Justinian (2015); Faith Muia (2017); Porter (1980); Morrill (2007); Fatih Yasar (2010), nghiên cứu sử dụng thang đo bao gồm 6 nhóm năng lực: Năng lực nghiên cứu thị trường của DN; Năng lực cung ứng sản phẩm ở phân khúc thị trường sản phẩm giá cao (hoặc giá thấp); Năng lực marketing phân biệt cho từng phân khúc thị trường

của DN; Khả năng đáp ứng các nhu cầu cá biệt của khách hàng; Năng lực phát triển thị trường mới của DN; Năng lực đa dạng hóa sản phẩm của DN.

Hiệu quả kinh doanh: Hai chỉ tiêu đo lường hiệu quả kinh doanh bao gồm hiệu quả tài chính và hiệu quả thị trường. Trong đó hiệu quả tài chính được đo lường bởi một số tiêu chí như: Tốc độ tăng trưởng doanh thu, tăng trưởng lợi nhuận, lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) và lợi nhuận trên vốn đầu tư (ROI),... có xu hướng để kiểm soát và để thực hiện đo lường hơn các hiệu quả thị trường (Waal & Coevert (2013)). Nghiên cứu này sử dụng các tiêu chí tài chính để đo lường hiệu quả kinh doanh của các DN bao gồm: Tăng trưởng doanh thu, tăng trưởng lợi nhuận, ROA, và ROE.

Mô hình nghiên cứu như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_i$$

Trong đó:

Y: Hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam

X₁: Chiến lược chi phí thấp

X₂: Chiến lược khác biệt hóa

X₃: Chiến lược tập trung

β₀: Là hệ số góc hội quy tổng thể khi các biến độc lập bằng 0, thể hiện mức ảnh hưởng của các nhân tố khác ngoài các nhân tố được xác định trong mô hình.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được triển khai bằng cách phát triển các giả thuyết và kiểm định lại bằng phương pháp định lượng. Tác giả xây dựng bảng câu hỏi, gồm nhiều câu hỏi tương ứng với mỗi giả thuyết (các biến độc lập) để đánh giá mức độ tác động tới hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam (biến phụ thuộc). Bảng hỏi bao gồm 2 phần,

tháng 02/2017 đến 10/2017. Với 200 phiếu điều tra phát ra đã thu về được 141 tương ứng với tỷ lệ 70.5%. Trong 141 phiếu thu về có 11 phiếu không hợp lệ và bị loại do người trả lời bỏ trống trên 30% số câu hỏi hoặc trả lời cùng một phương án cho tất cả các câu hỏi. Kết quả có 130 phiếu hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu nghiên cứu chính thức, đảm bảo tính đại diện. Cơ cấu mẫu thể hiện trong bảng 1 dưới đây:

Bảng 1: Cơ cấu mẫu điều tra

<i>Địa bàn</i>	<i>Tỷ lệ</i>	<i>Quy mô lao động</i>	<i>Tỷ lệ</i>	<i>Loại hình Công ty</i>	<i>Tỷ lệ</i>
1. Hà Nội	23.08%	Dưới 5 người	31,54%	Cổ phần	27,69%
2. Bắc Ninh	6.15%	Từ 5 - 9 người	22,31%	TNHH	63,08%
3. Hải Dương	10.00%	Từ 10 - 49 người	17,69%	Tư nhân	9,23%
4. Hưng Yên	4.62%	Từ 50 - 199 người	13,85%	Tổng	100%
6. Vĩnh Phúc	2.31%	Từ 200 - 299 người	6,92%		
7. Đà Nẵng	4.62%	Từ 300 - 499 người	3,85%		
8. Huế	4.62%	Từ 500 - 999 người	3,08%		
9.TP. Hồ Chí Minh	23.08%	Trên 1000 người	0,77%		
10. Đồng Nai	8.46%	Tổng	100%		
11. Sơn La	2.31%				
12. Đà Lạt	3.85%				
13. Lào Cai	2.31%				
14. Bắc Giang	4.62%				
Tổng	100%				

Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra

phần thứ nhất là các thông tin chung như (giới tính, độ tuổi, kinh nghiệm và chức vụ hiện tại,...), phần thứ hai là các câu hỏi để đánh giá tác động của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh. Các biến số được đo theo thang Likert 5 khoảng cách (từ mức 1: hoàn toàn không đồng ý đến mức 5: hoàn toàn đồng ý).

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo địa bàn và theo loại hình doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh của DN. Quy trình điều tra chính thức được thực hiện trong khoảng thời gian từ

4. Kết quả nghiên cứu

Phần mềm SPSS 22.0 được sử dụng để phân tích số liệu bao gồm trị số trung bình (M), độ lệch chuẩn (SD) và hệ số biến thiên (CV) để thống kê mô tả các biến. Kiểm định CFA và phân tích hồi quy được sử dụng để kiểm định các giả thuyết.

Hệ số Cronbach's Alpha cho thấy các nhân tố đều đạt được độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6; nếu bỏ đi bất cứ biến quan sát nào trong nhân tố này thì hệ số Alpha đều giảm, đồng thời hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 nên tất cả

Bảng 2: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo

Tên biến	Ký hiệu biến	Tương quan biến - Tổng thấp nhất	Cronbach's Alpha cao nhất nếu loại biến	Cronbach's Alpha	Đánh giá
Chiến lược chi phí thấp	X ₁	0,645	0,901	0,904	Chấp nhận
Chiến lược khác biệt hóa	X ₂	0,669	0,956	0,957	Chấp nhận
Chiến lược tập trung	X ₃	0,624	0,853	0,868	Chấp nhận
Hiệu quả kinh doanh	Y	0,587	0,934	0,933	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

quan sát đều được giữ lại. Cụ thể, trong các thang đo thì chiến lược khác biệt hóa có Cronbach's Alpha lớn nhất (0,957) cho thấy mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát. Thấp nhất là thang đo chiến lược tập trung có Cronbach's Alpha là 0,868 và mối tương quan biến tổng cao nhất của thang đo này là 62,4%.

Bảng 3: Kết quả phân tích tương quan

		X ₁	X ₂	X ₃	Y
X ₁	Pearson Correlation	1	,571**	,317**	,253**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004
	N	131	130	130	127
X ₂	Pearson Correlation	,571**	1	,560**	,374**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	130	130	130	126
X ₃	Pearson Correlation	,317**	,560**	1	,251**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	130	130	130	126
Y	Pearson Correlation	,253**	,374**	,251**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	127	127	126	127

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra

Có mối tương quan tích cực giữa chiến lược chi phí thấp và hiệu quả kinh doanh của DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam ($r=0,53$, p -value=0,004). Về chiến lược khác biệt, hệ số tương quan cũng là tích cực ($r = 0,374$, p -value < 0,001). Điều này có nghĩa rằng các chiến lược khác biệt hóa cũng dẫn đến sự gia tăng hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh

thực phẩm Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu này cũng cho thấy rằng có một mối tương quan tích cực giữa chiến lược tập trung và hiệu quả của DN ($r = 0,251$, p -value = 0,005) điều này cho thấy việc sử dụng các chiến lược tập trung cũng cải thiện hiệu quả kinh doanh của DN, mặc dù mức tác động không lớn bằng của chiến lược dẫn đạo chi phí và chiến lược khác biệt.

Kết quả phân tích phương sai (ANOVA) như thể hiện trong bảng 4 kiểm tra ý nghĩa của mô hình ở mức ý nghĩa 5%. Với p -value = 0,000 có nghĩa là giả thuyết được chấp nhận và ba loại hình chiến lược cạnh tranh có mối quan hệ tích cực với hiệu quả kinh doanh của DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam.

Tiếp theo, mô hình hồi quy đa biến được sử dụng để kiểm định ảnh hưởng của năng lực lõi tới lợi thế cạnh tranh. Hiện tượng đa cộng tuyến giữa 5 biến độc lập được đo lường qua dung sai và hệ số phóng đại phương sai (VIF). Giá trị VIF dao động từ 1.2 đến 1.6, các giá trị < 10 cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến là không

đánh kể và các biến số ổn định. Trong bảng 5 cho thấy các hệ số beta X₁ ($\beta = 0,044$, giá trị p -0,747), X₂ ($\beta = 0,412$, p -value = 0,007) và X₃ (0,075, p -giá trị 0,545) thể hiện tác động cực giữa các chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của các DN.

Phân tích hồi quy với độ tin cậy được chọn là 95% tương ứng với các biến độc lập ý nghĩa

Bảng 4: Kết quả phân tích ANOVA tổng hợp

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình cộng	F	Sig.	
1	Hồi quy	8,993	3	2,998	6,802	,000a
	Phần dư	53,769	122	,441		
	Tổng	62,763	125			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy tổng hợp

Biến	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Sig.	
	B	Sai số chuẩn	Beta			
1	(Constant)	1,880	0,500		3,761	0,000
	X ₁	0,044	0,135	0,033	0,323	0,747
	X ₂	0,412	0,150	0,321	2,738	0,007
	X ₃	0,075	0,123	0,061	0,607	0,545

a. Dependent Variable: Y

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra nhỏ hơn 0,05 và hệ số chuẩn hóa Beta dương. Như vậy các biến độc lập X₁, X₂, X₃ tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc Y. Kết quả cho thấy tất cả các biến đều thỏa mãn yêu cầu và mô hình phù hợp với định hướng nghiên cứu. Phương trình hồi quy có dạng sau:

$$Y (\text{HQKD}) = 1,880 + 0,044X_1 + 0,412X_2 + 0,075 X_3$$

5. Bình luận về kết quả và một số hàm ý kiến nghị

Kết quả nghiên cứu này phù hợp với các nghiên cứu trước đây về ảnh hưởng của chiến lược cạnh tranh đến hiệu quả kinh doanh của DN. Kết quả nghiên cứu của Dess & Davis (1984) về ảnh hưởng tích cực của CLCT đối với chỉ số ROA và doanh thu của DN hay Marques & cộng sự (2000) qua khảo sát 12 DN sản xuất công nghiệp tại Bồ Đào Nha thấy rằng lợi nhuận và ROE của các DN triển khai chiến lược khác biệt hóa cao nhất, tiếp đến là chiến lược tập trung và cuối cùng là chiến lược chi phí thấp. Shah & cộng sự (2000) cũng chỉ ra các DN Nhật Bản nhờ áp dụng chiến lược khác biệt hóa mà có được hiệu quả kinh doanh tốt hơn so với các DN

của Mỹ triển khai chiến lược chi phí thấp hay tập trung. Kết quả này cũng tương đồng với những phát hiện trong nghiên cứu của Power & Hahn (2004) khi xem xét mối quan hệ giữa chiến lược cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh và chỉ ra chiến lược cạnh tranh mang lại lợi nhuận, doanh thu cao cho DN cao hơn đối với DN không có chiến lược cạnh tranh. Điều này cũng phù hợp với khẳng định của Porter (1985) và Wright (1988) về tác động của chiến lược cạnh tranh đến lợi nhuận, doanh thu và ROE của DN. Những kết quả này là minh chứng cho vai trò và tầm

quan trọng của chiến lược cạnh tranh và chấp nhận các giả thuyết nghiên cứu.

Chiến lược khác biệt hóa (X₂) có hệ số 0,412 quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc. Đây là chiến lược có tác động mạnh nhất đến hiệu quả kinh doanh của DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam. Trọng tâm của chiến lược khác biệt hóa là tạo ra các sản phẩm có chất lượng vượt trội, độc đáo cho khách hàng dựa trên nền tảng DN phát huy những điểm mạnh về khả năng đổi mới sáng tạo sản phẩm, xây dựng thương hiệu, nâng cao chất lượng sản phẩm hay công nghệ vượt trội hơn so với đối thủ cạnh tranh trong ngành. Dựa trên những phát hiện của nghiên cứu này, có thể chấp nhận giả thuyết chiến lược khác biệt hóa có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của các DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam. Cụ thể cho thấy 23,9% số DN kinh doanh thực phẩm Việt Nam theo đuổi chiến lược khác biệt hóa. So với hai chiến lược cạnh tranh khác của chi phí thấp và chiến lược tập trung, các DN thực phẩm chủ yếu áp dụng chiến lược khác biệt có khả năng đạt được hiệu quả kinh doanh cao hơn đáng kể (0,412).

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy chiến lược tập trung có mối quan hệ có ý nghĩa tích cực với hiệu quả vững chắc. Gia tăng sử dụng các chỉ số chiến lược tập trung cải thiện hiệu quả kinh doanh của DN kinh doanh thực phẩm lên 0,075 lần. Các kết quả nghiên cứu cho thấy 23% trong những DN thực phẩm ở Việt Nam theo đuổi chiến lược tập trung.

Dựa trên kết quả của nghiên cứu, chiến lược chi phí thấp ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của DN kinh doanh thực phẩm, cụ thể kết quả chỉ ra rằng các công ty thực phẩm Việt Nam có thể tăng hiệu quả kinh doanh lên 0,044 lần khi áp dụng chiến lược chi phí thấp. Để theo đuổi chiến lược này các DN cần quan tâm và chú trọng hơn đến năng lực quản lý hiệu quả, năng lực tài chính, hệ thống phân phối, thích ứng với sự biến động của môi trường, quản trị nguyên vật liệu. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Arasa, Robert (2014), *The relationship between competitive strategies and firm performance: a case of mobile telecommunication companies in Kenya*, International Journal of Economics, Commerce and Management, Vol. II, Issue 9.
2. Dess, G.G., Lumpkin, G.T., & Covin, J.G (1997), *Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurationally Models*, Strategic Management Journal Vol 18, Issue 9.
3. Dess, G.G., Davis, P.S (1984), *Porter's 1980 generic strategies as determinant of strategic group membership and organizational performance*, Academy of Management Journal 27, 467-488.
4. Enida Pulaj, Vasilika Kue, Amali Cipi (2015), *The impact of generic competitive strategies on organizational performance. The evidence from Albanian context*, European Scientific Journal.
5. Fatih YAŞAR (2010), *Competitive strategies and firm performance: Case study on Gaxiantep petting sector*, Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute, Vol17, I14, 309 - 324.
6. Fernando & Daniel (2016), *Competitive strategies and firm performance: A Study in the Spanish Hospitality Sector*, European Journal of Innovation Management, Vol. 15 Iss 4 pp. 421-441.
7. Luliya Teeratansirikool (2012), *Competitive strategies and firm performance: the mediating role of performance measurement*, International Journal of Productivity and Performance Management Vol. 62 No. 2, 2013.
8. Porter, M.E (1980), *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
9. Porter, M.E (1985), *Competitive Advantage*, Free Press, New York.
10. Ramaswamy, K (2001), *Organizational ownership, competitive intensity, and firm performance: an empirical study of the Indian manufacturing sector*, Strategic Management Journal 22, 989-998.
11. Marilyn M. Helms (2013), *Linking Strategic Practices and Organizational Performance to Porter's Generic Strategies*, Business Process Management Journal 12(4):433-454.
12. Wright, P., Kroll, M., T., H., & Helms (1991), *Generic Strategies and Business Performance: An Empirical Study of the Screw Machine Products Industry*, British Journal of Management Vol 2.
13. Yamin, S., Gunasekaran, A., & Mavondo (1999), *Relationship between Generic Strategies, Competitive Advantage and Organizational Performance: An Empirical Analysis*, Technovation.

Summary

This study investigates the impact of competitive strategy on business performance of Vietnam food enterprises. Based on a sample of 130 Vietnam food enterprises, this study confirms the hypothesis that the competitive strategy has a positive effect on business performance. The results indicate that competitive strategy based on some competitive competencies. These findings will assist Vietnamese food enterprises in selecting and developing competitive strategy content to be more effective.

TÁC ĐỘNG CỦA THỰC TIỄN QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC VÀ CAM KẾT TỔ CHỨC: TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN THỦY SẢN TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Nguyễn Thanh Hùng

Trường Đại học Trà Vinh

Email: thanhhungtvu@gmail.com

Dương Thị Tuyết Anh

Trường Đại học Trà Vinh

Email: tuyetanh@tvu.edu.vn

Lâm Thị Mỹ Lan

Trường Đại học Trà Vinh

Email: ltmlanbt@gmail.com

Ngày nhận: 12/02/2019

Ngày nhận lại: 06/03/2019

Ngày duyệt đăng: 12/30/2019

Nghiên cứu nhằm đánh giá ảnh hưởng của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực đến sự hài lòng và cam kết tổ chức trong các doanh nghiệp chế biến thủy sản thông qua nhận thức từ người lao động trong doanh nghiệp. Mẫu nghiên cứu được khảo sát từ 289 nhân viên và quản lý đang làm việc tại doanh nghiệp. Phương pháp cân bằng cấu trúc tuyến tính (SEM) được thực hiện để phân tích các nhân tố trong mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy thực tiễn quản trị nguồn nhân lực có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức, sự hài lòng công việc có tác động dương đến cam kết tổ chức.

Từ khóa: thực tiễn quản trị nguồn nhân lực, hài lòng công việc, cam kết tổ chức.

1. Giới thiệu

Nguồn nhân lực được xem như là một trong những yếu tố quan trọng nhất của các doanh nghiệp hiện nay. Ở cấp độ vĩ mô, theo lý thuyết tăng trưởng nội sinh đã cho thấy sự tích lũy vốn con người cấu thành yếu tố chính cho tăng trưởng kinh tế vĩ mô (Mankiw và cộng sự, 1990). Ở cấp độ vi mô, nguồn nhân lực được xem như là nguồn cung ứng lớn cho sự duy trì lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp tư nhân (Wright và cộng sự,

1994). Sự gia tăng tầm quan trọng của nguồn nhân lực được thể hiện rõ ở cả 2 yếu tố: Cung và cầu của thị trường lao động. Trước sự phát triển của kinh tế tri thức, các công ty đang gặp nhiều thách thức trong việc đào tạo nhân viên cho một thị trường lao động đặc trưng bởi tình trạng lao động thiếu trình độ, thêm vào đó nền kinh tế tri thức cũng được đặc trưng bởi sự phát triển và cạnh tranh ngày càng tăng của các doanh nghiệp (Audretsch and Thurik, 2001). Do đó, việc tăng cường

công tác quản trị nguồn nhân lực (HRM) là một trong những yêu cầu cần thiết và cấp bách trong các doanh nghiệp hiện nay, là quan trọng hơn so với quản trị các nguồn cạnh tranh khác vì con người sử dụng các tài sản của công ty, tạo ra khả năng cạnh tranh và giúp công ty đạt được mục tiêu mong muốn. Do đó, các doanh nghiệp cần phải hiểu được những mong đợi từ lực lượng lao động của mình, chẳng hạn như những mong muốn về thẩm quyền, sự hợp tác của nhân viên với nhà quản trị, hợp tác giữa nhân viên với nhân viên, sự thể hiện kỹ năng của người lao động, sự hài lòng và sự cam kết, thái độ và sự hiện diện, hành vi của nhân viên. HRM giúp thực hiện được các mục tiêu của nhân viên gắn với mục tiêu của tổ chức, cung cấp về những kỳ vọng được xác định thống nhất về những gì dự kiến sẽ làm, những kỹ năng dự kiến sẽ có, hành vi dự kiến thực hiện (Armstrong, 2014).

Lado and Wilson (1994) xác định HRM là một hệ thống, một tập hợp riêng biệt các thành phần liên quan đến các hoạt động, chức năng, quy trình được hướng vào việc thu hút, phát triển và duy trì nguồn nhân lực. Tuy nhiên, tùy theo đặc điểm ngành nghề, văn hóa từng khu vực hay mục đích nghiên cứu mà các thành phần đo lường thực tiễn HRM được thể hiện khác nhau, điều này thể hiện qua các nghiên cứu của Pfeffer (1998), Singh (2004), Guest (1997).

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về đo lường thực tiễn HRM đa phần tập trung các doanh nghiệp nhỏ và vừa ít thấy nghiên cứu về sự tác động của thực tiễn HRM đến sự hài lòng và cam kết tổ chức trong chuyên ngành cụ thể, đặc biệt là ngành chế biến thủy sản. Bài viết này nhằm kiểm định mối quan hệ giữa mức độ thực hiện HRM, sự hài lòng công việc, gắn kết tổ chức trong các doanh nghiệp

chế biến thủy sản tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

1.2. Cơ sở lý thuyết

Thực tiễn HRM

Schuler and Jackson (1987) cho rằng thực tiễn HRM là một quá trình nhằm thu hút, phát triển, thúc đẩy và duy trì nhân viên để đảm bảo thực hiện công việc đạt hiệu quả và hoàn thành tốt mục tiêu của tổ chức. Bên cạnh đó, thực tiễn HRM cũng được định nghĩa là một tập hợp các chính sách trong nội bộ được thiết kế và thực hiện nhằm đảm bảo nguồn nhân lực đóng góp vào việc đạt được các mục tiêu kinh doanh của tổ chức (Delery & Doty, 1996). Nó được xem như là một chức năng quan trọng trong hoạt động một tổ chức, bao gồm tuyển dụng, đãi ngộ, phát triển liên quan đến các tổ chức, an toàn, thúc đẩy nhân viên, chăm sóc sức khỏe, chia sẻ thông tin và đào tạo, quản lý hiệu quả tất cả các hoạt động có liên quan đến các nhân viên và những cách thức giúp nhân viên thực hiện các hoạt động để đạt được các mục tiêu của tổ chức (Jahanian & cộng sự, 2012).

Phần lớn các nghiên cứu về HRM được hiểu là “hoạt động quản lý nhân viên”, hoạt động này có thể được chia thành khía cạnh thực hành hoặc kỹ thuật (Guest và cộng sự, 2004). Chẳng hạn, việc lựa chọn nhân viên (được xem như là thực hành) có thể liên quan đến kiểm tra tâm lý, phỏng vấn, đánh giá... (kỹ thuật); hệ thống lương thưởng có thể bao gồm chia sẻ lợi nhuận và trả lương dựa trên kết quả hoạt động (kỹ thuật). Thực tiễn HRM có thể được kỳ vọng thúc đẩy những thuộc tính không thể bắt chước trong nguồn nhân lực, điều này giúp tổ chức có được một lợi thế cạnh tranh và tăng cường hiệu suất hoạt động (Huselid, 1995; Delaney and Huselid, 1996).

Dựa trên các nghiên cứu trước đây có thể thấy chức năng và chính sách thực tiễn HRM có nhiều khía cạnh, kết hợp đặc thù ngành chế biến thủy sản, thực tiễn HRM trong nghiên cứu này là thang đo đa hướng, được đo lường gồm 7 thành phần: tuyển dụng, đào tạo, đánh giá, lương, đãi ngộ, tính ổn định công việc, khuyến khích sự tham gia và đổi mới.

Hài lòng công việc: Sự hài lòng trong công việc được đề xuất đầu tiên bởi Hoppock (1935), theo đó, sự hài lòng trong công việc có nghĩa là mức độ hài lòng của nhân viên trong hai khía cạnh của tâm lý học và sinh lý học về các yếu tố môi trường. Đó là, phản ứng chủ quan của người lao động khi tham gia làm việc.

Sự hài lòng với công việc chủ yếu dựa trên nhận thức của nhân viên về những điều mà tổ chức đáp ứng được nhu cầu của họ (Cranny & cộng sự, 1992). Price (2000) đề cập sự hài lòng trong công việc là thái độ cảm xúc của người lao động đối với công việc.

Smith và cộng sự (1997) cho rằng sự hài lòng trong công việc có nghĩa là cảm giác hoặc phản ứng cảm xúc của một cá nhân đối với tất cả các khía cạnh của công việc. Nhân viên đánh giá sự hài lòng dựa trên năm cấu trúc: công việc, thu nhập, thăng tiến, sự giám sát và đồng nghiệp. Do đó, Sự hài lòng trong công việc có nghĩa là mức độ hài lòng hoặc không hài lòng của một người với tất cả các khía cạnh bên trong hoặc bên ngoài của công việc (Mengue, 2013).

Cam kết tổ chức (cam kết của nhân viên): Lý thuyết về cam kết với các khái niệm được xác định bắt đầu bởi Becker “một cơ chế tạo ra hành vi con người phù hợp” (Becker, 1960). Tiếp theo đó, Porter et al (1974) giải thích các khái niệm về cam kết tổ chức như là thái độ của nhân viên đối với tập thể tổ chức của họ và xác định thêm cam kết

của tổ chức là “sức mạnh để nhận biết của một cá nhân cùng tham gia vào một tổ chức cụ thể”. Cam kết tổ chức cũng được thể hiện như là một trạng thái tâm lý tạo thành các mối quan hệ của nhân viên cùng với các tổ chức và quyết định để ở lại hoặc rời khỏi tổ chức (Meyer & Allen, 1991), là mối quan hệ tinh thần giữa người lao động và tổ chức, làm giảm khả năng rời bỏ các tổ chức (Allen & Meyer, 1997).

Cam kết nhân viên cao sẽ dễ dàng nắm bắt được mục tiêu và giá trị của tổ chức mình; một sự sẵn lòng nỗ lực cho sự thành công của tổ chức; và một ước muốn không giới hạn để ở lại tổ chức hiện nay (Porter, 1974). Chỉ khi các thành viên công nhận tổ chức và thực hiện mọi nỗ lực để giúp tổ chức đạt hiệu quả tốt thì sức mạnh của sự cam kết hay sự hài lòng công việc sẽ ảnh hưởng đến mục tiêu và kết quả hoạt động doanh nghiệp (Steers, 1977).

Cấu trúc của cam kết tổ chức gồm ba chiều: (1) Cam kết tình cảm đề cập đến tình cảm gắn bó của nhân viên, sự tham gia một nhân viên vì mục tiêu của tổ chức; (2) Cam kết lợi ích là sự sẵn sàng ở lại trong một tổ chức vì nhân viên cho rằng mình có những khoản đầu tư trong tổ chức mà chưa thể thu được; (3) Cam kết nghĩa vụ là sự cam kết mà một người tin rằng họ cần ở lại tổ chức để thực hiện các nghĩa vụ (Allen & Meyer, 1997).

Thực hành HRM trực tiếp ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc của nhân viên và từ đó thúc đẩy cam kết của tổ chức (Ulrich, 1997). Tuy nhiên, các chính sách và thủ tục HRM gồm nhiều khía cạnh. Do đó, quan trọng là các tổ chức xác định vai trò của HRM trong việc quản lý lực lượng lao động và sử dụng phương thức quản lý sao cho phù hợp với nhu cầu nhân viên.

Các nghiên cứu cũng cho thấy sự hài lòng của công việc và ý định ở lại tổ chức thông qua sự tương tác với những người quản lý trực tiếp trong cùng một môi trường làm việc (Naumann, 1993). Trong đó, thực tiễn HRM có ảnh hưởng trực tiếp tích cực đến sự hài lòng công việc của nhân viên (Steijn, 2004). Do đó, giả thuyết:

H1: Thực tiễn HRM ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc

Hiệu suất của nhân viên đóng một vai trò quan trọng trong việc quyết định sự thành công của các tổ chức. Một trong những yếu tố quyết định tiền đề để thu hút và duy trì một người nhân viên giỏi, tạo năng suất cao thì nhất thiết nhà tuyển dụng và nhà quản lý nhận thức rõ một trong những yếu tố tiền đề đó chính là cam kết của nhân viên (Ajila & Abiola, 2004). Boxall & Purcell (2011) cũng cho rằng thực tiễn HRM sẽ ảnh hưởng hành vi của nhân viên, trong đó cam kết nhân viên là yếu tố quan trọng để đạt được sự thành công tổ chức. Giả thuyết:

H2: Thực tiễn HRM ảnh hưởng thuận chiều đến cam kết tổ chức

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng những nhân viên hài lòng công việc có xu hướng cam kết với một tổ chức. Mối quan hệ giữa sự hài lòng với công việc và hiệu quả công việc không nhất quán giữa các cá nhân hay giữa các công việc (Cooper-Hakim and Viswesvaran, 2005). Đối với những nhân viên có niềm tin kiên định, mạnh mẽ về mức độ hài lòng của mình với công việc, còn gọi là sự kiên định về tình cảm - nhận thức (affective-cognitive consistency), mối quan hệ giữa sự hài lòng với công việc và hiệu quả công việc sẽ mạnh hơn nhiều so với mối quan hệ tương tự ở những nhân viên không mấy hài lòng với công việc của họ (Schleicher et al., 2004)

Theo Tett & Meyer (1993) cho rằng sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức là hoàn toàn khác nhau, sự hài lòng có tác động mạnh đến đến ý định nghỉ việc của nhân viên, trong khi cam kết tổ chức ảnh hưởng mạnh đến với sự duy trì nhân viên tại tổ chức. Sự hài lòng của nhân viên có ảnh hưởng tích cực và chặt chẽ với cam kết của nhân viên (Mosadeghrad & cộng sự, 2008). Giả thuyết:

H3: Sự hài lòng công việc ảnh hưởng tích cực đến cam kết tổ chức

2.2. Mô hình nghiên cứu

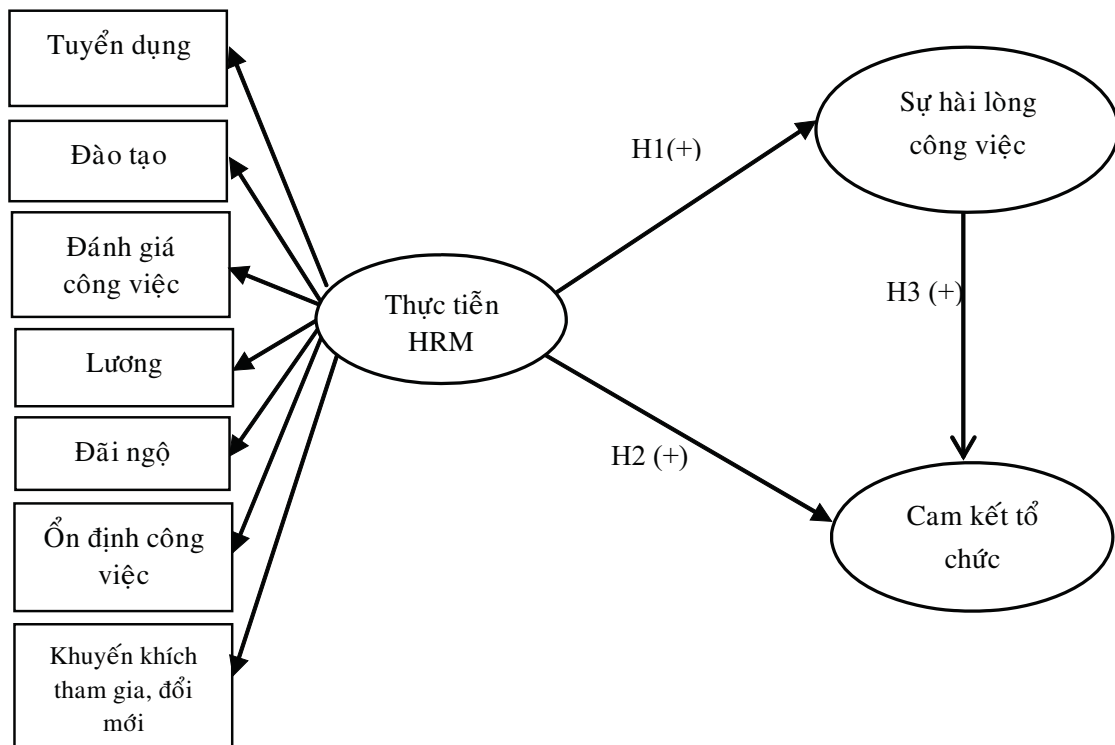
Dựa trên các nghiên cứu trước đây của Ulrich (1997) về tác động của thực tiễn HRM đến sự hài lòng công việc, Boxall & Purcell (2011) cho rằng thực tiễn HRM ảnh hưởng đến cam kết tổ chức như nghiên cứu của Ajila & Abiola (2004), Mosadeghrad & cộng sự (2008) hay nghiên cứu của (Mosadeghrad & cộng sự, 2008) về sự hài lòng ảnh hưởng đến cam kết tổ chức. Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như hình 1:

2.3. Phương pháp nghiên cứu và thu thập số liệu

Mẫu nghiên cứu:

Tabachnick và Fidell (2001) cho rằng tỷ lệ mẫu nghiên cứu tối thiểu là 5:1 (trích từ Hoàng Trọng, 2008). Mẫu khảo sát được thu thập theo phương pháp phân tầng thuận tiện bằng cách phát phiếu trả lời và khảo sát trực tiếp trung bình là 3 nhân viên/doanh nghiệp, tương ứng với 105 doanh nghiệp thực tế được khảo sát, số phiếu thu về và sàng lọc còn lại là 289 quan sát, đảm bảo phù hợp cho phân tích.

Bảng câu hỏi được sử dụng dựa vào thang đo Likert 7 độ (bậc 1 tương ứng mức độ hoàn toàn sai/kém, bậc 7 tương ứng mức độ hoàn toàn đúng/tốt) đo lường mức độ thực hiện thực tiễn HRM của doanh nghiệp, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức thông qua việc đánh giá trực tiếp từ những nhân viên.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Các biến đo lường

Thang đo thực tiễn HRM: được thiết kế trên cơ sở dựa trên các thang đo của Mathis & Jackson (2011); Delery and Doty (1996); Guest et al (2003) để đánh giá mức độ đồng ý của các thành viên trong doanh nghiệp đối với các biến đo lường về thực tiễn HRM trong tổ chức, gồm sáu thành phần như tuyển dụng và đào tạo, đánh giá công việc, lương, thưởng, tính ổn định công việc, khuyến khích tham gia và đổi mới.

Thang đo sự hài lòng công việc: được phát triển dựa trên thang đo của Homburg và cộng sự (2004), thang đo được thiết kế để tập trung đo lường sự hài lòng công việc có liên quan đến các khía cạnh của thực tiễn HRM.

Thang đo cam kết tổ chức: dựa vào thang đo của J.Allen and P.Meyer (1990), trong đó

tập trung đo lường khía cạnh cam kết về mặt tình cảm.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính: thông qua lược khảo tài liệu, thảo luận tay đôi với đối tượng khảo sát và lấy ý kiến chuyên gia nhằm xây dựng thang đo nhập.

Nghiên cứu định lượng: được thực hiện bằng phương pháp phân tích độ tin cậy (cronbach's alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho định lượng sơ bộ và nghiên cứu chính thức thông qua phân tích CFA và SEM.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Phân tích mô tả mẫu nghiên cứu

Trong 289 quan sát, trong đó có 55% giới tính nam, 45% là nữ. Về vị trí công việc, có 78% là nhân viên, 22 % người lao động có giữ chức vụ quản lý. Trong số lao động được khảo sát, độ tuổi từ 18-25 tuổi chiếm 22%, độ

QUẢN TRỊ KINH DOANH

tuổi từ 26-35 chiếm 58%, lao động có độ tuổi trên 36 tuổi chiếm khoảng 20%.

Về trình độ: số lao động có trình độ THPT trở xuống chiếm khoảng 42%, 26% lao động có trình độ từ trung cấp/cao đẳng, lao động có trình độ đại học chiếm 32%. Về số năm làm việc tại doanh nghiệp: dưới 5 năm chiếm 43%, từ 6 đến 10 năm chiếm 42%, 12% lao động đã làm việc trên 10 năm và khoảng 4% trên 20 năm.

Về doanh nghiệp: với 12% doanh nghiệp hoạt động khoảng dưới 5 năm, 41% doanh nghiệp có thời gian hoạt động từ 6-10 năm, 30% doanh nghiệp hoạt động khoảng từ 10-20 năm, và 17% hoạt động trên 20 năm.

Về quy mô doanh nghiệp theo số lượng lao động: có 26% doanh nghiệp có quy mô dưới 50 lao động, 14% doanh nghiệp có số lượng

trên 50 lao động, 60% doanh nghiệp có số lượng từ 100 lao động trở lên.

Từ đặc điểm mẫu khảo sát cho thấy: mặc dù, Đồng bằng Sông cửu Long là vùng có nguồn nguyên liệu phong phú, số lượng lớn, thuận lợi cho việc phát triển ngành công nghiệp chế biến thủy sản. Tuy nhiên, quy mô và năng lực của các doanh nghiệp chế biến vẫn còn nhỏ, chưa đáp ứng được nhu cầu chế biến nông, thủy sản của toàn vùng. Chất lượng nguồn nhân lực vẫn còn nhiều yếu kém, đặc biệt là nhân lực lành nghề còn thấp so với mức bình quân cả nước; việc phát triển doanh nghiệp chủ yếu theo chiều rộng; chất lượng, hiệu quả và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong vùng còn hạn chế.

3.2. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Bảng 1: Tóm tắt kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Khái niệm	Nhân tố	Số biến	Độ tin cậy		Tổng phương sai trích (%) (?vc)	Giá trị
			Cronbach's alpha	Tổng hợp (?c)		
HRMP- Thực tiễn HRM	SEL	3	0.782	0.782	54.5	Đạt yêu cầu
	TRA	3	0.805	0.807	58.2	
	APP	3	0.866	0.865	68.2	
	SAL	2	0.765	0.772	63.0	
	COM	3	0.821	0.820	60.3	
	STA	3	0.726	0.723	46.7	
JOS- Hải lòng công việc	INNO	3	0.768	0.774	53.4	Đạt yêu cầu
	JOS	4	0.842	0.844	57.7	
OC-Cam kết tổ chức	OC	4	0.850	0.851	58.8	Đạt yêu cầu

Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp

Bảng cho thấy khái niệm thành phần của thang đo thực tiễn HRM, hài lòng công việc, cam kết tổ chức đều có hệ số tin cậy tổng hợp \geq giá trị Cronbach's alpha, có tổng phương sai trích để giải thích mức độ biến thiên của dữ liệu đạt yêu cầu. Thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy và tổng phương sai trích.

Bảng 2: Phân tích độ phân tán của thang đo

	<i>SEL</i>	<i>TRA</i>	<i>APP</i>	<i>SAL</i>	<i>COM</i>	<i>STA</i>	<i>INNO</i>	<i>JOS</i>	<i>OC</i>
Trung bình	5.53	5.25	5.46	5.92	5.32	5.26	5.36	5.53	5.23
Độ lệch chuẩn	1.06	1.16	1.12	1.07	1.16	1.03	0.99	0.96	1.02
Phương sai	1.12	1.35	1.25	1.14	1.34	1.06	0.98	0.92	1.04
Skewness	-0.84	-0.83	-0.79	-0.99	-0.78	-0.62	-0.48	-0.80	-0.42
Kurtosis	1.39	0.78	0.70	1.17	0.69	0.66	-0.08	1.77	0.41

Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp

Các hoạt động chức năng của thực tiễn HRM được đánh giá dựa trên nhận thức của người lao động trong doanh nghiệp, có thể được nhìn thấy thông qua hình 2. Hầu như người lao động đều cho rằng các hoạt động chức năng của thực tiễn HRM tại các doanh nghiệp thủy sản ở mức tương đối cao, giá trị trung bình nhận được giao động trong khoảng từ 5.25 - 5.92 trong thang đo 7 cấp độ. Các nhân tố nhận các giá trị lần lượt giảm dần như sau: “Tiền lương - SALA” (5.92), “Tuyển dụng - SEL” (5.53), “Đánh giá nhân viên - APP” (5.46), “khuyến khích sự tham gia, đổi mới - INNO (5.36) “Thưởng, đãi ngộ - COM” (5.32), “Tính ổn định công việc - STA”, “Đào tạo - TRA” (5.25).

Phân tích phân phối và độ phân tán của các khái niệm nghiên cứu, chúng ta cũng nhận thấy sự sai lệch khỏi giá trị trung bình của các biến tương đối thấp (độ lệch tiêu chuẩn chỉ biến động trong phạm vi từ 0.96

cho đến 1.16). Điều này thể hiện sự phân phối của các biến này không lệch xa giá trị trung bình. Giá trị của độ lệch (kewness) và độ nhọn (kurtosis) đều nằm trong phạm vi chấp nhận được của một phân phối chuẩn (trong khoảng -1 đến +1 cho độ lệch và -2 cho đến +2 của độ nhọn).

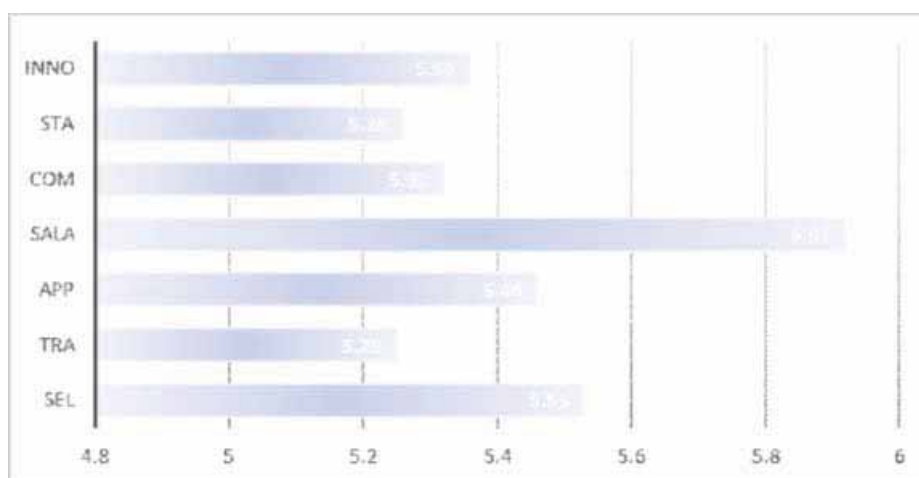
Khái niệm “Sự hài lòng công việc” của nhân viên nhận giá trị tương đối cao (5.53) và “cam kết tổ chức” là (5.23). Phân phối của biến này đủ điều kiện của phân phối chuẩn (các giá trị của độ nhọn và độ lệch đảm bảo yêu cầu). (hình 2)

3.3. Phân tích giá trị phân biệt giữa các khái niệm

Kết quả kiểm định giá trị phân biệt các khái niệm trong mô hình tới hạn (Bảng 3) thể hiện tất cả các mối tương quan giữa các khái niệm có sai lệch chuẩn đạt ý nghĩa ở 5% ($P < 0.05$), sự tương quan giữa từng khái niệm có giá trị khác 1. Vậy, các khái niệm trong mô hình tới hạn đạt giá trị phân biệt.

3.4. Kiểm định mô hình lý thuyết bằng SEM

Kết quả SEM mô hình lý thuyết chuẩn hóa cho thấy Chi-square = 1347.337, bậc tự do $df = 798$, Chi-square/ $df = 1.688 < 3$, chỉ số TLI = 0.904, CFI = 0.911 ≥ 0.9 và RMSEA =



Kết quả ước lượng (chuẩn hóa) các tham số chính của mô hình nghiên cứu chính thức được trình bày ở Bảng 4, cho thấy các mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu chính thức đều có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$). Kết quả ước lượng chuẩn hóa

Hình 2: Tâm quan trọng của các chức năng thực tiễn HRM

Bảng 3: Giá trị phân biệt của các khái niệm

Sự tương quan			Hệ số tương quan (r)	Sai số chuẩn (SE)	Giá trị tới hạn (CR)	Pvalue
JOS	<-->	HRMP	0.803	0.035	5.600	0.000
OC	<-->	HRMP	0.77	0.038	6.107	0.000
OC	<-->	JOS	0.802	0.035	5.616	0.000

Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp

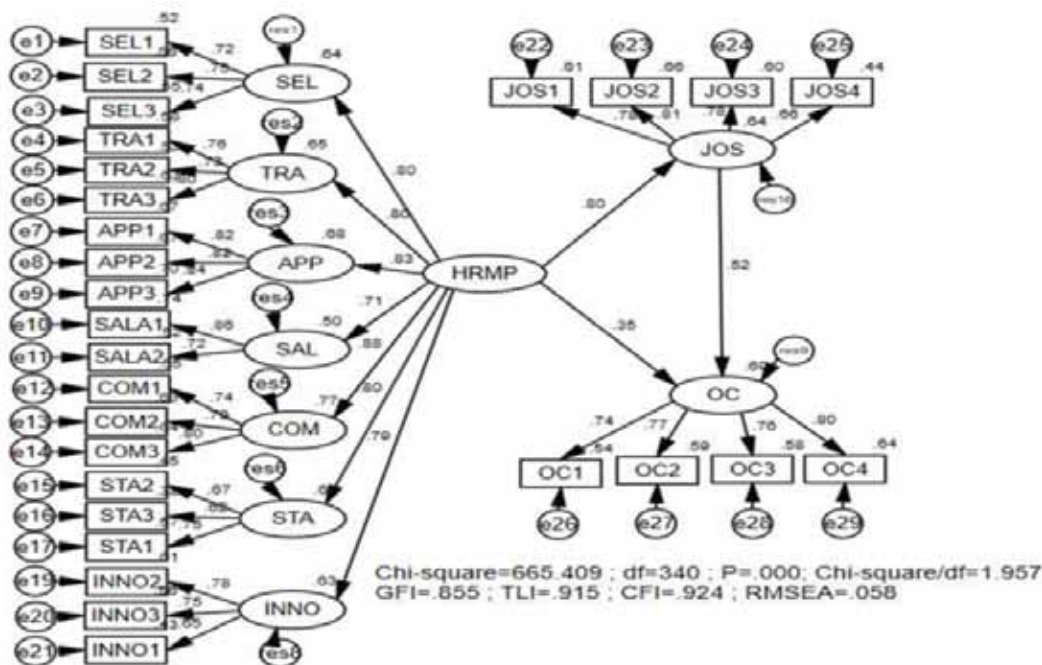
$0.050 < 0.08$. Các giá trị trên đều đạt yêu cầu. Như vậy mô hình đạt mức phù hợp với dữ liệu thu thập từ thị trường. (Hình 3)

(Bảng 4) cho thấy thực tiễn HRM ảnh hưởng tích cực cao đến sự hài lòng công việc của nhân viên trong doanh nghiệp.

Bảng 4: Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình (chuẩn hóa)

Mối quan hệ			Ước lượng	S.E.	C.R.	P
Thực tiễn HRM	→	Hài lòng công việc	0.803	0.112	9.441	***
Thực tiễn HRM	→	Cam kết tổ chức	0.354	0.132	3.528	***
Hài lòng công việc	→	Cam kết tổ chức	0.518	0.102	5.087	***

(Nguồn: Tính toán từ tác giả)



Hình 3: Kết quả phân tích SEM mô hình lý thuyết (chuẩn hóa)

3.5. Kiểm định độ tin cậy của ước lượng bằng Bootstrap

ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Vì vậy, có thể kết luận các ước lượng trong mô hình

Bảng 5: Ước lượng Bootstrap với mẫu N = 600

Mối quan hệ	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
Thực tiễn HRM → HÀi lòng công việc	0.038	0.001	0.804	0.001	0.002	0.5
Thực tiễn HRM → Cam kết tổ chức	0.126	0.004	0.344	-0.01	0.005	-2.0
HÀi lòng công việc → Cam kết tổ chức	0.125	0.004	0.527	0.009	0.005	1.8

(Nguồn: Tính toán từ tác giả)

Bootstrap là phương pháp lấy mẫu lặp lại có thay thế trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò là đám đông. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp Bootstrap với số lượng mẫu lặp lại N= 600.

Qua bảng 5 cho thấy, các mối quan hệ giả thiết trong mô hình nghiên cứu có $|CR| \leq 2$, có

nguyên cứu là đáng tin cậy. Phương pháp này chứng tỏ mô hình lý thuyết của tác giả có thể tin cậy ở mẫu lớn hơn.

4. Thảo luận, hàm ý quản trị và kết luận

4.1. Thảo luận

Nghiên cứu cho thấy thực tiễn HRM tác động dương đến sự HÀi lòng công việc ($\beta =$

0.803) phù hợp với các nghiên cứu của (Ulrich, 1997), (Ajila & Abiola, 2004) và (Boxall & Purcell, 2011). Mức độ hài lòng mỗi quan hệ thuận chiều với sự cam kết tổ chức ($\beta = 0.52$) tương tự nghiên cứu của (Mosadeghrad & cộng sự, 2008), các nghiên cứu đều cho thấy sự hài lòng công việc cũng làm tăng lên sự gắn kết của nhân viên.

Thực tiễn HRM ảnh hưởng tích cực đến cam kết tổ chức ($\beta = 0.345$), điều này phù hợp với nghiên cứu của Whitener (2001), Chew and Chan (2008) về mối quan hệ tích cực giữa thực tiễn HRM và cam kết tổ chức, hay nghiên cứu của Gong và cộng sự (2009) về mối quan hệ giữa HRM và hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp thông qua cam kết tổ chức, đặc trưng là cam kết tình cảm. Điều này có nghĩa rằng các hoạt động như tuyển dụng, đào tạo, đánh giá, lương, thưởng hay khuyến khích sự tham gia đổi mới trong doanh nghiệp có vai trò quan trọng ảnh hưởng tích cực đến cam kết tổ chức.

4.2. Hàm ý quản trị

Để nâng cao sự hài lòng công việc, tạo sự cam kết tổ chức trong nhân viên trong ngành chế biến thủy sản thông qua hoạt động HRM, thiết nghĩ các doanh nghiệp cần chú trọng thực hiện một số hoạt động:

Hoàn thiện hệ thống quản trị nội bộ thông qua việc duy trì và cải tiến hệ thống quản lý ISO. Cần tiếp cận, duy trì và phát triển hệ thống quản lý GMP (Good Manufacturing Practices - tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt) nhằm đảm bảo điều kiện vệ sinh an toàn cho sản xuất, bao gồm những nguyên tắc chung, những quy định, hướng dẫn các nội dung cơ bản về điều kiện sản xuất nhằm đảm bảo sản phẩm đạt chất lượng và an toàn. GMP là một phần cơ bản trong hệ thống quản lý an toàn thực phẩm, là điều kiện tiên quyết cho việc phát triển hệ

thống HACCP và các tiêu chuẩn quản lý an toàn thực phẩm ISO 22000.

Đối với tuyển dụng và đào tạo: Công việc tuyển chọn cần thực hiện công khai, có sự mô tả rõ ràng trong từng vị trí trong công tác tuyển dụng. Nâng cao chất lượng cho hoạt động đào tạo tại chỗ, đáp ứng yêu cầu công việc. Công tác quản lý nguồn nhân lực cần quan tâm đến hai đối tượng lao động trong doanh nghiệp như sau: (1) Đối với lao động trực tiếp tạo ra sản phẩm cần quan tâm thường xuyên đến kỹ năng, trình độ tay nghề và mức độ thành thạo trong sản xuất, chú trọng đến việc tuân thủ các quy định, quy trình trong quá trình thực hiện, đảm bảo thực hiện nghiêm túc các quy định về an toàn lao động, vệ sinh an toàn thực phẩm; (2) Đối với lao động gián tiếp cần nâng cao trình độ về nhiều mặt, trong đó thường xuyên cập nhật tiêu chuẩn quản lý chất lượng, khoa học công nghệ, tiếp cận và phát triển những sản phẩm phù hợp thị trường. Bên cạnh đó, khuyến khích nhân viên tìm tòi học hỏi, am hiểu thêm những lĩnh vực khác nhằm tăng khả năng linh hoạt trong giải quyết công việc và dễ dàng đảm nhiệm công việc khác khi cần thiết thay đổi. Thường xuyên bố trí, cử nhân viên tham dự các lớp đào tạo chuyên môn nghiệp vụ giúp nhân viên cập nhật kiến thức kịp thời, đáp ứng yêu cầu của thị trường.

Đánh giá công việc: Xây dựng bộ tiêu chuẩn đánh giá về kiến thức, kỹ năng, trình độ và các tiêu chí đánh giá về mức độ hoàn thành công việc trong doanh nghiệp, trong đó cần lưu ý đến yếu tố về giới và người dân tộc thiểu số. Các tiêu chí đánh giá cần rõ ràng, công khai, tạo sự công bằng trong đánh giá nhân viên. Bên cạnh đó, cần thiết xây dựng kênh thông tin phản hồi và đối thoại với doanh nghiệp ít nhất mỗi năm 02 lần nhằm giải quyết thắc mắc, tháo gỡ các khó

khăn và những khiếu nại từ nhân viên, tạo một môi trường làm việc yên tâm đóng góp cho công việc.

Chính sách trả lương, thưởng: Cần được thực hiện đầy đủ, đúng thời gian đảm bảo mức lương phù hợp với vị trí công việc và hợp lý đặt trong sự so sánh với những doanh nghiệp khác trong cùng một loại hình kinh doanh. Xem yếu tố lương là một trong những yếu tố duy trì, kèm theo đó cần có hệ thống khen thưởng đa dạng và hợp lý nhằm động viên nhân viên an tâm, gắn bó, cống hiến công sức cho việc xây dựng và phát triển tại doanh nghiệp. Cần thiết xác định các định biên lao động, đơn giá tiền lương được rà soát và điều chỉnh 06 tháng một lần cho phù hợp với tình hình thực tế sản xuất kinh doanh. Quy chế lương, thưởng, chế độ ốm đau, nghỉ dưỡng sức, thai sản... Cần được thực hiện theo đúng quy định và thanh toán đúng kỳ hạn. Tiền công lao động hợp lý, đúng năng lực chuyên môn giúp nhân viên phát huy hết khả năng của mình.

Khuyến khích tham gia, đổi mới: Đa dạng hóa trong việc khuyến khích nhân viên tham gia đóng góp cho các quy định, quy trình trong doanh nghiệp với mục tiêu là đảm bảo sự cải tiến chất lượng, nâng cao sự đóng góp của người lao động đối với doanh nghiệp trong việc cải thiện hiệu suất hoạt động thông qua việc cải tiến cách thức quản lý, quy trình làm việc mang tính hợp lý, hiệu quả. Cải tiến mẫu mã chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Có chế độ khen thưởng kịp thời cho các sáng kiến khoa học, kỹ thuật, tiết kiệm trong sản xuất và quản lý.

4.3. Kết luận

Nghiên cứu đánh giá một cách tổng thể về nhận thức của nhân viên đối với hoạt động HRM trong doanh nghiệp, đồng thời kết quả kiểm định cho thấy thực tiễn HRM có ảnh

hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức. Thông qua nghiên cứu là cơ sở cho doanh nghiệp chế biến thủy sản xác định các quyết định quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng trong công việc, tạo sự gắn bó của nhân viên với tổ chức, góp phần thúc đẩy tăng năng suất lao động trong hoạt động sản xuất chế biến thủy sản.

Thực tiễn HRM trong doanh nghiệp là khái niệm đa hướng gồm nhiều thành phần đa dạng, tuy nhiên nghiên cứu này chỉ tập trung phân tích những hoạt động cơ bản của HRM ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức. Vì vậy, nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng các thành phần khác của HRM nhằm đánh giá một cách toàn diện về hoạt động của thực tiễn quản trị nguồn nhân lực. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Ajila, C. and Abiola, A. (2004), *Influence of rewards on workers performance in an organization*, Journal of Social Science, Vol. 8 No. 1, pp. 7–12.
2. Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1997), *Commitment in the workplace: Theory, research and application*, Thousand Oaks.
3. Armstrong, M. (2014), *A Handbook of Human Resource Management Practice*, Human Resource Management, available at: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1141-1>.
4. Audretsch, D.B. and Thurik, R. (2001), *What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies*, Industrial and Corporate Change, Vol. 10 No. 1, pp. 267-315.
5. Becker, H. (1960), *Notes on the concept of commitment*, *The American Journal of Sociology*, The American journal of Sociology, Vol. 66, No.1, pp. 32–40.

6. Boxall, P. and Purcell, J. (2011), *Strategy and Human Resource Management*, 2nd ed., Basingstoke : Palgrave Macmillan.
7. Chew, J. and Chan, C.C.A. (2008), *Human resource practices, organizational commitment and intention to stay*, International Journal of Manpower, Vol. 29 No. 6, pp. 503–522.
8. Cooper-Hakim, A. and Viswesvaran, C. (2005), *The construct of work commitment: testing an integrative framework*, Psychological Bulletin, American Psychological Association, Vol. 131 No. 2, p. 241.
9. Cranny, C.J., Smith, P.C. and Stone, E. (1992), *Job Satisfaction: How People Feel about Their Jobs*, Wiley Online Library.
10. Delaney, J.T. and Huselid, M.A. (1996), *The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance*, Academy of Management Journal, Vol. 39 No. 4, pp. 949-969.
11. Delery, J.E. and Doty, D.H. (1996), *Modes of theorizing in strategic human resource management: Tests of universalistic, contingency, and configurational performance predictions*, Academy of Management Journal, Vol. 39 No. 4, pp. 802-835.
12. Gong, Y., Law, K.S., Chang, S. and Xin, K.R. (2009), *Human Resources Management and Firm Performance: The Differential Role of Managerial Affective and Continuance Commitment*, Journal of Applied Psychology, Vol. 94 No. 1, pp. 263-275.
13. Guest, D.E. (1997), *Human resource management and performance: a review and research agenda*, The International Journal of Human Resource Management, Vol. 8 No. 3, pp. 263-276.
14. Guest, D.E., Michie, J., Conway, N. and Sheehan, M. (2003), *Human resource management and corporate performance in the UK*, British Journal of Industrial Relations, Vol. 41 No. 2, pp. 291-314.
15. Hoàng Trọng. (2008), *Phân Tích Dữ Liệu Nghiên Cứu Với SPSS*, NXB Thống Kê.
16. Homburg, C. and Stock, R.M. (2004), *The Link Between Salespeople's Job Satisfaction and Customer Satisfaction in a Business-to-Business Context: A Dyadic Analysis*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 32 No. 2, pp. 144-158.

Summary

The study aims to assess the impact of human resource management practices on organizational satisfaction and commitment in seafood processing enterprises through the awareness of employees. The research sample was surveyed from 289 employees and managers working at those enterprises. The method of linear structural balance (SEM) was conducted to analyze the factors in the research model. Research results show that human resource management practices have a direct positive impact on job satisfaction and organizational commitment, and job satisfaction in turn has a positive impact on organizational commitment.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ PHÙ HỢP CỦA VỊ TRÍ QUY HOẠCH ĐỐI VỚI CÁN BỘ NỮ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thị Minh Hòa

Trường Đại học Lao động - Xã hội

Email: nguyenthiminhhoa1212@yahoo.com

Ngày nhận: 22/01/2019

Ngày nhận lại: 06/03/2019

Ngày duyệt đăng: 12/03/2019

*M*ục tiêu nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch với chuyên ngành đào tạo, nguyện vọng, sở trường của cán bộ nữ (CBN) trong diện quy hoạch tại thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM). Thông tin được thu thập từ 288 CBN trong diện quy hoạch tại 5 quận/huyện và 7 Sở, ban ngành của TP. Kết quả phân tích nhân tố khám phá và hồi quy bội với các mô hình kiểm soát cho thấy, “Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch” là yếu tố đóng vai trò quan trọng đối với sự phù hợp cả về chuyên ngành đào tạo cũng như nguyện vọng, sở trường của CBN. Các yếu tố có tác động mạnh và tích cực đến mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch là “Năng lực - Hiểu biết”, “Trình độ học vấn (chuyên môn)” và “Năng lực - Tổ chức, đạo đức công vụ” của CBN. Đặc biệt, mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch chịu tác động tiêu cực bởi yếu tố “Rào cản trong chính sách quy hoạch”. Qua đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác quy hoạch, tạo nguồn CBN quản lý, lãnh đạo trên địa bàn TP trong tương lai.

Từ khóa: nữ quản lý, lãnh đạo, cán bộ nữ trong diện quy hoạch, TP. Hồ Chí Minh.

1. Giới thiệu

Yếu tố con người được các nhà khoa học cũng như các nhà quản lý công nhận là một trong những yếu tố chính mà qua đó tổ chức có thể đạt được thành công (Porter, M.E., 1990). Lựa chọn nhân sự là quá trình đánh giá ứng viên theo nhiều khía cạnh khác nhau để xác định mức độ phù hợp của họ đối với vị trí dự kiến đảm nhiệm (Pattanayak, B., 2005). Đây là khâu quan trọng trong công tác cán bộ nói chung, quy hoạch cán bộ lãnh đạo, quản lý (LDQL) nói riêng nhằm đảm bảo nguồn cán bộ kế cận.

Ngày nay, trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng, phụ nữ tham gia trong hệ thống chính trị ngày càng tăng và đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế xã hội. Tăng cường bình đẳng giới (BĐG) và nâng cao năng lực, vị thế cho phụ nữ là tiêu chuẩn của một xã hội tiến bộ và hiện đại, là một

trong 8 mục tiêu của thiên niên kỷ và là một trong những mục tiêu quan trọng của hầu hết các quốc gia trên thế giới.

Ở Việt Nam, công tác CBN luôn được Đảng, Nhà nước quan tâm. Việc ban hành Luật BĐG (2006), Nghị quyết số 11- NQ/TW (2007) của Bộ Chính trị về công tác nữ thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Chiến lược quốc gia về BĐG giai đoạn 2011 - 2020 và nhiều nghị quyết quan trọng là những bằng chứng về cam kết chính trị trong việc trao quyền cho phụ nữ.

Để thúc đẩy các cơ hội cho phụ nữ phát triển trong lĩnh vực chính trị, TP.HCM đã ban hành các văn bản về công tác CBN, thể hiện sự quyết tâm của thành phố trong việc thực hiện các mục tiêu về BĐG và vì sự phát triển của phụ nữ như Chương trình hành động số 31-CTr/TU của Thành ủy TPHCM ban hành ngày 13 tháng 3 năm 2008 về thực hiện Nghị

quyết 11-NQ/TW, Quyết định 4249/QĐ-UBND của UBND TP.HCM ngày 07 tháng 9 năm 2011 về ban hành Chương trình thực hiện Chiến lược quốc gia về BDG trên địa bàn TP.HCM giai đoạn 2011 - 2020.

Tuy nhiên, ở Việt Nam và TP. HCM vẫn tồn tại khoảng cách giới về quyền lực giữa nam và nữ. Mặc dù tỷ lệ nữ tham gia các cơ quan dân cử ở Việt Nam có xu hướng tăng, nhưng chiếm chưa tới 30% ở tất cả các cấp: nhiệm kỳ 2016 - 2021, tỷ lệ nữ đại biểu quốc hội, Hội đồng nhân dân cấp tỉnh, huyện và xã tương ứng là 26,8%, 26,46%, 27,51% và 26,7% (HLHPN Việt Nam, 2016). So với cả nước, TP. HCM có tỷ lệ nữ tham chính vượt trội, tỷ lệ nữ đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp đạt trên 40%, vượt so với quy định của Trung ương, song tỷ lệ nữ trong các vị trí quản lý cấp trưởng vẫn duy trì ở mức thấp, đại đa số ở vị trí cấp phó. Tính đến tháng 12/2017, chỉ có 13,33% nữ là giám đốc sở, ban, ngành; 16,67% là chủ tịch UBND quận/huyện (Sở Nội vụ TP.HCM, 2018). Như vậy, nữ giới vẫn tiếp tục chiếm tỷ lệ thấp hơn so với nam giới, quyền quyết định ở các cấp vẫn chủ yếu là nam giới.

Các nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra những cản trở và thách thức đối với sự thăng tiến của phụ nữ trong khu vực công. Một là, quy định khác nhau về tuổi nghỉ hưu. Khuôn khổ pháp lý thiếu đồng bộ và các chính sách công có sự đối xử khác nhau giữa nam và nữ, tạo ra một môi trường cạnh tranh không bình đẳng giữa nam và nữ, cản trở nữ giới tham chính (Ngân hàng thế giới, 2011; Jean Munro, 2012; UNDP (2012) Đặng Ánh Tuyết, 2016). Hai là, chính sách về tạo nguồn quy hoạch, đào tạo, bồi dưỡng và bổ nhiệm CBN. Báo cáo của Jean Munro (2012), UNDP (2012) cho thấy, có ít quy hoạch cán bộ nhằm tăng tỷ lệ nữ trong các vị trí cao cấp của chính phủ. Ba là, thiếu cam kết của các tổ chức và các nhà lãnh đạo trong thực thi các chính sách về BDG trong công tác cán bộ. Việt Nam không có quy định cá nhân hoặc tổ chức cụ thể nào chịu trách nhiệm thực hiện các mục tiêu, thiếu các biện pháp khuyến khích và kỷ luật để hỗ trợ thực

hiện các chỉ tiêu về đại diện nữ (Jean Munro, 2012; UNDP, 2012). Bốn là, định kiến giới. Điều này được biểu hiện trong việc đánh giá sai lệch về vai trò, năng lực lãnh đạo của nữ giới, khi mà quan điểm vai trò lãnh đạo vốn thường được đảm nhiệm bởi nam giới. Đây được coi là một trong những cản trở hàng đầu đối với sự vươn lên làm lãnh đạo của nữ giới (Astrid S.Tuminez, 2012; Herminia Ibarra, 2013; Nguyễn Thị Thu Hà, 2011; UNDP (2012).

Có thể thấy rằng, các nghiên cứu sâu vẫn đề rào cản đối với nữ trong diện quy hoạch LDQL về sự phù hợp với chuyên môn, nguyện vọng và sở trường của họ chưa nhiều. Đặc biệt, hiếm có các nghiên cứu lượng hóa được tác động của các yếu tố về trình độ, năng lực đồng thời với khía cạnh rào cản về chính sách đối với công tác quy hoạch.

Như vậy, việc xác định các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch với chuyên ngành đào tạo, nguyện vọng, sở trường của nữ LDQL trên địa bàn TP.HCM là rất cần thiết. Thông qua nghiên cứu này các cơ quan hữu quan có thể cân nhắc áp dụng các giải pháp được đề xuất nhằm hoàn thiện công tác tạo nguồn, quy hoạch CBN LDQL ở TP.HCM nói riêng và cả nước nói chung.

2. Cơ sở lý thuyết, giả thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khung lý thuyết

Các lý thuyết cổ điển theo trường phái hành vi được khởi xướng từ quan điểm quản trị của Mayo, Maslow, Follet, Barnard, McGregor, Likert, Argyris, Herzberg từ thập niên 30 của thế kỷ trước cho tới các lý thuyết quản trị nguồn nhân lực hiện đại Beer và cộng sự, Arthur, Huselid, MacDuffie, Gust, Schular và Jackson, Gomez-Meija và Balkin và những người khác đều nhấn mạnh tính phù hợp với công việc, sự gắn kết của nhân viên với tổ chức (Beer và cộng sự, 1985; Tichy, Fombrun và Devanna, 1982).

Lựa chọn nhân sự là một môn khoa học, bắt đầu vào khoảng năm 1900, khi các nguyên tắc và phương pháp của tâm lý học đã được áp dụng cho các quyết định nhân sự ở

châu Âu và Hoa Kỳ (Salgado, Anderson và Hülsheger, 2010; Vinchur và Koppeş Bryan, 2012). Các chủ đề truyền thông bao gồm phân tích công việc, đo lường hiệu quả, các đặc điểm, phẩm chất khác biệt cá nhân, thiết kế nghiên cứu và đánh giá dữ liệu nhằm đưa ra sự lựa chọn chính xác nhân lực phù hợp với nhiệm vụ đảm nhận trong tương lai (Schmitt, N., và Chan, D. (1998).

Để phát hiện sớm những người có thể đáp ứng được yêu cầu công việc trong tương lai cần phải dựa trên kết quả đánh giá năng lực, đây là nội dung cốt lõi của công tác nhân sự. Có rất nhiều quan điểm, cách nhìn về năng lực, nhưng đơn giản và cô đọng nhất theo Boyatzis (1982) thì năng lực được coi là “một đặc điểm cơ bản của một người mang lại hiệu suất hoặc hiệu quả cao trong công việc”.

Một số nhà khoa học lại nhấn mạnh năng lực phải được thể hiện rõ qua những đặc điểm cụ thể (Cooper, 2000; Parry, 1996; Shippmann và cộng sự, 2000). Tuy nhiên, từ một góc nhìn khác, việc đánh giá thông qua “Năng lực cốt lõi” của nhân viên được Prahalad, C. K. và Hamel, G. (1990) khởi xướng cho phép tổ chức lựa chọn nhân sự nhanh chóng, đơn giản. Cách tiếp cận “một công cụ phù hợp với mọi người” do Mansfield (1996) xây dựng bao gồm một bộ tiêu chuẩn năng lực được xác định cho tất cả nhân viên hoặc nhóm nhân viên (ví dụ: người quản lý). Mô hình được kế thừa dựa trên các mô hình hiện có, từ khảo cứu tài liệu hoặc phát triển từ các cuộc họp với nhân viên.

Theo quan điểm quản trị, tổ chức có thể đạt được lợi thế cạnh tranh tốt nhất bằng cách cải tiến chính sách nhân sự và cơ cấu tổ chức; nói cách khác, thông qua việc sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực (Beer và cộng sự, 1985; Tichy, Fombrun và Devanna, 1982).

Trên cơ sở lý thuyết quản trị dựa trên nguồn lực, việc giữ chân các nhân viên giỏi liên quan đến vấn đề sống còn của tổ chức, hơn nữa, không phải là dễ để thu hút được những người có tài (David, G. Collings và Kamel Mellahi, 2009), vì vậy các nhà lãnh đạo luôn tìm cách tăng mức độ hài lòng của nhân viên.

Nhiều nhà khoa học cho rằng, chính các vị trí đảm nhiệm của nhân viên trong tổ chức góp phần tạo nên các khát vọng vươn lên của người lao động, đặc biệt đối với nữ. Kết quả nhiều nghiên cứu cho thấy, các vị trí đảm nhiệm của nam và nữ nhân viên, chứ không phải là giới tính định hình thái độ làm việc của họ (Cassirer, N., và Reskin, B., 2000).

Moyes, Shao và Newsome (2008) đã chỉ ra rằng sự hài lòng của nhân viên được thể hiện thông qua mức độ hài lòng với vị trí mà người đó nắm giữ. Các nhân viên có được sự hài lòng từ công việc khi kết hợp nguyện vọng, sở trường của họ và tạo hiệu quả thực sự với tổ chức (Valentine, S. và Fleischman, G., 2008).

Như vậy, có thể thấy rằng, công tác nhân sự vừa mang tính khoa học, vừa mang tính nghệ thuật. Nó đòi hỏi phải đảm bảo các khâu từ chuẩn bị tới sử dụng nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu của tổ chức về mặt chuyên môn và phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nhân viên.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

(1) Trình độ chuyên môn

Ngày nay, nhân viên của tổ chức phải đảm bảo về năng lực (với hàm ý rộng), bao gồm trình độ chuyên môn và cả thể lực, để tạo hiệu quả công việc tối đa cho tổ chức. Cho dù các vị trí được lựa chọn có thể chịu tác động từ một số yếu tố như lý lịch tư pháp, chính trị hoặc hoàn cảnh xuất thân, nhưng đó không phải là ưu tiên chính (một cách chủ quan) so với những người khác mà yếu tố năng lực phải là tiêu chí duy nhất được đặt lên hàng đầu để lựa chọn ứng viên (Pinnington, A., Macklin, R., Campbell, T., 2007). Trước tiên, nhân sự được lựa chọn phải là người đáp ứng các đòi hỏi về tiêu chuẩn chuyên môn.

Giả thuyết H1a: *Trình độ chuyên môn có tác động tích cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Giả thuyết H1b: *Trình độ chuyên môn có tác động tích cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

(2) Năng lực: bao gồm 3 thành phần chính, cụ thể:

Hiểu biết

Ngày càng có nhiều chuyên gia nhận ra rằng sự thành công của một tổ chức được xác định bởi một loạt kiến thức, hiểu biết liên quan đến sản phẩm/dịch vụ, khuyến khích, phân phối hoặc quy trình khác với đối thủ cạnh tranh. Lợi thế cạnh tranh thu được thông qua nguồn nhân lực là mục tiêu của tất cả các tổ chức hiện đại. Tuy nhiên, vai trò của họ chưa được công nhận đúng mức trong hầu hết các tổ chức.

Một tập hợp các quy tắc (Cấu trúc VRIN) cần được tôn trọng để đạt được lợi thế cạnh tranh thông qua nhân viên (Probst, G. và cộng sự, 1998): Tài nguyên phải có giá trị - con người là một nguồn lợi thế cạnh tranh khi họ tham gia vào mục tiêu hiệu quả; Hiếm - có nghĩa là kiến thức, kỹ năng và khả năng phải là duy nhất; Khó bắt chước - có nghĩa là những tài nguyên này không nằm trong số các nhân viên của các đối thủ cạnh tranh khác; và Không thể thay thế được - có nghĩa là nhân sự này sở hữu những kiến thức, kỹ năng độc đáo mà người khác không có.

Giả thuyết H2a: *Mức độ hiểu biết có tác động tích cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Giả thuyết H2b: *Mức độ hiểu biết có tác động tích cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Kỹ năng

Năng lực có thể là tự nhiên (cá tính), đạt được (giáo dục, kỹ năng và kinh nghiệm) và thích nghi (kết quả nghề nghiệp, khả năng sử dụng các kỹ năng tự nhiên và kỹ năng đạt được) của ứng cử viên (Roberts, G., 2004). Kỹ năng quản lý dẫn dắt một tổ chức làm cho kỹ năng sản xuất và phát triển trở thành một vector chính về hiệu quả và tạo ra giá trị trong tổ chức.

Kỹ năng quản lý liên quan đến việc sắp xếp các nguồn lực nội bộ, đó là lợi thế cạnh tranh của tổ chức. Đo lường và đánh giá kỹ năng của ứng cử viên là các hoạt động khó khăn hơn chúng ta tưởng. Năng lực được định nghĩa là “khả năng của cá nhân trong việc huy

động nguồn lực đa dạng của mình để có thể đáp ứng các yêu cầu trong những tình huống cụ thể” (Perrenaud, 2000, trích trong Lê Quân, 2016). Có thể nói rằng, công tác chuẩn bị nhằm phát triển nguồn nhân lực bao gồm một tập hợp các hành động mà tổ chức thực hiện để thu hút các ứng cử viên với các kỹ năng cần thiết cho việc tuyển dụng ngay lập tức hoặc trong tương lai đối với vị trí đảm nhiệm (Pinnington A., Macklin R., Campbell T., 2007).

Giả thuyết H3a: *Kỹ năng có tác động tích cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Giả thuyết H3b: *Kỹ năng có tác động tích cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Tố chất, đạo đức công vụ

Các tổ chức công tồn tại vì lợi ích công cộng và sử dụng công chức để cung cấp dịch vụ nhằm đảm bảo cuộc sống tốt hơn cho tất cả mọi người. Theo Boyne (2006), đạo đức đề cập đến chuẩn mực theo đó các hành vi của nhân viên trong các tổ chức công phải tuân theo. Các biểu hiện của hành vi phi đạo đức có thể kể đến quản lý kém công khai, thiếu trung thực và tham nhũng (Gildenhuis, 1991).

Bên cạnh tố chất kiểm soát bản thân, nhân viên có đạo đức công vụ được tuyển dụng nhằm đảm bảo rằng một bộ phận hoặc một mục tiêu của tổ chức đạt được thông qua hiệu quả hoạt động của nhiệm vụ. Điều kiện tiên quyết để thành công là hành vi đạo đức và tính chuyên nghiệp, một trong những chức năng của nhân viên (Shafritz và Russel, 2005). Nói khác đi, có rất ít hoặc thậm chí không có hy vọng thành công trong việc cung cấp dịch vụ nếu công chức không chuyên nghiệp và hành vi của họ là phi đạo đức.

Giả thuyết H4a: *Tố chất, đạo đức công vụ có tác động tích cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Giả thuyết H4b: *Tố chất, đạo đức công vụ có tác động tích cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

(3) Chính sách và thực tiễn quản trị nguồn nhân lực

Không biết chiến lược và chính sách của tổ chức, không có phân tích về kế hoạch dài hạn tổ chức, sự thiếu hụt về nhận thức các tình huống, quy định nghỉ hưu làm cho phương pháp tuyển dụng trở nên không chính xác và sai lệch, hệ quả là việc quản lý nhân sự trong một tổ chức không thể có quy hoạch thích hợp trong tuyển dụng hoặc điều chuyển nguồn nhân lực (Pinnington, A., Macklin, R., Campbell, T., 2007). Như vậy, việc thiết lập các chính sách và thủ tục lựa chọn nhân sự được coi như là quy tắc ứng xử của tổ chức và việc nắm vững những quy định, chính sách trong lĩnh vực này là điều cần thiết đối với mỗi ứng viên của vị trí lãnh đạo, quản lý.

***Giả thuyết H5a:** Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn có tác động tích cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

***Giả thuyết H5b:** Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn có tác động tích cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

(4) Rào cản trong chính sách tạo nguồn quy hoạch

Một số kết quả nghiên cứu, đặc biệt gần đây tại Việt Nam đã chỉ ra những rào cản trong việc phân đấu trở thành lãnh đạo của phụ nữ. Rào cản trong chính sách quy hoạch, bổ nhiệm nữ lãnh đạo được Kabeer N. và cộng sự (2005) chỉ rõ nội dung: Các quy định hiện hành về tuổi đề bạt và tuổi nghỉ hưu.

Phân tích về rào cản trong chính sách quy hoạch, bổ nhiệm đối với CBN, đặc biệt liên quan đến quy định độ tuổi, tác giả Trần Thị Vân Anh (2010) đã chỉ ra rằng: “Nữ cán bộ phải thu xếp đi học nhằm đảm bảo các tiêu chuẩn (quản lý hành chính, lý luận chính trị và/hoặc sau đại học) sớm nhất có thể, hay ít nhất là sớm hơn 5 năm so với nam, nếu muốn bắt kịp thời gian cho khung tuổi bổ nhiệm. Thách thức thứ hai là quy định hiện hành về việc cử đi đào tạo/bồi dưỡng là như nhau đối với nam và nữ, ví dụ sau 3-5 năm công tác”.

Quy định về cơ cấu nữ đại biểu cũng phản ánh thực trạng bất bình đẳng trong

chính sách, khi tỷ lệ được yêu cầu chỉ là 35%, thay vì 50% hoặc hơn (Ủy ban Thường vụ Quốc hội, 2016).

***Giả thuyết H6a:** Rào cản trong chính sách tạo nguồn quy hoạch có tác động tiêu cực đến sự phù hợp với chuyên ngành đào tạo của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

***Giả thuyết H6b:** Rào cản trong chính sách tạo nguồn quy hoạch có tác động tiêu cực đến sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ ở vị trí được quy hoạch.*

Như vậy, có thể thấy rằng từ lý luận tới thực tiễn công tác cán bộ, đặc biệt là công tác quy hoạch, tạo nguồn cán bộ LĐQL nói chung và đặc biệt đối với CBN nói riêng, việc phát hiện sớm cán bộ để đưa vào quy hoạch đều cần lựa chọn thông qua những tổ chức cơ bản: kiến thức, hiểu biết, kỹ năng và tố chất của cán bộ trên cơ sở bình đẳng và minh bạch. Bên cạnh đó cần giảm thiểu hoặc loại bỏ các rào cản đối với công tác quy hoạch CBN LĐQL, đặc biệt là rào cản về mặt chính sách.

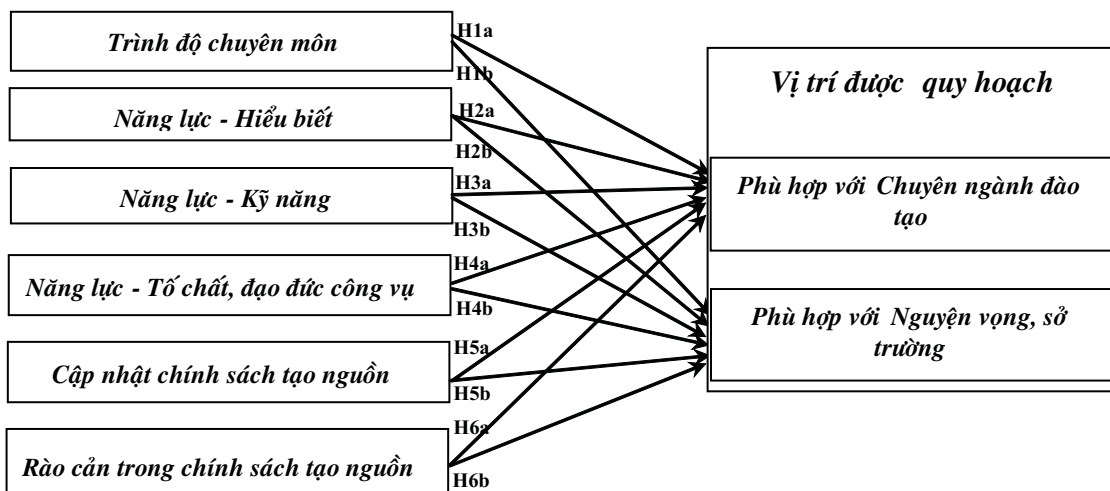
3. Phương pháp nghiên cứu

Phát triển thang đo

Việc ứng dụng, phát triển khung đánh giá năng lực đã được các nhà nghiên cứu tiến hành tại nhiều quốc gia trên thế giới, đơn cử như ở Châu Âu (Horton, S., Hondeghe, A., & Farnham, D., 2002) (Nunes, F., Martins, L. & Duarte, H., 2007), Châu Mỹ (Chan, D. C., 2006), Châu Á (Siddiquee, N. A., 2006), (Kim, P. S., 2007) và mới đây nhất ở Việt Nam (Lê Quân và cộng sự, 2015).

Các biên quan sát được sử dụng dựa trên các tiêu chí từ những nghiên cứu trước đây về khung năng lực cán bộ (Mansfield, R.S., 2005), (World Bank, 2008), (Lê Quân, 2016). Các tiêu chí sử dụng thang đo likert 5 mức độ với các nhân tố ảnh hưởng đến công tác quy hoạch. Bảng hỏi cũng bao gồm thông tin nhân khẩu học như giới tính, tuổi tác.

Nhóm nghiên cứu đã thực hiện phỏng vấn chuyên gia là những người công tác tại các viện, trường đại học, những nhà lãnh đạo quản lý có kiến thức, kinh nghiệm, am hiểu đường lối chính sách trong lĩnh vực quản trị nhân sự để đưa ra bộ công cụ khảo sát.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Sau khi xây dựng, bộ công cụ được tiến hành điều tra thử nghiệm trên 50 đối tượng, các phản hồi được ghi nhận, phân tích đánh giá sơ bộ, loại bỏ các bất hợp lý, xin thêm ý kiến các chuyên gia, các nhà quản lý sau khảo sát thử nghiệm để hoàn thiện trước khi đưa ra bộ công cụ khảo sát chính thức (phiếu khảo sát thực địa).

Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Địa bàn khảo sát được chọn theo tiêu chí đảm bảo cả thành thị/nông thôn, đảm bảo cả các cấp lãnh đạo ở cả khía cạnh cấp Chính quyền (UBND, HĐND, ĐVSN) lẫn khía cạnh đơn vị hành chính (Tỉnh/Tp, Quận/huyện, xã/phường). Nghiên cứu được tiến hành trên 3 Quận (Quận 8, 10, Bình Tân), 2 Huyện (Bình Chánh, Hóc Môn) và 7 Sở, ban, ngành (Giáo dục và Đào tạo, Kế hoạch và Đầu tư, Nội vụ, Tài nguyên môi trường, Thông tin truyền thông, Tư pháp, Thanh tra) của thành phố.

Theo Hair và cộng sự (1998), mẫu tối thiểu để sử dụng được coi là thích hợp để phân tích thống kê các nhân tố phải bằng hoặc lớn hơn 5 lần các biến độc lập, nhưng không nhỏ hơn 100, do đó: $n > 100$ và $n = 5k$ (k là số lượng mục).

Cuộc khảo sát này được tiến hành với 34 mục, vì vậy, kích thước mẫu tối thiểu là $5 \times 34 = 170$ quan sát. Dựa trên dữ liệu thu thập thực tế, tổng số CBN trả lời khảo sát là 288 người, đáp ứng yêu cầu đặt ra.

Thông tin thu thập thông qua bảng câu hỏi giấy tự điền chủ yếu được gửi đến người trả lời thông qua các cán bộ của đơn vị. Thời gian thu thập thông tin định lượng được thực hiện trong 3 tháng (tháng 3-5/2018).

Phương pháp phân tích dữ liệu

Thông tin định lượng được xử lý trên phần mềm SPSS phiên bản 21.0.

Kiểm tra độ tin cậy của Cronbach Alpha

Cronbach Alpha là thước đo tính nhất quán nội bộ hoặc mức độ liên quan chặt chẽ của một tập hợp các mục. Nó loại bỏ các biến hoặc thang đo quan sát không đạt yêu cầu trong một cuộc khảo sát. Các biến số mà hệ số tương quan tổng chi tiết nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại bỏ và thang đo chuẩn Cronbach Alpha lớn hơn hoặc bằng 0,6 (Peterson, 1994). Sau khi giá trị Cronbach Alpha đáp ứng các yêu cầu, phân tích nhân tố khám phá được sử dụng để xác định các tiêu chí quan tâm.

Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA)

Phân tích nhân tố khám phá thường được sử dụng để rút gọn các yếu tố giải thích chính từ tập hợp số lượng lớn các biến quan sát. Các tiêu chuẩn được áp dụng khi kiểm tra bằng EFA như sau:

- (1) Nếu giá trị của Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) cao hơn 0,5 => EFA là phù hợp
- (2) Số lượng các nhân tố được xác định dựa trên chỉ số giá trị riêng (Eigenvalue). Các

nhân tố có giá trị riêng nhỏ hơn 1 sẽ bị loại khỏi mô hình nghiên cứu

(3) Tổng phương sai giải thích phải lớn hơn 50% (Hair và cộng sự, 1995)

(4) Hệ số tương quan giữa các biến và hệ số tải nhân tố phải lớn hơn hoặc bằng 0,5 (Anderson và Gerbing, 1988)

Phân tích hồi quy đa biến

Nghiên cứu sử dụng phân tích hồi quy đa biến với các mô hình kiểm soát để xác định và ước tính mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự phù hợp với chuyên ngành được đào tạo và nguyện vọng, sở trường của cán bộ nữ đối với vị trí được quy hoạch.

Mô hình hồi quy đa biến có dạng tổng quát:

$$Y_1 = \beta_{01} + \beta_{11}X_1 + \beta_{12}X_2 + \beta_{13}X_3 + \dots + \beta_{1n}X_n + e_1$$

$$Y_2 = \beta_{02} + \beta_{21}X_1 + \beta_{22}X_2 + \beta_{23}X_3 + \dots + \beta_{2n}X_n + e_2$$

Trong đó:

Y_1 : Mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch với chuyên ngành đào tạo của cán bộ nữ trong diện quy hoạch.

Y_2 : Mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch với nguyện vọng, sở trường của cán bộ nữ trong diện quy hoạch.

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch với chuyên ngành đào tạo, nguyện vọng, sở trường của cán bộ nữ trong diện quy hoạch

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Cơ cấu mẫu khảo sát

Nhóm tuổi của đối tượng khảo sát chủ yếu từ 30 đến 49 tuổi (chiếm 85,4%), đây cũng là độ tuổi phù hợp với các quy định trong các văn bản hướng dẫn về quy hoạch cán bộ. Đặc biệt có rất ít nữ cán bộ trẻ (dưới 30 tuổi) thuộc

diện được quy hoạch, chỉ chiếm tỷ lệ 11,5%.

Trong số đối tượng khảo sát, tỷ lệ nữ cấp tỉnh cao nhất, tiếp đến là cấp quận/huyện và cuối cùng là cấp xã/phường. Đại đa số đối tượng được khảo sát có trình độ đại học và trên đại học với tỷ lệ tương ứng 82,3% và 16%. Cán bộ có trình độ trung cấp chỉ duy nhất có 1 người và cũng chỉ có 4 người có trình độ cao đẳng.

4.2. Độ tin cậy và tính xác thực của thang đo

Để kiểm định giả thuyết đề ra, đầu tiên chúng tôi tiến hành kiểm định độ tin cậy và xác thực của thang đo.

Giá trị kiểm định KMO = .884.

Phân tích nhân tố khám phá và hệ số tin cậy Cronbach α được sử dụng, cho thấy thang đo có thể sử dụng (xem Bảng 2).

Sử dụng phép quay nhân tố Varimax, kết quả Tổng phương sai giải thích khi phân tích nhân tố khám phá là 66,32% (lớn hơn 50%).

4.3. Phân tích hồi quy đa biến

Để kiểm định các giả thuyết, hồi quy các biến phụ thuộc là “Mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với chuyên ngành được đào tạo” và “Mức độ phù hợp của vị trí được đào tạo với nguyện vọng, sở trường” của CBN được sử dụng. Biến độc lập là các nhân tố trình độ, năng lực, rào cản có kiểm soát những yếu tố khác như độ tuổi, cấp lãnh đạo (hành chính), trình độ tin học, ngoại ngữ ...vv

Bảng 1: Cơ cấu mẫu khảo sát

Tiêu chí		Số lượng	Tỷ lệ
Nhóm tuổi	Dưới 30	33	11,5
	Từ 30 đến 49	251	87,2
	Từ 50 đến 55	4	1,4
Cấp lãnh đạo (hành chính)	Cấp tỉnh	116	40,3
	Cấp huyện	101	35,1
	Cấp xã	71	24,7
Trình độ học vấn (chuyên môn)	Trung cấp	1	0,3
	Cao đẳng	4	1,4
	Đại học	237	82,3
	Cao học	46	16,0
Tổng số		288	100,0

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2018

Bảng 2: Hệ số tải nhân tố và hệ số tin cậy

<i>Nhân tố</i>	<i>Câu hỏi</i>	<i>Hệ số tải</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Năng lực bản thân - Hiểu biết</i>	Kiến thức chuyên môn hiện có	.667	.854
	Hiểu biết về địa phương thuộc thẩm quyền quản lý	.688	
	Hiểu biết về cơ quan, đơn vị thuộc thẩm quyền quản lý	.762	
	Hiểu biết Pháp luật liên quan công việc	.786	
	Hiểu biết Chủ trương đường lối chính sách liên quan đến công việc	.717	
<i>Năng lực bản thân - Kỹ năng</i>	Kỹ năng lãnh đạo nhóm	.623	.905
	Kỹ năng xây dựng và phát triển mối quan hệ	.551	
	Kỹ năng vận động, tập hợp, dẫn dắt	.710	
	Kỹ năng định hướng tuyên truyền	.714	
	Kỹ năng chỉ đạo, điều hành	.770	
	Kỹ năng tổ chức, triển khai công việc	.665	
	Kỹ năng ủy quyền	.757	
	Kỹ năng khích lệ động viên	.768	
Kỹ năng kiểm soát giải quyết xung đột	.701		
<i>Năng lực bản thân - Tố chất, đạo đức</i>	Quản trị bản thân	.694	.808
	Bản lĩnh tự chịu trách nhiệm	.810	
	Có đạo đức công vụ	.861	
<i>Rào cản quy hoạch</i>	Rào cản Quy định tuổi quy hoạch, nghỉ hưu	.836	.911
	Rào cản quy định cơ cấu cán bộ quy hoạch	.897	
	Quy định thành phần các hội nghị phục vụ công tác quy hoạch	.907	
	Quy định thủ tục triển khai công tác quy hoạch	.904	
<i>Phù hợp chuyên ngành</i>	Vị trí quy hoạch phù hợp với chuyên ngành/nghề được đào tạo	K	K
<i>Phù hợp nguyện vọng, sở trường</i>	Vị trí quy hoạch phù hợp với nguyện vọng, sở trường bản thân	K	K

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2018

Kết quả hồi quy với biến phụ thuộc là “Mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với chuyên ngành được đào tạo” cho thấy: các cán bộ nữ có “Trình độ học vấn (chuyên môn)”, “Năng lực bản thân Hiểu biết”, “Mức độ cập nhật hiểu biết về chính sách tạo nguồn” càng cao thì Vị trí được quy hoạch càng phù hợp với chuyên ngành đào tạo. Đặc biệt, các rào cản về chính sách quy hoạch đối với cán bộ nữ có tác động tiêu cực tới mức độ

phù hợp nói trên. Kết quả ước lượng có ý nghĩa thống kê (xem Bảng 3). Như vậy, giả thuyết H1a, H2a, H5a và H6a được ủng hộ.

Kết quả hồi quy với biến phụ thuộc là “Mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với nguyện vọng, sở trường” cho thấy: Các cán bộ nữ có “Năng lực bản thân Hiểu biết”, “Năng lực bản thân Tố chất, đạo đức công vụ”, “Mức độ cập nhật hiểu biết về chính sách tạo nguồn” càng cao thì Vị trí được quy hoạch

Bảng 3: Kết quả hồi quy với mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với chuyên ngành đào tạo là biến phụ thuộc

<i>Biến độc lập</i>	<i>Mô hình kiểm soát 1</i>	<i>Mô hình kiểm soát 2</i>	<i>Mô hình đầy đủ</i>
Tuổi	-.069	-.050	-.043
Cấp lãnh đạo (1-Tỉnh, 2-Huyện, 3-Xã)	.052	.045	.027
Trình độ học vấn (chuyên môn)	.124 *	.098	.103 a
Thân niên giữ chức danh quản lý/lãnh đạo	.015	.010	.019
Trình độ Anh ngữ	.049	.048	.055
Trình độ tin học	.023	.013	.016
Năng lực bản thân_Hiểu biết	.293 ***	.247 **	.250 **
Năng lực bản thân_Kỹ năng	.036	.016	.014
Năng lực bản thân_Tổ chức, đạo đức công vụ	-.027	-.046	-.038
Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch		.169 **	.157 *
Các Rào cản tạo nguồn quy hoạch CB nữ			-.103 a
R ²	.123 ***	.145 *	.155 a
Thay đổi R ²		.022	.010
R ² điều chỉnh	.094 ***	.114 *	.121 ***

*Chú thích: a có ý nghĩa thống kê ở mức 90%; * mức 95%; ** mức 99%; *** mức 99,9%*
Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2018

Bảng 4: Kết quả hồi quy với Mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với với nguyện vọng, sở trường là biến phụ thuộc

<i>Biến độc lập</i>	<i>Mô hình kiểm soát 1</i>	<i>Mô hình kiểm soát 2</i>	<i>Mô hình đầy đủ</i>
Tuổi	-.127 *	-.093	-.086
Cấp lãnh đạo (1-Tỉnh, 2-Huyện, 3-Xã)	-.126	-.138 *	-.156 *
Trình độ học vấn (chuyên môn)	-.039	-.088	-.083
Thân niên giữ chức danh quản lý/lãnh đạo	.069	.060	.069
Trình độ Anh ngữ	.077	.076	.083
Trình độ tin học	.044	.025	.028
Năng lực bản thân_Hiểu biết	.208 **	.123 a	.126 a
Năng lực bản thân_Kỹ năng	.027	-.010	-.013
Năng lực bản thân_Tổ chức, đạo đức công vụ	.167 *	.131 *	.139 *
Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch		.318 ***	.308 ***
Các Rào cản tạo nguồn quy hoạch CB nữ			-.101 a
R ²	.205 ***	.241 **	.250 a
Thay đổi R ²		.035	.009
R ² điều chỉnh	.185 ***	.213 **	.220 a

*Chú thích: a có ý nghĩa thống kê ở mức 90%; * mức 95%; ** mức 99%; *** mức 99,9%*
Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2018

càng phù hợp với nguyện vọng, sở trường. Tương tự như trên, các rào cản về chính sách quy hoạch đối với cán bộ nữ có tác động tiêu cực tới mức độ phù hợp với nguyện vọng, sở trường của cán bộ. Kết quả ước lượng có ý nghĩa thống kê (xem Bảng 4). Như vậy, giả thuyết H2b, H4b, H5b và H6b được ủng hộ.

Đặc biệt, mức độ phù hợp với nguyện vọng, sở trường có mối liên quan chặt chẽ với cấp lãnh đạo (hành chính). Cán bộ cấp hành chính cao hơn có mức độ phù hợp với nguyện vọng, sở trường cao hơn. (Cấp tỉnh phù hợp hơn cấp huyện, cấp huyện phù hợp hơn cấp xã) (hệ số âm và có ý nghĩa thống kê).

5. Bàn luận và hàm ý chính sách

5.1. Bàn luận

Vị trí lãnh đạo, quản lý được quy hoạch phù hợp với chuyên ngành đào tạo của cán bộ nhưng không phải lúc nào cũng đồng nhất với việc phù hợp với nguyện vọng, sở trường của bản thân người đó. Đây là hai khía cạnh hoàn toàn khác nhau. Chính vì vậy, các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ phù hợp của vị trí quy hoạch cũng khác nhau. Kết quả quy hoạch sẽ thật sự hoàn hảo nếu như vị trí được quy hoạch vừa phù hợp với chuyên ngành đào tạo lại vừa phù hợp với nguyện vọng, sở trường của cán bộ. Trên thực tế, công tác quy hoạch cán bộ phụ thuộc vào mục tiêu, chiến lược của tổ chức, vì vậy khó có thể cùng một lúc đạt được sự phù hợp ở cả hai khía cạnh này.

Việc nhìn nhận đúng vấn đề để phân công đúng người, đúng việc là rất quan trọng. Điều này giúp cho công việc được giải quyết nhanh và đạt hiệu quả cao. Như vậy, công tác quy hoạch đúng nhóm đối tượng, đúng mục đích, yêu cầu là rất cần thiết. Quy hoạch cán bộ lãnh đạo, quản lý là chuẩn bị và tạo nguồn cán bộ làm căn cứ để đào tạo, bồi dưỡng, xây dựng đội ngũ cán bộ đảm nhận các chức danh LĐQL các cấp trong hệ thống chính trị. Trong khi đó, đối với các cán bộ, công chức có chuyên môn, có tài năng nhưng không có sở trường LĐQL thì cần quy hoạch, bồi

dưỡng họ nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

Trong công tác quy hoạch tại TP.HCM, mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch của CBN là yếu tố đóng vai trò quan trọng đối với sự phù hợp cả về chuyên ngành đào tạo cũng như nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ.

Yếu tố tác động tích cực và mạnh nhất đến sự phù hợp của vị trí được quy hoạch với chuyên ngành đào tạo là “Hiểu biết” của cán bộ nữ. Tiếp đến là yếu tố “Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch” và “Trình độ học vấn (chuyên môn)” quyết định sự phù hợp này.

Trong khi đó, vị trí được quy hoạch có sự phù hợp với nguyện vọng, sở trường của cán bộ nữ (tương ứng theo thứ tự mức độ ảnh hưởng) lại do yếu tố “Mức độ cập nhật và hiểu biết về chính sách tạo nguồn quy hoạch”, “Năng lực_Tổ chất, đạo đức công vụ” và tiếp đến là “Năng lực_Hiểu biết” tác động.

Khả năng, kinh nghiệm của cán bộ cần phải xác định liên quan đến thực tế công việc chứ không phải chỉ dựa trên cơ sở thời gian đảm nhiệm. Năng lực có thể tích lũy, học hỏi thông qua nhiều hình thức khác nhau, phụ thuộc vào nhiều yếu tố như trí thông minh, mức độ nhanh nhạy của cá nhân hoặc có môi trường phát triển tốt. Việc yêu cầu cụ thể về thâm niên đối với vị trí được quy hoạch có thể gây bất lợi cho cán bộ, đặc biệt là CBN.

Đặc biệt, CBN cấp Tỉnh/TP cho thấy rằng vị trí được quy hoạch của họ phù hợp với nguyện vọng, sở trường hơn so với CBN cấp Quận/Huyện và tương tự, CBN cấp Quận/Huyện cho thấy mức độ phù hợp cao hơn cấp Xã/Phường. Điều này có thể lý giải là do công tác quy hoạch ở tuyến trên đã chú ý hơn không những đối với chuyên ngành được đào tạo mà còn đối với cả nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ.

Yếu tố kỹ năng trong cả 2 mô hình đều không có tác động tới mức độ phù hợp của nữ

cán bộ trong diện quy hoạch, đây là vấn đề cần lưu tâm, nghiên cứu tìm hiểu sâu hơn. Điều này có thể được lý giải là do yếu tố kỹ năng của CBN sẽ được cấp trên xem xét, cân nhắc kỹ hơn khi bổ nhiệm hoặc đơn giản là nữ cán bộ trong diện quy hoạch chưa có được điều kiện, thời gian, cơ hội để bộc lộ các kỹ năng này.

Mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch với chuyên ngành đào tạo, nguyện vọng, sở trường đều chịu tác động tiêu cực bởi Yêu tố rào cản trong chính sách quy hoạch. Rào cản này càng lớn thì vị trí được quy hoạch càng kém phù hợp với chuyên ngành, nguyện vọng và sở trường của CBN trong diện quy hoạch.

Tuy nhiên, nghiên cứu của chúng tôi không phải là không có giới hạn. Trên thực tế, trong nghiên cứu này, thông tin dữ liệu mới chỉ được thu thập và phân tích trên địa bàn TP.HCM. Do đó, nghiên cứu trong tương lai có thể tận dụng các lập luận ở đây để so sánh trường hợp tại các địa phương khác hoặc cũng có thể thu thập thêm số liệu tại những tỉnh/thành phố khác trên cả nước. Qua đó, các nghiên cứu sâu hơn có thể giúp cung cấp một câu trả lời chính xác và rõ ràng hơn.

5.2. Hàm ý chính sách

Cần phổ biến rộng rãi, công khai, minh bạch kế hoạch triển khai công tác quy hoạch cán bộ LĐQL, từ việc nêu rõ mục đích, yêu cầu, vị trí và các nguyên tắc quy hoạch; đối tượng và phạm vi quy hoạch; tiêu chuẩn cho mỗi chức danh quy hoạch cho đến quy trình và thời gian thực hiện.

Không ngừng thúc đẩy đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, năng lực và tu dưỡng đạo đức cho cán bộ nói chung và đặc biệt là CBN nói riêng, nhằm đảm bảo đội ngũ cán bộ vừa có phẩm chất vừa có kiến thức.

Giảm thiểu dần tiến tới xóa bỏ rào cản về chính sách quy hoạch tạo nguồn đối với CBN, giúp họ có cơ hội cạnh tranh bình đẳng với nam giới, cụ thể:

- Đối với quy định về độ tuổi, nên linh hoạt, không quá khắt khe đối với cán bộ nữ về

điều kiện độ tuổi trong quy hoạch, bổ nhiệm cũng như yêu cầu phải đủ thời gian công tác. Nghiên cứu nâng mức quy định tuổi nghỉ hưu của phụ nữ.

- Đối với cơ cấu thành phần: nên phân bổ hạn ngạch với tỷ lệ tương đương ở cả 2 giới khi lựa chọn tạo nguồn, quy hoạch. Hơn nữa, cơ cấu thành phần không chỉ đơn thuần thể hiện ở mặt “lượng” (tỷ lệ) mà còn phải đảm bảo ở cả mặt “chất” (quy hoạch vào vị trí cấp trưởng).

Cần phân định rõ công tác quy hoạch cán bộ LĐQL và quy hoạch cán bộ chuyên môn, nghiệp vụ.

Cuối cùng, công tác quy hoạch cần phải chú trọng tới mức độ phù hợp với chuyên ngành được đào tạo, nguyện vọng, sở trường của nữ cán bộ không chỉ ở tuyến trên mà cả ở tuyến cơ sở (ở xã/phường cũng như quận/huyện).

6. Kết luận

Nghiên cứu này tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhân tố trình độ, năng lực và rào cản trong công tác CBN với sự phù hợp của vị trí được quy hoạch tại TP.HCM. Số liệu khảo sát đã phân nào trả lời các câu hỏi nghiên cứu đặt ra.

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng: Các yếu tố rào cản đối với CBN trong công tác quy hoạch, mặc dù không phải là yếu tố chính, tuy nhiên nó thực sự có tác động tiêu cực tới mức độ phù hợp của vị trí được quy hoạch.

Việc lựa chọn cán bộ đưa vào quy hoạch vị trí lãnh đạo, quản lý đều chủ yếu dựa trên trình độ và năng lực của cán bộ. Tuy nhiên, đối với CBN, họ phải phấn đấu, hoàn thiện bản thân hơn so với nam giới để đạt được sự tin tưởng của cấp trên cũng như các đồng nghiệp khi được lựa chọn quy hoạch vào những vị trí LĐQL. Vì vậy, so với các đồng nghiệp nam, những rào cản trong công tác quy hoạch CBN sẽ càng thách thức hơn đối với họ.

Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng để cung cấp các khuyến nghị cho các nhà hoạch định chính sách trong công tác quy

hoạch cán bộ LĐQL, đặc biệt đối với CBN. Các nghiên cứu trong tương lai có thể khắc phục những hạn chế của nghiên cứu này để có được kết quả chính xác hơn. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Boyatzis, R. E. (1982), *The competent manager: A model for effective performance*, John Wiley & Sons.
2. Campbell, J.P., Knapp, D.J. (2001), *Exploring the limits in personnel selection and classification*, US Army Research Institute for the behavioral and social sciences, 2001, pp. 3-15.
3. Lê Quân, Tạ Huy Hùng, Mai Hoàng Anh, (2015), *Nghiên cứu ứng dụng khung năng lực vào phát triển nhân lực lãnh đạo, quản lý khu vực hành chính công vùng Tây Bắc*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Nghiên cứu Chính sách và Quản lý, Tập 31, Số 1 (2015), trang 6-18.
4. Lê Quân, (2016), *Khung năng lực lãnh đạo, quản lý khu vực hành chính công*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Mansfield, R.S. (2005), *Practical Questions in Building Competency Models*, Workitect, Inc.
6. Moyes, G.D., Shao, P.L., and Newsome, M. (2008), *Comparative Analysis Of Employee Job Satisfaction In The Accounting Profession*, Journal of Business & Economics Research (JBER): Vol 6 No 2 (2008), pp. 65 - 82.
7. Naila Kabeer, Trần Thị Vân Anh, Vũ Mạnh Lợi. (2005), *Chuẩn bị cho tương lai: các chiến lược ưu tiên nhằm thúc đẩy bình đẳng giới ở Việt Nam*, Worlbank and United Nation, Hà Nội.
8. Schmitt, N., & Chan, D. (1998), *Personnel selection: a theoretical approach*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Summary

The objective of the study is to determine the factors affecting the relevance of prospective female cadres' planning position with the specialization of training, aspiration and strengths in Ho Chi Minh City (HCMC). Information was collected from 288 staff in planning sources in 5 districts and 7 departments of the city. The results of exploratory factor analysis and multiple regressions with control models have indicated that, "The level of updating and understanding of policy of creating planning sources" is an important factor for the appropriateness between the profession and expectations of female cadres. Factors that have a strong and positive impact on the relevance of the planned position are "Competence - Understanding", "Education level (specialization)" and "Competence - Quality, work ethics". In particular, the suitability of the planned position is negatively affected by the factor "Barriers in planning policies". Thereby, this study aims at proposing solutions to complete the planning work, creating sources of management and leadership for the city in the future.

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM SẢN PHẨM DU LỊCH ẨM THỰC NÔNG TRẠI Ở BẾN TRE

Đoàn Thị Mỹ Hạnh

Trường ĐH Văn Hiến Thành phố Hồ Chí Minh

Email: hanhdtm@vhu.edu.vn

Ngày nhận: 21/02/2019

Ngày nhận lại: 13/03/2019

Ngày duyệt đăng: 19/03/2019

Bến Tre có diện tích trồng Dừa lớn nhất Việt Nam, có rất nhiều món ăn và thức uống của người dân địa phương được chế biến từ Dừa. Với các tính năng độc đáo, sản phẩm du lịch ẩm thực nông trại có thể được thiết kế như thế nào? Thiết kế sản phẩm đã được thực hiện từ các thông tin thu thập được bằng phương pháp quan sát tham gia và phỏng vấn chuyên gia. Sản phẩm đã được thử nghiệm tại Nông trại du lịch sân chim Vàm Hồ - là nông trại duy nhất ở Bến Tre hoạt động theo mô hình sản xuất nông nghiệp kết hợp kinh doanh du lịch. Khảo sát ý kiến 60 khách tham gia thử nghiệm cho kết quả rất tốt nên sản phẩm đã được giới thiệu ra thị trường và đã có 84,7% khách rất hài lòng với sản phẩm.

Từ khóa: ẩm thực, du lịch, nông trại, thử nghiệm.

1. Giới thiệu

Quá trình ra quyết định chọn điểm đến của khách du lịch chịu ảnh hưởng rất lớn bởi hình ảnh điểm đến - là những gì khách du lịch biết được về một địa điểm. Bất kỳ điểm đến du lịch nào cũng đều có các tính năng phổ biến và độc đáo. Trong khi tính năng phổ biến như giá cả, khí hậu, cơ sở lưu trú... có thể so sánh được giữa các điểm đến thì tính năng độc đáo là những biểu tượng duy nhất. Tính năng độc đáo được lưu lại trong tâm trí của khách du lịch và là yếu tố quan trọng hàng đầu thúc đẩy họ đến thăm địa điểm đó.

Bến Tre là điểm đến có đặc trưng miền quê sông nước tương tự như các điểm đến khác trong vùng đồng bằng sông Cửu Long và riêng có danh tiếng "Xứ Dừa Việt Nam". Danh tiếng này có được không chỉ là do Bến Tre có diện tích trồng Dừa lớn nhất so với các

địa phương khác trong cả nước mà còn do có đặc trưng ẩm thực độc đáo với những món ăn và uống dùng nguyên liệu từ cây Dừa. Với tính năng độc đáo này Bến Tre có thể phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực nông trại như thế nào? Nghiên cứu này được thực hiện nhằm góp phần trả lời cho câu hỏi vừa nêu với đề xuất sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại đặc trưng của xứ Dừa. Sản phẩm đã được thiết kế và đưa vào thử nghiệm tại Nông trại Du lịch sân chim Vàm Hồ ở huyện Ba Tri tỉnh Bến Tre trong năm 2017.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nhằm đạt được mục tiêu là thiết kế và thử nghiệm sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại ở Bến Tre, nghiên cứu này mong đợi trả lời được bốn câu hỏi sau:

(1) Tài nguyên du lịch ẩm thực đặc trưng của Bến Tre có những gì?

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

(2) Xu hướng thị trường du lịch ẩm thực như thế nào?

(3) Sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại nên được thiết kế như thế nào?

(4) Kết quả thử nghiệm sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại như thế nào?

Phương pháp chuyên gia và quan sát tham gia được dùng để thu thập thông tin về cách chế biến và thưởng thức các món ăn và thức uống có dùng nguyên liệu từ cây Dừa. Kỹ thuật phỏng vấn mặt đối mặt được dùng để phỏng vấn 29 chuyên gia trong khoảng thời gian từ tháng 3/2017 - 12/2017. Các câu hỏi nhằm tham khảo ý kiến của họ về những món ăn và uống có nguyên liệu Dừa để thu thập dữ liệu trả lời câu hỏi thứ nhất. Chuyên gia là người địa phương có kiến thức về ẩm thực và có kinh nghiệm hoạt động trong ngành du lịch. Chi tiết về chuyên gia đã phỏng vấn được trình bày trong bảng 1.

Bảng 1: Số chuyên gia đã phỏng vấn chia theo địa bàn

STT	Địa bàn	Số người	Ghi chú
1	Châu Thành	4	Trong đó có 1 hướng dẫn viên
2	Mỏ Cày	4	
3	Chợ Lách	5	Trong đó có 1 quản lý hoạt động du lịch của huyện
4	Giồng Trôm	2	
5	Ba Tri	8	Trong đó có 1 lãnh đạo huyện
6	TP. Bến Tre	6	Trong đó có 3 hướng dẫn viên du lịch, 1 lãnh đạo Sở Văn hóa - Thể thao và Du Lịch
	Tổng	29	

Phương pháp phân tích văn bản được dùng để thu thập dữ liệu liên quan đến xu hướng thị trường du lịch ẩm thực để trả lời câu hỏi thứ hai. Từ kết quả phân tích hai cơ sở dữ liệu sản phẩm được thiết kế và giới thiệu trong các hội thảo khoa học để thu thập ý kiến của các chuyên gia là các nhà nghiên cứu về du lịch, lãnh đạo cơ quan quản lý du lịch địa phương và các công ty du lịch. Các

hội thảo khoa học đã tham dự được trình bày chi tiết trong bảng 2.

Câu hỏi thứ ba được trả lời với bản thiết kế sản phẩm có hiệu chỉnh từ việc tiếp nhận ý kiến của chuyên gia trong các hội thảo khoa học. Sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại đã được thử nghiệm tại Nông trại du lịch sân chim Vàm Hồ với hai nhóm khách, mỗi nhóm có 30 khách. Phân nhóm khách dựa vào hai tiêu chí là độ tuổi và kinh nghiệm về ẩm thực. Kết quả thử nghiệm được đánh giá qua khảo sát ý kiến khách dùng thử bằng bảng hỏi ngay sau khi dịch vụ được cung cấp hoàn tất.

3. Du lịch ẩm thực và khách du lịch ẩm thực

Erik Wolf được coi là người đầu tiên đưa ra khái niệm Du lịch ẩm thực. Ông định nghĩa đó là “chuyên đi mà động cơ chính của khách du lịch là khám phá ẩm thực ở nơi đến” (Wolf, 2002). Từ đó đến nay nhiều nhà

nghiên cứu đã phát triển khái niệm này theo hướng làm rõ các hoạt động khám phá ẩm thực như mua hoặc tiêu thụ thực phẩm ở nơi đến, quan sát và nghiên cứu về sản xuất thực phẩm, tham dự các lễ hội ẩm thực, các cuộc trình diễn nấu ăn, tham quan nhà máy chế biến thực phẩm, dự hội thảo giáo dục và các

chuyến thăm nông trại...

Trong nghiên cứu này, Du lịch ẩm thực được định nghĩa là chuyên đi với mục đích chính của khách du lịch là tham gia các hoạt động liên quan đến ẩm thực bao gồm: thưởng thức các món ăn và thức uống đặc sản địa phương, tìm hiểu về thực phẩm nguyên liệu, cách chế biến và phối hợp món ăn, tham quan các nhà máy và làng nghề chế biến thực

Bảng 2: Các hội thảo đã tham dự và trình bày tham luận

STT	Tên hội thảo	Thời gian	Đơn vị tổ chức	Tên bài tham luận
1	Ứng dụng CNTT trong du lịch - Xu hướng và giải pháp đón đầu trước hội nhập ngành du lịch Việt Nam	5/2017	Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh	Truyền thông cho du lịch ẩm thực qua kênh truyền miệng điện tử
2	Xúc tiến đầu tư phát triển du lịch huyện Ba Tri	7/2017	Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch Bến Tre, UBND huyện Ba Tri	Tạo hình ảnh điểm đến du lịch Xanh cho Ba Tri với du lịch nông trại và du lịch biển
3	Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù tỉnh Bến Tre	8/2017	UBND tỉnh Bến Tre	Phát triển du lịch ẩm thực tạo hình ảnh điểm đến “Xứ Dừa”
4	Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cho vùng đồng bằng sông Cửu Long	12/2017	Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQG TP.HCM	Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm du lịch ẩm thực xứ Dừa

phân, chợ nông thôn, bảo tàng thực phẩm, tham gia lễ hội ẩm thực, cuộc thi về ẩm thực, hội chợ thực phẩm, hội nghị, hội thảo khoa học về ẩm thực...

Với định nghĩa về sản phẩm du lịch ẩm thực như trên thì khách du lịch ẩm thực là tất cả những người tham gia trải nghiệm các hoạt động liên quan đến ẩm thực bao gồm khách du lịch quốc tế và nội địa trong đó khách nội địa gồm cả người dân ở tại điểm đến. Du lịch ẩm thực là loại sản phẩm rất tinh tế, mỗi sản phẩm chỉ có thể đáp ứng tốt một khúc thị trường nhất định nên phân nhóm khách du lịch ẩm thực là rất cần thiết trong thiết kế sản phẩm. Khách du lịch ẩm thực có thể được phân nhóm theo đặc điểm nhân khẩu học, theo khu vực địa lý nơi xuất phát, theo động lực đi du lịch hay theo mức độ am hiểu ẩm thực.

4. Xu hướng thị trường du lịch ẩm thực

Ẩm thực ngày càng có ảnh hưởng đến

quyết định chọn điểm đến cho kỳ nghỉ của khách du lịch. Vào năm 2010, chỉ có 8,1% khách du lịch cho rằng ẩm thực là yếu tố thúc đẩy chính trong quyết định mua dịch vụ du lịch, đến năm 2016 con số này là 18% và có 81% khách du lịch quan tâm tìm hiểu chi tiết về thức ăn và uống ở nơi họ đến thăm (World Food Travel, 2017). Theo kết quả khảo sát của Global Data vào năm 2018 thì có 27,6% khách du

lịch cho rằng ẩm thực địa phương là yếu tố thúc đẩy họ chọn điểm đến (Global Data, 2018). Thị trường du lịch ẩm thực đã hình thành bốn xu hướng là (1) tour du lịch ẩm thực địa phương, (2) nấu ăn tại nhà dân địa phương, (3) ẩm thực đường phố và chợ, (4) học nấu ăn (Boutsiouko, 2018).

Một cuộc khảo sát khác do mạng lưới Pangaea thực hiện với đối tượng khảo sát là những người làm việc trong ngành du lịch như đại lý du lịch, hướng dẫn viên, điều hành công ty lữ hành... ở năm quốc gia là Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha và Anh cho biết có 29% người được hỏi trả lời là khách du lịch ẩm thực có xu hướng thích thăm các trang trại và chợ nông thôn, 26% cho là khách thích mua sản phẩm địa phương và có 55% cho rằng khách mong muốn có trải nghiệm ẩm thực đích thực (The Blueroom Project, 2014). Điều này gợi ý rằng du lịch ẩm thực tại nông

trại đang có xu hướng trở thành trào lưu theo xu hướng tiêu dùng thực phẩm tươi sạch, an toàn và xu hướng du lịch khám phá địa phương. Những xu hướng này tạo điều kiện cho du lịch ẩm thực nông trại trở thành khúc thị trường có vị trí quan trọng trong thị trường du lịch ẩm thực.

5. Tài nguyên du lịch ẩm thực của Bến Tre

Tài nguyên du lịch ẩm thực bao gồm tài nguyên hữu hình và vô hình có thể sử dụng được để phục vụ khách du lịch ẩm thực. Bến Tre sẵn có tài nguyên du lịch ẩm thực hữu hình là các vườn Dừa rộng lớn dọc hai bên tỉnh lộ 883 (đường về huyện Bình Đại), tỉnh lộ 885 (đường về huyện Giồng Trôm) và Dừa được trồng xen với các loại cây khác khắp nơi tạo nên một không gian ẩm thực độc đáo. Danh tiếng “Xứ Dừa Việt Nam” và văn hóa ẩm thực với các món ăn và uống dùng nguyên liệu từ cây Dừa là tài nguyên vô hình đáng giá. Trong danh mục 53 món được chia thành 3 nhóm là món ăn mặn, món ăn ngọt và món uống có một số món đã được khách du lịch trong và ngoài nước biết đến như gỏi củ hủ dừa, thịt kho nước dừa, bánh dừa, mít dừa, kẹo dừa, sương sa dừa... Bảng 3 trình bày danh mục gồm 22 món ăn mặn với 11 món có dùng nước cốt dừa trong đó món bánh xèo dùng củ hủ dừa làm nhân. Có 9 món dùng nước dừa tươi, trong đó có 3 món dùng phối hợp với nước màu dừa và cơm dừa. Bảng 4 trình bày danh mục gồm 27 món ăn ngọt trong đó một số món tương tự được tập hợp thành nhóm như chè đậu các loại, xôi đậu các loại. Các món ngọt phần lớn dùng nước cốt dừa (23 món), có 2 món dùng nước dừa tươi trong đó Cốm dẹp phối hợp với cơm dừa và 2 món dùng cơm dừa. Món uống thông dụng nhất là dừa tươi với nhiều chủng loại, phổ biến nhất là dừa xiêm xanh, dừa dâu và đặc biệt là dừa dứa thoảng hương lá dứa tự nhiên. Ngoài các món ăn và món uống còn có các gia vị và nước chấm như nước màu dừa, nước mắm pha nước dừa tươi... Từ danh mục các

món cơ bản có thể tạo thành các món phiên bản để tăng số món như bánh xèo, bánh ít, bánh tét với nhiều loại nhân khác nhau, chè với các nguyên liệu khác nhau như bắp, khoai mì, khoai môn... bánh canh thì có thể dùng cá thay cho tôm hoặc bánh canh ngọt như là một loại chè...

Bến Tre còn có ngành công nghiệp chế biến thực phẩm từ Dừa rất phát triển. Một số công ty đã xuất khẩu sản phẩm sang thị trường nhiều quốc gia trên thế giới nhiều năm qua. Chẳng hạn như Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Bến Tre (Betrimex) có ba nhà máy trong đó nhà máy chế biến Dừa Giồng Trôm có trang thiết bị hiện đại nhất. Công ty TNHH chế biến Dừa Lương Quới và công ty cổ phần chế biến Dừa Á Châu có nhà máy ở hai Khu công nghiệp cùng thuộc huyện Châu Thành. Sản phẩm và công suất của các nhà máy này được trình bày trong bảng 6. Ngoài ra, Bến Tre còn có các làng nghề chế biến thực phẩm từ Dừa như làng nghề Kẹo dừa ở phường 7, TP. Bến Tre; làng nghề Bánh tráng Mỹ Lồng ở xã Mỹ Thạnh, huyện Giồng Trôm; làng nghề Bánh phồng Sơn Đốc ở xã Hưng Nhượng, huyện Giồng Trôm; làng nghề Bánh phồng Phú Ngãi ở xã Phú Ngãi, huyện Ba Tri.

6. Thiết kế sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại

Trong phạm vi nghiên cứu này chỉ thiết kế và thử nghiệm sản phẩm cơ bản của dòng sản phẩm ẩm thực tại nông trại nhằm thăm dò thị trường. Với tên sản phẩm là Du lịch ẩm thực nông trại, ba yêu cầu phải tính đến trong thiết kế sản phẩm là: (1) các món ăn và uống được chế biến từ nguồn thực phẩm do nông trại và cộng đồng dân cư lân cận sản xuất, (2) khách được tham gia vào tất cả các hoạt động từ chuẩn bị nguyên liệu, chế biến món ăn đến bày trí bàn ăn và (3) bữa ăn được phục vụ trong không gian thiên nhiên trong lành của nông trại. Sản phẩm cơ bản đưa vào thử nghiệm đã được thiết kế như sau:

Bảng 3: Danh mục các món ăn mặn có dùng nguyên liệu từ Dừa

STT	Tên món	Thành phần dừa
1	Bánh canh tôm	Nước cốt dừa
2	Bánh đúc tôm thịt	Nước cốt dừa
3	Bánh xèo	Nước cốt dừa + củ hủ dừa
4	Cá kho tộ	Nước dừa tươi + Nước màu dừa
5	Canh chua cá	Nước dừa tươi
6	Canh kiểem	Nước cốt dừa
7	Canh nấm mối	Nước cốt dừa
8	Cari gà/vịt	Nước cốt dừa
9	Cháo dừa	Nước cốt dừa
10	Cơm dừa	Trái dừa tươi
11	Củ hủ dừa xào chay	Củ hủ dừa + dầu dừa
12	Dừa kho thịt ba chỉ	Nước dừa tươi + Nước màu dừa + Cơm dừa
13	Gỏi củ hủ dừa tôm thịt	Củ hủ dừa
14	Lẩu gà lá giang	Nước dừa tươi
15	Lẩu mắm	Nước dừa tươi
16	Nghêu/lươn xào lăn	Nước cốt dừa
17	Tép rang dừa	Nước cốt dừa
18	Thịt heo nướng	Nước cốt dừa
19	Thịt kho tiêu	Nước dừa tươi + Nước màu dừa
20	Thịt kho trứng	Nước dừa tươi
21	Tôm hấp	Nước dừa tươi
22	Tương kho dừa	Nước cốt dừa

Nguồn: Trích cơ sở dữ liệu do tác giả khảo sát từ năm 2015 đến 2017.

Thời lượng: hai ngày một đêm, bắt đầu từ 9 giờ ngày thứ nhất và kết thúc lúc 15g ngày thứ hai.

Số bữa ăn được phục vụ: ba bữa ăn chính gồm bữa trưa và bữa tối của ngày thứ nhất và bữa trưa của ngày thứ hai. Hai bữa ăn phụ gồm bữa xế hoặc bữa khuya tùy khách chọn và bữa sáng ngày thứ hai. Mỗi bữa ăn chính có 5 món, bữa xế/khuya và bữa sáng có 3 món. Các món ăn và uống trong thực đơn của các bữa ăn hoàn toàn không trùng lặp được thiết kế theo nguyên tắc kết hợp món còn ít người biết như bánh canh tôm nước cốt dừa, dừa kho thịt ba chỉ, canh kiểem... với những món đã có danh tiếng như bánh xèo, thịt heo

thường thức món ăn.

Ngoài điểm nhấn là món ăn đặc trưng địa phương, sản phẩm còn có điểm độc đáo khác là tất cả các hoạt động đều do người dân địa phương phục vụ theo phong cách không chuyên nghiệp. Đội ngũ này được tuyển chọn từ những người dân địa phương có kiến thức rộng và kỹ năng giao tiếp tốt. Nhờ vậy khách được giao lưu thực sự với dân địa phương trong suốt chương trình.

7. Kết quả thử nghiệm sản phẩm Du lịch ẩm thực tại nông trại

Nông trại Du lịch sân chim Vàm Hồ là nông trại du lịch duy nhất ở Bến Tre hoạt động theo mô hình nông trại du lịch khá phổ

nướng cốt dừa, chuối nếp nướng...

Hoạt động hỗ trợ bao gồm: (1) đưa khách tham quan nông trại để giới thiệu các loại cây trồng và công dụng của chúng, hướng dẫn cách thu hoạch đưa vào bếp sơ chế; (2) hướng dẫn khách cách chế biến món ăn và giúp khách tự làm nếu thích; (3) Đố vui có thưởng về tên các loài rau hoặc trái cây dùng trong bữa ăn chính được tổ chức ngắn gọn trong khoảng 10 phút trước khi bắt đầu bữa ăn để tạo không khí vui vẻ, hứng khởi; (4) hướng dẫn cách

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 4: Danh mục các món ăn ngọt có dùng nguyên liệu từ cây Dừa

STT	Tên món	Thành phần Dừa
1	Chuối nếp nướng	Nước cốt dừa
2	Bánh chuối hấp/ nướng	Nước cốt dừa
3	Bánh cuốn ngọt	Nước cốt dừa + Cơm dừa
4	Bánh đậu xanh nướng	Nước cốt dừa
5	Bánh dừa	Nước cốt dừa + Cơm dừa
6	Bánh hời	Nước cốt dừa
7	Bánh ít nhân dừa	Nước cốt dừa + Cơm dừa
8	Bánh khoai mì nướng	Nước cốt dừa
9	Bánh lá rau mơn	Nước cốt dừa
10	Bánh lọt	Nước cốt dừa
11	Bánh phồng khoai mì	Nước cốt dừa
12	Bánh tét	Nước cốt dừa
13	Bánh tráng Mỹ Lồng	Nước cốt dừa
14	Chè bà ba/thưng	Nước cốt dừa
15	Chè đậu các loại	Nước cốt dừa
16	Chè trôi nước	Nước cốt dừa
17	Chuối chưng	Nước cốt dừa
18	Chuối đập	Nước cốt dừa
19	Chuối xanh/khoai mì quết	Cơm dừa
20	Chuối xào	Nước cốt dừa
21	Cốm dẹp	Nước dừa tươi + Cơm dừa
22	Kem chuối	Nước cốt dừa
23	Kẹo chuối	Nước cốt dừa + Cơm dừa
24	Kẹo dừa	Nước cốt dừa
25	Mứt dừa	Cơm dừa
26	Sương sa dừa	Nước dừa tươi
27	Xôi đậu các loại	Nước cốt dừa + Cơm dừa

Nguồn: Trích từ cơ sở dữ liệu do tác giả khảo sát từ năm phẩm và ẩm thực: 2016 đến 2018

biên ở nhiều quốc gia châu Âu - đó là có hoạt động sản xuất nông nghiệp thật. Ở đây có vườn bưởi da xanh rộng 6 ha sai trái quanh năm và các loại cây ăn trái khác

Bảng 5: Danh mục các món uống có dùng nguyên liệu từ cây Dừa

STT	Tên món	Thành phần dừa
1	Nước dừa tươi	Trái dừa tươi
2	Cà phê cốt dừa	Nước cốt dừa
3	Rượu mật hoa dừa	Hoa dừa
4	Rượu dừa	Trái dừa khô

Nguồn: Trích từ cơ sở dữ liệu do tác giả khảo sát năm 2016, 2017

như mít, thanh long, xoài, mận, ổi, đu đủ, chuối... và Dừa. Ngoài các kênh mương trong vườn trái cây còn có một hồ nước rộng 1 ha vừa là nơi nuôi cá, tôm vừa là nơi để khách chèo xuồng, đu dây, đi cầu khi... Sản phẩm đã được thử nghiệm lần lượt với hai nhóm khách đến từ thành phố Hồ Chí Minh, mỗi nhóm 30 khách. Kết quả khảo sát ý kiến như sau:

Với nhóm khách ở độ tuổi 50 ± 5 , có nhiều kinh nghiệm về thực phẩm và ẩm thực:

- Bữa ăn: có 51,7% đánh giá là rất ngon và 44,8% đánh giá là ngon, số còn lại cho là chấp nhận được, không có ai trả lời là không ngon.

- Món ăn: Hầu hết đều thích Bánh xèo và canh kiểng.

- Sản phẩm mua về: 82,1% chọn Bưởi da xanh, 52,6% chọn Bánh tráng Mỹ Lồng. Các sản phẩm từ dừa như Mứt dừa (39,3%), Dừa tươi (35,7%), Dầu dừa (32,1%) đều chưa đạt mức trung bình.

Với nhóm ở độ tuổi 20 ± 2 , có ít kinh nghiệm về thực

Bảng 6: Công suất của ba công ty chế biến thực phẩm từ Dừa quy mô lớn ở Bến Tre

STT	Tên công ty	Công suất/năm	Địa điểm
1	Betrimex - Nhà máy chế biến Dừa Giồng Trôm	<ul style="list-style-type: none"> • - 19 triệu lít nước dừa hộp • - 14.040 Sữa dừa 	Huyện Giồng Trôm
2	Công ty TNHH chế biến Dừa Lương Quới	<ul style="list-style-type: none"> - 12.000 tấn Cơm dừa nạo sấy - 2.500 tấn Dầu dừa các loại - 7.500 tấn Nước dừa đóng lon - 7.500 tấn Nước cốt dừa lon và hộp giấy 	Khu công nghiệp An Hiệp, Huyện Châu Thành
3	<u>Công ty cổ phần chế biến Dừa Á Châu</u>	<ul style="list-style-type: none"> - 7.200 tấn Cơm dừa sấy - 6200 tấn Bột sữa dừa - 7.200 tấn Nước cốt dừa đông lạnh - 10 triệu lít Sữa dừa - 1200 tấn Dầu dừa 	Khu công nghiệp Giao Long, Huyện Châu Thành

Nguồn: Tổng hợp thông tin từ trang Web của các công ty Betrimex, Dừa Lương Quới, Dừa Á Châu

- Bữa ăn: 56,6% đánh giá là rất ngon, 26,6% đánh giá là ngon, số còn lại cho là chấp nhận được, không có ai trả lời là không ngon.

- Món ăn: 100% thích Bánh xèo, 76,7% thích chè chuối.

- Sản phẩm mua về: 60,7% chọn Bưởi da xanh, các sản phẩm khác đều dưới mức trung bình trong đó Mứt dừa đạt (32,1%).

Kết quả khảo sát ý kiến hai nhóm khách tham gia thử nghiệm đã cho thấy dù cho khách nhiều hay ít tuổi, có nhiều hay ít kinh nghiệm về thực phẩm và ẩm thực thì Bánh xèo cũng là món được ưa thích nhất. Do Bánh xèo dùng kèm nhiều loại rau nên cuộc thi Đồ vui trước bữa ăn rất sinh động và hào hứng đã góp phần tạo nên sự thành công của món này. Các món ăn khác dù không đạt tỷ lệ cao như Bánh xèo nhưng đánh giá chung về bữa ăn là rất tốt cho thấy sự hợp lý trong thiết kế thực đơn. Từ kết quả thử nghiệm này Bánh xèo đã được xác định là sản phẩm chủ lực trong thực đơn cho tất cả các sản phẩm thuộc dòng Ẩm

thực nông trại dù là tour trong ngày với 1 bữa ăn chính, tour 2 ngày 1 đêm với 3 bữa ăn chính hay tour 3 ngày 2 đêm với 5 bữa ăn chính. Với kết quả thử nghiệm đạt được như vậy, sản phẩm đã được giới thiệu ra thị trường và trong ba tháng đầu tiên khảo sát ý kiến khách đến nông trại đã được thực hiện và cho kết quả là 84,7% (100/118) khách đánh giá rất hài lòng với sản phẩm và Bánh xèo tiếp tục là món được ưa thích nhất.

Nông trại du lịch sân chim Vàm Hồ đã sẵn có hai dòng sản phẩm Du lịch nông trại và Du lịch giáo dục thu hút rất đông du khách. Độ tuổi của khách đến rất đa dạng từ trẻ em đến người cao tuổi đi theo đoàn là các tổ chức xã hội, trường học, cơ quan, doanh nghiệp... hoặc đi theo nhóm nhỏ là gia đình hay nhóm bạn. Dòng sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại có thể được tích hợp vào các dòng sản phẩm này để kéo dài thời gian lưu lại nông trại và tăng độ phong phú của các hoạt động.

8. Kết luận

Từ tài nguyên du lịch ẩm thực là danh mục 53 món ăn và uống có sử dụng nguyên liệu từ Dừa, sản phẩm Du lịch ẩm thực nông trại đã được thiết kế với thực đơn là những món dùng nguyên liệu do nông trại và cộng đồng dân cư lân cận sản xuất. Sản phẩm được đưa vào thử nghiệm tại Nông trại Du lịch sân chim Vàm Hồ với 60 khách tham gia thử nghiệm đã cho thấy khả năng thành công của sản phẩm vì không có khách nào đánh giá bữa ăn là không ngon. Khi sản phẩm được giới thiệu ra thị trường đã có 84,7% khách được hỏi đã trả lời là rất hài lòng về sản phẩm. Đến nay sau một năm sản phẩm được đưa ra thị trường, Nông trại đã tích hợp thành công sản phẩm này với các sản phẩm Du lịch nông trại và Du lịch giáo dục. Món Bánh xèo được hầu hết khách yêu cầu phục vụ nhờ hai điểm khác biệt dễ dàng nhận biết là bánh khô do bột pha với nước cốt dừa nên không dùng nhiều dầu khi chiên và dùng kèm với rau sạch trồng trong nông trại do khách tự hái.

Hạn chế của nghiên cứu này là chưa thực hiện khảo sát ý kiến khách du lịch quốc tế do số khách đến nông trại còn khá ít. Mặc dù vậy, với sự tiếp nhận tích cực của khách du lịch nội địa, sản phẩm đã được tích hợp với các sản phẩm khác của nông trại. Du lịch ẩm thực vốn là loại sản phẩm rất tinh tế và kén khách nên ngoài việc chọn đúng khúc thị trường để phục vụ còn phải làm cho khách hàng hiểu rõ về sản phẩm được phục vụ. Do đó đánh giá hài lòng của khách về chất lượng phục vụ để có những chương trình đào tạo nâng cao trình độ phục vụ của đội ngũ này nên là hướng nghiên cứu tiếp theo. Đối với các sản phẩm mua mang về chưa được khách quan tâm nhiều nên có những nghiên cứu cải tiến sao cho thuận tiện và hấp dẫn để tăng được số lượng bán cho khách mua mang về. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Boutsoukou K. (2018), *Key trends in culinary tourism*, GlobalData Plc, September 2018, pp.[8, 11].
2. GlobalData (2018), *Global Consumer Survey*, Q3 - 2018.
3. The Blueroom Project (2014), *Culinary experiences as a means of travelling and discovering countries*, The survey was carried out across five European countries: France, Germany, Italy, Spain and the United Kingdom, September 2014.
4. Wolf E. (2002), *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*, Journal Retrieved, Vol. 25, June 2002.
5. World Food Travel (2017), *World Food Travel Association*, Available at: www.worldfoodtravel.org, truy cập tháng 7/2017.

Summary

Ben Tre has the largest area of coconut cultivation in Vietnam, there are many local dishes and drinks made from coconut. With these unique features, how can farm food tourism products be designed? Product design has been made from information collected by participatory observation methods and expert interviews. The product was tested at the Vam Ho Bird Field Tourist Farm - the only farm in Ben Tre to operate under the agricultural production model combining with tourism business. Due to positive results from the survey of 60 test participants, the product was introduced to the market and gained 84.7% of customers' satisfaction.