

**CUNG CẤP KIẾN THỨC VĂN HOÁ MỸ CHO SINH VIÊN CHUYÊN
NGÀNH TIẾNG ANH THƯƠNG MẠI DỰA TRÊN CÁC CẶP GIÁ TRỊ
VĂN HOÁ ĐỐI LẬP CỦA GEERT HOFSTEDE**

Phạm Ngọc Sơn

Khoa Ngoại ngữ, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Tp.HCM

TÓM TẮT

Để có được kiến thức ngôn ngữ toàn diện thì việc hiểu biết văn hoá của ngôn ngữ đang theo học là cần thiết. Dựa trên các cặp giá trị văn hoá đối lập, nhà tâm lý học Hà Lan Geert Hofstede đã miêu tả và giải thích được những tương đồng và khác biệt của các nền văn hoá khác nhau, trong đó có văn hoá Mỹ và văn hoá Việt Nam. Nghiên cứu kết quả của ông có thể giúp cho sinh viên chuyên ngành tiếng Anh có khả năng giải thích các giá trị văn hoá Mỹ; đồng thời, có thể tránh được những cú sốc văn hoá để giao tiếp tốt hơn khi tiếp xúc với văn hoá Mỹ.

ABSTRACT

In order to master a foreign language, there is a need to deeply understand its culture. Based on dimensions of culture, the Dutch social psychologist named Gert Hofstede described and explained similarities and differences among various cultures, including American culture and Vietnamese culture. Studying his research can help English-major students explain various value of American culture; moreover, students may avoid culture shock so as to better communicate when contacting American culture.

Từ khóa: *Giao tiếp liên văn hoá; Giao tiếp hiệu quả trong văn hoá Mỹ; Tương đồng và khác biệt giữa văn hoá Mỹ và văn hoá Việt Nam; Văn hoá Mỹ và văn hoá Việt Nam.*

1. MỞ ĐẦU

Có thể nói khi thế giới chuyển từ đối đầu sang đối thoại, cùng nhau hợp tác để giải quyết những vấn đề chung của toàn cầu, cũng như ước vọng xây dựng một thế giới chung hòa bình, hạnh phúc thì vai trò của giao tiếp liên văn hóa càng trở nên quan trọng. Giao tiếp liên văn hóa đã trở thành đối tượng được nhiều ngành khoa học quan tâm nghiên cứu như nhân học, triết học, xã hội học, tâm lý học, sử học, văn học, v.v... Những thành quả từ các nghiên cứu về giao tiếp liên văn hóa, ít hay nhiều, đã giúp con người ở các nền văn hóa khác nhau hiểu được nhau, hạn chế được những cú sốc văn hóa (culture shock) để rồi từ đó những con người từ các nền văn hóa khác nhau có thể hợp tác được với nhau, cùng xây dựng một thế giới chung tốt đẹp hơn.

Một trong số những nhà nghiên cứu có công lớn nhất đối với lĩnh vực giao tiếp liên hóa là nhà tâm lý học người Hà Lan Geert Hofstede với lý thuyết về chiều văn hóa. Mô hình ông đưa ra có thể được xem là khuôn khổ cho giao tiếp đa quốc gia. Thông qua mô hình này, Hofstede đã miêu tả và giải thích được sự tương đồng và khác biệt của các nền văn hóa khác nhau dựa trên các cặp đối lập trong mô hình của ông. Kết quả nghiên

cứu của Hofstede có ý nghĩa thiết thực trong việc hướng các nền văn hóa lại gần nhau hơn, hạn chế những mâu thuẫn có thể nảy sinh từ những nền văn hóa khác nhau.

Để làm rõ vai trò và ý nghĩa của lý thuyết về chiều văn hóa của Geert Hofstede, bài viết dưới đây tập trung phân tích ứng dụng các cặp đối lập trong lý thuyết của Hofstede vào một số lĩnh vực trong văn hóa Mỹ cùng với một số gợi ý giúp cho người Việt Nam giao tiếp hiệu quả hơn khi tiếp xúc với nền văn hóa Mỹ.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Sơ lược về tác giả Geert Hofstede

Geert Hofstede sinh ngày 02/10/1928, là nhà tâm lý học xã hội người Hà Lan, cựu nhân viên của IBM, và là giáo sư danh dự của Tổ chức Nhân học và Quản lý quốc tế tại Đại học Maastricht, Hà Lan. Lĩnh vực nghiên cứu chủ yếu của ông liên quan đến văn hóa tổ chức liên văn hóa.

Một trong những tác phẩm nổi tiếng nhất của ông đưa tên tuổi của ông được biết trên toàn thế giới là “*Culture’s Consequences*”. Tác phẩm này đề cập đến lý thuyết về chiều văn hóa, còn được biết với tên các cặp giá trị văn hóa đối lập. Trong tác phẩm này, ông đã trình bày kết quả nghiên cứu các giá trị văn hóa của nhiều dân tộc trong một công ty đa quốc gia với chi nhánh trên 50 nước, phân tích 116.000 phiếu điều tra. Các hệ thống giá trị này đã tác động đến cách thức tư duy, hành xử của con người, cách tổ chức, và ngay cả trong giao tiếp. Tác phẩm “*Culture’s Consequences*” đề cập đến năm cặp giá trị văn hóa đối lập là cá nhân – tập thể, bình đẳng – phân cấp (khoảng cách quyền lực), cứng nhắc – mềm mỏng, né tránh rủi ro – chấp nhận rủi ro, thiên hướng dài hạn – ngắn hạn (thời gian).

Mô hình về năm cặp giá trị đối lập của Hofstede được xem là khuôn khổ cho giao tiếp đa quốc gia. Thông qua mô hình này, Hofstede đã miêu tả và giải thích được sự tương đồng và khác biệt của các nền văn hóa khác nhau dựa trên các cặp đối lập trong mô hình của ông. Kết quả nghiên cứu của Hofstede có ý nghĩa thiết thực trong việc hướng

2.2. Các cặp giá trị đối lập

Cá nhân – Tập thể: Trong năm cặp giá trị văn hóa đối lập nêu trên, Hofstede cho rằng cặp phạm trù cá nhân - tập thể là cốt lõi của các nền văn hóa vì nó có mặt trong nhiều lĩnh vực hoạt động của con người.

Tính cá nhân có thể được hiểu là xu hướng coi trọng cá nhân trong mối quan hệ với tập thể như tính tự chủ, tự do, và trách nhiệm cá nhân. Ngược lại, tính tập thể nhấn

mạnh đến lợi ích tập thể, theo đó cá nhân phải chịu trách nhiệm chung, chăm lo cho cái chung của tập thể.

Một quốc gia có điểm cao về chủ nghĩa cá nhân có nghĩa là cá nhân và các quyền cá nhân được tôn trọng; mối liên hệ giữa các cá nhân thường lỏng lẻo: mỗi cá nhân chỉ chăm lo cho cuộc sống của mình và của gia đình gần gũi nhất với mình; tùy vào sở thích của mình mà cá nhân có thể lựa chọn tham gia hoặc từ bỏ một cộng đồng nào đó. Cá nhân ý thức về cái “tôi”, ít phụ thuộc về mặt tình cảm với tổ chức hay các định chế; cá nhân thường nhấn mạnh đến sáng kiến, thành tựu của bản thân; thích sống hưởng thụ và chủ động hoạt động.

Đối với các quốc gia có điểm thấp về chủ nghĩa cá nhân thì từ khi sinh ra cá nhân đã buộc phải hòa nhập vào một cộng đồng rộng lớn hơn, thường là tập hợp của các gia đình. Cộng đồng này sẽ bảo vệ những cá nhân này trong những tình huống khó khăn, nhưng đòi lại họ phải trung thành với cộng đồng mà không được quyền thắc mắc. Trong cộng đồng như thế, thành viên của nó thường phải có trách nhiệm với cộng đồng, ví dụ như thể diện dòng họ, thể diện hàng xóm láng giềng, v.v...; cá nhân phải có ý thức về “chúng tôi, chúng ta”, phụ thuộc về mặt tình cảm với tổ chức hay các định chế; thường nhấn mạnh đến tính chất thành viên hay thuộc về một tổ chức nào đó; có quan niệm sống để tồn tại và thường hoạt động do hoàn cảnh bắt buộc.

Bình đẳng – Phân cấp (Khoảng cách quyền lực): Cặp giá trị đối lập này liên quan đến mức độ bình đẳng – bất bình đẳng giữa người với người trong một xã hội bất kỳ. Một quốc gia có điểm khoảng cách quyền lực lớn nghĩa là tính phân cấp cao sẽ chấp nhận và kéo dài sự bất bình đẳng giữa người và người, thể hiện ở chỗ nhân dân sẽ ngoan ngoãn phục tùng lãnh đạo, nhân viên làm theo lời quản lý, học sinh răm rắp nghe theo thầy cô, con cái không dám cãi bố mẹ, v.v... Cá nhân trong xã hội phân cấp thường rất coi trọng tính hình thức trong văn hóa ứng xử.

Ngược trở lại, một quốc gia đạt điểm thấp trong khoảng cách quyền lực, đồng nghĩa với tính bình đẳng cao sẽ không nhấn mạnh vào sự khác biệt giữa người và người về vị trí xã hội, về quyền lực, hay về của cải. Bình đẳng được coi như một mục đích chung của cả xã hội và việc một cá nhân từ đáy thấp quyền lực leo lên đỉnh là chuyện bình thường. Một người dân có thể nói chuyện bình thường với tổng thống, nhân viên có thể thẳng thắn nói suy nghĩ của mình với sếp, con cái có thể tranh luận thoải mái và được nhìn nhận như người lớn có suy nghĩ độc lập trong mắt của cha mẹ. Cá nhân ở xã hội bình đẳng thường không chú trọng hình thức trong văn hóa ứng xử.

Cứng nhắc – Mềm mỏng: Cứng nhắc có thể hiểu là việc ưu tiên cho một tầng lớp nhất định, một giới tính nhất định hay theo suy nghĩ của một bộ phận nhất định làm ảnh hưởng đến cả các chế độ, cuộc sống cũng như suy nghĩ của những thành phần còn lại, phải chấp nhận theo một lối tư duy không công bằng, ưu tiên mang lợi ích cho một nhóm người, một giới tính hoặc một bộ phận nào đó trong xã hội. Những cá nhân từ nền văn hóa cứng nhắc thường thiên về bản ngã, đề cao vai trò của tiền, có quan niệm sống là để làm việc; thường có suy nghĩ rằng đàn ông nên mạnh mẽ, quan tâm đến sự nghiệp, còn phụ nữ nên mềm mại, chú trọng đến quan hệ; quan niệm “to” và “nhanh” là ưu điểm.

Mềm mỏng có thể hiểu là việc mang tính chất công bằng trong công việc, trong cuộc sống chia sẻ cho tất cả các bộ phận trong xã hội, các giới tính. Mọi tầng lớp không phân biệt chủng tộc, giới tính đều hưởng được lợi ích chung tương tự nhau. Những cá nhân từ nền văn hóa mềm mỏng thường thiên về quan hệ, đề cao chất lượng cuộc sống hơn tiền, có quan niệm làm việc là để sống; thường có suy nghĩ rằng đàn ông và phụ nữ cũng phải nên mềm mỏng, chú trọng đến quan hệ; cần phải khiêm tốn và đồng cảm với người yếu; quan niệm “nhỏ” và “chậm” là ưu điểm.

Né tránh rủi ro – Chấp nhận rủi ro (Khả năng chịu đựng): Cặp giá trị đối lập né tránh rủi ro – chấp nhận rủi ro còn có tên gọi khác là khả năng chịu đựng hay tránh/giảm tình trạng không chắc chắn. Theo Toomey (1999), giá trị này có thể được hiểu là mức độ các cá nhân cảm thấy sự đe dọa từ các tình huống không rõ ràng và mức độ họ tìm cách tránh né các tình huống này.

Những quốc gia có chỉ số khả năng chịu đựng thấp (chấp nhận rủi ro) thường có đặc điểm như cá nhân ít trung thành với chủ, thời gian làm việc với chủ ngắn; cá nhân thích làm việc ở các tổ chức nhỏ và ít tự làm việc theo ý của mình, sống hết mình với hiện tại, lạc quan và luôn hi vọng vào sự thành công; lãnh đạo cấp cao tham gia vào chiến lược; sẵn sàng chấp nhận điều mới lạ, đôi lúc có thể phá vỡ các quy tắc, luật lệ.

Ngược trở lại, các quốc gia có chỉ số khả năng chịu đựng cao (né tránh rủi ro) thường có đặc điểm như mức độ trung thành với chủ cao, thích làm việc ở các tổ chức lớn và thích tự làm việc theo mình, hay lo lắng về tương lai, hay lo âu và lo sợ thất bại; lãnh đạo cấp cao tham gia vào công việc điều hành; khó khăn trong việc chấp nhận cái mới, kiên định với các quy tắc và luật lệ đã đề ra.

Thiên hướng dài hạn – thiên hướng ngắn hạn: Cặp giá trị này mô tả cách nhìn của một xã hội là hướng tương lai, hay sống chỉ hướng vào quá khứ và hiện tại. Trong xã hội hướng tương lai người ta sẽ quý trọng sự kiên nhẫn, bền chí, thích tiết kiệm, sắp

xếp các mối quan hệ theo thân phận hay đẳng cấp xã hội, có khái niệm về "xấu hổ". Nói cách khác, các cá nhân trong xã hội hướng tương lai luôn lo lắng tương lai của mình sẽ về đâu. Xã hội thiên hướng dài hạn cũng coi trọng "kết quả cuối cùng" hơn là "sự thật", họ thường lấy kết quả biện hộ cho phương tiện.

Ngược lại, xã hội hướng hiện tại và quá khứ thường thích hưởng thụ, trung diện cho bằng bạn bằng bè hơn là dành dụm. Người trong xã hội hướng hiện tại nhấn mạnh vào kết quả tức thời, thay vì trông đợi vào sự kiên nhẫn. Quan hệ xã hội mang tính xòe phẳng, ngang hàng, không phụ thuộc vào thân phận hay đẳng cấp. Họ coi trọng "sự thật" hơn là "kết quả cuối cùng", do đó thường làm điều mà họ cho là đúng tại thời điểm hiện tại, thay vì băn khoăn về kết quả trong tương lai.

3. VĂN HOÁ MỸ - VĂN HOÁ VIỆT NAM DỰA TRÊN CÁC CẶP GIÁ TRỊ ĐỐI LẬP

3.1. Vị trí văn hoá Mỹ theo các cặp giá trị văn hoá đối lập

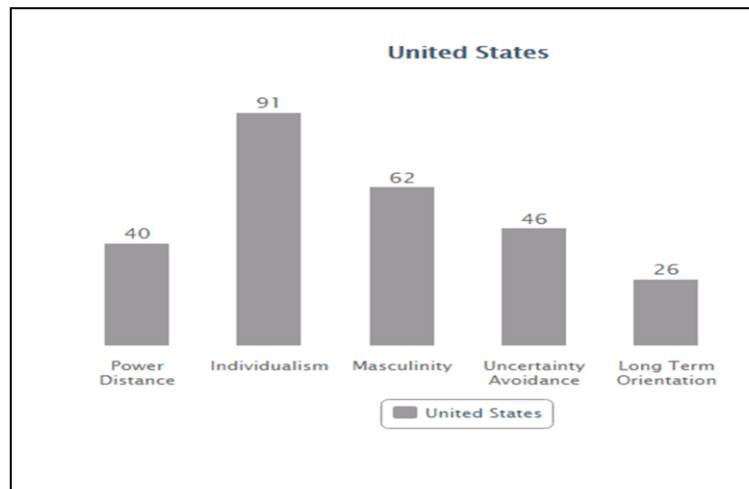
Khi nhắc đến Mỹ quốc, người ta thường nghĩ ngay đến một quốc gia rộng lớn với nền kinh tế mạnh mẽ; đời sống xã hội phát triển vượt bậc; là một thiên đường để an cư lạc nghiệp. Thực tế cho thấy không phải trong mọi trường hợp Mỹ quốc là một thiên đường đáng sống. Nhiều người từ nhiều nền văn hóa khác nhau vỡ mộng khi đặt chân trên đất Mỹ vì khó có thể thích nghi với văn hóa Mỹ. Họ cảm thấy ngột ngạt, “sốc nặng” khi tiếp xúc với một nền văn hóa với nhiều tiêu chuẩn văn hóa hoàn toàn trái ngược với văn hóa ở đất nước họ. Có thể nói, nếu như rào cản về ngôn ngữ khó một thì rào cản về văn hóa khó đến mười khi đặt chân đến Mỹ.

Để thích nghi được với nền văn hóa Mỹ, cá nhân từ những nền văn hóa khác cần có một cái nhìn khách quan và ít hay nhiều hiểu được văn hóa Mỹ. Nhờ vào những nghiên cứu về văn hóa, giao tiếp, cũng như tâm lý, những trở ngại về văn hóa Mỹ dần dần được hạn chế khi con người ở các nền văn hóa khác cởi mở hơn, hiểu hơn về văn hóa Mỹ. Nghiên cứu về năm cặp giá trị văn hóa đối lập của Hofstede có ý nghĩa thiết thực trong việc làm rõ những nét đặc trưng của văn hóa Mỹ.

Hofstede trong nghiên cứu của mình đã định vị văn hóa Mỹ dựa trên năm cặp giá trị đối lập với số điểm như sau: Cặp Bình đẳng – Phân cấp (hay Khoảng cách quyền lực): 40; cặp Cá nhân – Tập thể: 91; cặp Cứng nhắc – Mềm dẻo: 62; cặp Chấp nhận rủi ro – Né tránh rủi ro: 46; cặp Thiên hướng dài hạn – Thiên hướng ngắn hạn (Thời gian): 26.

Với số điểm trung bình cho mỗi tiêu chí là 53, dựa theo nghiên cứu của Hofstede, có thể thấy đặc trưng nhất của văn hóa Mỹ thể hiện ở hai cặp có số điểm cao trên mức điểm trung bình là cặp Cá nhân – Tập thể (91 điểm) và cặp Cứng nhắc – Mềm dẻo (62).

Vị trí của văn hóa Mỹ xét theo năm cặp giá trị đối lập được Hofstede biểu diễn theo biểu đồ sau:



Hình 1: Vị trí văn hóa Mỹ xét theo năm cặp giá trị văn hóa đối lập của Hofstede

Dựa vào nghiên cứu của mình, Hofstede đã giải mã những biểu hiện chính của văn hóa Mỹ dựa trên năm cặp đối lập như sau¹:

Thứ nhất, với số điểm về khoảng cách quyền lực thấp (40), và điểm về chủ nghĩa cá nhân cao (91), văn hóa Mỹ thể hiện những đặc điểm như: Người Mỹ đặt tiền đề ở tính công bằng và sự tự do trong mọi khía cạnh của cuộc sống và ngay cả trong hệ thống chính quyền; trong các tổ chức, hệ thống phân cấp của người Mỹ hướng đến sự thuận tiện, thông thường nhà quản lý sẽ dựa vào tính chuyên môn hóa chuyên biệt của đội ngũ nhân viên; thông tin trong tổ chức được chia sẻ thường xuyên cho mọi cá nhân; sự giao tiếp, trao đổi thông tin giữa nhà quản lý và nhân viên không quá khắt khe, không câu nệ tính trang trọng, diễn ra trực tiếp, không dè dặt; mối quan hệ trong xã hội Mỹ khá lỏng lẻo, các cá nhân tự chăm sóc bản thân, không ỷ lại vào người khác cũng như không ỷ lại vào các thành viên khác trong gia đình; người Mỹ quen với việc kinh doanh hoặc tương tác với những người mà họ không biết rõ nên học không ngần ngại tiếp cận các đối tác tiềm năng của họ để lấy hoặc tìm kiếm thông tin. Trong thế giới kinh doanh, nhân viên phải biết tự đề cao bản thân và thể hiện năng lực của mình để được thăng tiến, được xã hội cũng như cộng đồng thừa nhận.

¹ Phần tiếng Anh gốc, xem thêm tại <https://geert-hofstede.com/united-states.html>

Thứ hai, số điểm của cặp Cứng nhắc – Mềm dẻo của Mỹ khá cao: 62, trên mức trung bình 9 điểm. Kết hợp với số điểm rất cao của chủ nghĩa cá nhân, văn hóa Mỹ thể hiện những đặc điểm sau: Trong cuộc sống, học tập, cũng như công việc, người Mỹ đều hết sức nỗ lực, với phương châm “người chiến thắng có tất cả”, người Mỹ rất thích phô trương và thảo luận về những thành công, những thành tựu mà họ đạt được. Nhiều hệ thống đánh giá của Mỹ đều dựa vào thiết lập mục tiêu chính xác, qua đó nhân viên Mỹ có thể thể hiện tốt công việc của mình dựa trên sự hoàn tất các mục tiêu đề ra. Người Mỹ có khuynh hướng tin rằng con người luôn luôn có khả năng để làm việc trong một cách tốt hơn. Thông thường, người Mỹ “sống để làm việc” và luôn phấn đấu để được tăng lương, thăng chức dựa trên năng lực thực tế của mình. Khi được tăng lương, thăng chức người Mỹ thường hướng đến cuộc sống vật chất tốt hơn. Để trở thành “kẻ chiến thắng”, tất yếu phải có xung đột, cạnh tranh, điều này đã dẫn đến sự phân cực trong văn hóa Mỹ, dẫn đến những bất công ngày càng tăng, và chênh lệch giữa các tầng lớp xã hội, làm suy yếu dần tiền đề “tự do và công bằng cho tất cả” của Mỹ.

Thứ ba, số điểm của cặp Né tránh rủi ro – Chấp nhận rủi ro là 46, dưới mức trung bình là 53. Điều này theo Hofstede có nghĩa là người Mỹ có thể chấp nhận những ý tưởng mới, sản phẩm sáng tạo và sẵn sàng để thử một cái gì đó mới và khác nhau ở một mức độ hợp lý; họ thường chấp nhận việc tự do ngôn luận và rất chịu khó lắng nghe những ý kiến cũng như quan điểm của người khác. So với những nền văn hóa khác, người Mỹ ít bộc lộ cảm xúc biểu cảm hơn.

Thứ tư, đối với cặp Thiên hướng dài hạn – Thiên hướng ngắn hạn (Thời gian), Mỹ đạt mức điểm khá khiêm tốn: 26 điểm, thấp hơn so với mức trung bình 27 điểm. Điểm số này cho thấy người Mỹ rất coi trọng sự thật, chân lý; họ luôn phân tích mọi việc “đúng” hay “sai”, “tốt” hay “xấu”. Trong kinh doanh, các doanh nghiệp Mỹ thường đánh giá hiệu suất trên cơ sở ngắn hạn thông qua hàng loạt những báo cáo lợi nhuận và thua lỗ tiến hành hàng quý. Điều này đã thúc đẩy các cá nhân trong doanh nghiệp phấn đấu thực hiện hoàn tất công việc nhanh chóng và hiệu quả hơn.

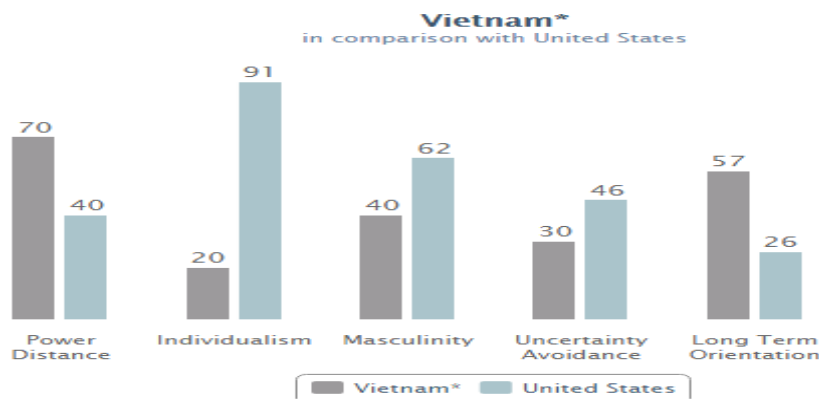
Như vậy, thông qua nghiên cứu của Hofstede về Mỹ dựa trên năm cặp giá trị đối lập, những đặc điểm chung nhất của văn hóa Mỹ đã được làm rõ. Để hiểu hơn vai trò và ý nghĩa của các cặp giá trị đối lập cũng như những giá trị cốt lõi trong văn hóa Mỹ, việc nghiên cứu các khía cạnh đặc trưng của văn hóa Mỹ là cần thiết.

3.2. So sánh văn hóa Việt Nam và Mỹ dựa trên năm cặp giá trị văn hóa đối lập

Mỗi nền văn hóa có những nét đặc trưng riêng. Khách quan mà nói thì không có nền văn hóa nào tốt hơn nền văn hóa nào. Quan trọng là chúng ta phải cư xử như thế

nào, thích nghi như thế nào khi tiếp xúc với một nền văn hóa mới. Để không phải ngỡ ngàng, sốc khi gặp phải nền văn hóa xa lạ, việc nghiên cứu, nắm vững những đặc điểm cơ bản của nền văn hóa mà chúng ta sẽ tiếp xúc là điều cần thiết.

Thông qua nghiên cứu về các cặp giá trị văn hóa đối lập, Hofstede đã có công trong việc phát họa nên những giá trị cơ bản của các nền văn hóa khác nhau. Theo Hofstede, văn hóa Mỹ và văn hóa Việt Nam phân tích theo năm cặp giá trị văn hóa đối lập như biểu đồ sau:



Hình 2: Văn hóa Việt Nam và Mỹ xét theo năm cặp giá trị đối lập của Hofstede
(Nguồn: <https://geert-hofstede.com/vietnam.html>)

Dựa vào biểu đồ của Hofstede, có thể tóm tắt sự khác biệt cơ bản giữa hai nền văn hóa Việt Nam và Mỹ như bảng sau:

	Văn hóa Việt Nam	Văn hóa Mỹ
Cá nhân – Tập thể	Tập thể (20)	Cá nhân (91)
Bình đẳng – Phân cấp	Phân cấp (70)	Bình đẳng (40)
Cứng nhắc – Mềm mỏng	Mềm mỏng (40)	Cứng nhắc (62)
Né tránh rủi ro – Chấp nhận rủi ro	Chấp nhận rủi ro (30)	Chấp nhận rủi ro (46)
Thiên hướng dài hạn – Thiên hướng ngắn hạn	Thiên hướng dài hạn (26)	Thiên hướng ngắn hạn (57)

Hình 3: Bảng so sánh Văn hóa Việt Nam và Mỹ xét theo năm cặp giá trị đối lập của Hofstede

Dựa vào bảng so sánh trên, chúng ta có thể rút ra một số điểm khác biệt giữa hai nền văn hóa Việt Nam và Mỹ.

Thứ nhất, điểm số cho cặp Cá nhân – Tập thể đối với Việt Nam và Mỹ lần lượt là 20 và 91, mức trung bình theo Hofstede là 53. Điểm số đó cho thấy, văn hóa Việt Nam thiên về tính tập thể nhiều hơn trong khi đó văn hóa Mỹ lại rất đề cao tính cá nhân. Theo Hofstede, điều này có nghĩa trong văn hóa Việt Nam, cá nhân gắn kết chặt chẽ với tập thể, với gia đình, với tổ chức mà họ là thành viên. Sự gắn kết này đóng vai trò quan trọng hơn các quy tắc, quy định khác. Ở xã hội Việt Nam, cá nhân phải có trách nhiệm với tập thể. Sự e dè, xấu hổ, sợ mất mặt là đặc điểm của cá nhân sống trong xã hội đề cao tính tập thể. mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên được xem như một liên kết gia đình. Quản lý có nghĩa là quản lý nhóm. Khác với văn hóa Việt Nam, văn hóa Mỹ nhấn mạnh sâu sắc đến chủ nghĩa cá nhân. Điều đó dẫn đến mối quan hệ trong xã hội Mỹ khá lỏng lẻo, các cá nhân tự chăm sóc bản thân, không ỷ lại vào người khác cũng như các thành viên khác trong gia đình; nhân viên phải biết tự đề cao bản thân và thể hiện năng lực của mình để được thăng tiến, được xã hội cũng như cộng đồng thừa nhận.

Thứ hai, điểm số cho cặp Bình đẳng – Phân cấp đối với Việt Nam và Mỹ lần lượt là 70 và 40, mức trung bình theo Hofstede là 53. Điểm số đó cho thấy, văn hóa Việt Nam thiên về tính phân cấp nhiều hơn trong khi đó văn hóa Mỹ lại rất đề cao sự bình đẳng. Điều này có nghĩa, trong văn hóa Việt Nam, con người chấp nhận một trật tự thứ bậc chặt chẽ, và hoạt động theo những quy định dành cho từng cấp bậc, vị trí đó mà không một phản kháng, hay biện minh thêm. Hệ thống cấp bậc trong một tổ chức được xem là phản ánh sự bất bình đẳng vốn có, tập trung phổ biến, cấp dưới luôn thực hiện những yêu cầu từ cấp trên; ông chủ lý tưởng thường được ví như là nhà độc tài nhân từ. Thách thức đối với sự lãnh đạo không được đón nhận nồng nhiệt trong nền văn hóa này. Ngược trở lại, văn hóa Mỹ lại đặt tiền đề ở tính công bằng và sự tự do trong mọi khía cạnh của cuộc sống và ngay cả trong hệ thống chính quyền; sự giao tiếp, trao đổi thông tin giữa nhà quản lý và nhân viên không quá khắc khe, không câu nệ tính trang trọng, diễn ra trực tiếp, không dè dặt; nhân viên được phép thẳng thắn đưa ra ý tưởng riêng và ý kiến phê bình của mình đối với nhà quản lý.

Thứ ba, điểm số cho Cặp cứng nhắc – Mềm mỏng đối với Việt Nam và Mỹ lần lượt là 40 và 62, mức trung bình theo Hofstede là 53. Điểm số đó cho thấy, văn hóa Việt Nam thiên về tính mềm mỏng trong khi đó văn hóa Mỹ lại thiên về tính cứng nhắc. Điều này có nghĩa, quan niệm về công việc trong văn hóa Việt Nam là “làm việc để sống”, vai trò của nhà quản lý là thúc đẩy sự thống nhất, đoàn kết, và hiệu quả công việc

chung; mâu thuẫn được giải quyết bằng sự thỏa hiệp và thương lượng. Một người quản lý có hiệu quả là người được nhiều người khác ủng hộ chứ không căn cứ trên năng lực. Trong khi đó, trong văn hóa Mỹ, người ta "sống để làm việc" và luôn phấn đấu để được tăng lương, thăng chức dựa trên năng lực thực tế của mình. Phương châm sống của người Mỹ là "người chiến thắng có tất cả", vì vậy người Mỹ rất thích phô trương và thảo luận về những thành công, những thành tựu mà họ đạt được. Người Mỹ có khuynh hướng tin rằng con người luôn luôn có khả năng để làm việc trong một cách tốt hơn.

Thứ tư, điểm số cho cặp Né tránh rủi ro – Chấp nhận rủi ro với Việt Nam và Mỹ lần lượt là 30 và 46, mức trung bình theo Hofstede là 53. Điểm số đó cho thấy, cả văn hóa Việt Nam và văn hóa Mỹ đều thiên về hướng chấp nhận rủi ro, nhưng trong văn hóa Mỹ, mức độ chấp nhận rủi ro cao hơn. Văn hóa Việt Nam cũng như văn hóa Mỹ rất dễ dàng trong việc tiếp nhận cái mới; mọi người có khuynh hướng cho rằng không cần thiết phải có nhiều quy tắc; làm việc chăm chỉ, biết lắng nghe ý kiến cũng như quan điểm của người khác.

Thứ năm, điểm số cho cặp Thiên hướng dài hạn – Thiên hướng ngắn hạn với Việt Nam và Mỹ lần lượt là 26 và 57, mức trung bình theo Hofstede là 53. Điểm số đó cho thấy, văn hóa Việt Nam nhấn mạnh thiên hướng dài hạn còn văn hóa Mỹ lại đặt trọng tâm ở thiên hướng ngắn hạn. Cụ thể, trong văn hóa Việt Nam, chân lý phụ thuộc vào nhiều biến số như tình hình, bối cảnh và thời gian. Người Việt Nam thể hiện một khả năng thích ứng truyền thống một cách dễ dàng với các điều kiện thay đổi; họ rất kiên nhẫn chờ đợi thành quả đạt được; coi trọng quá khứ. Ngược trở lại, trong văn hóa Mỹ, chân lý chỉ có thể là "đúng" hay "sai", phán đoán sự việc chỉ có thể là "tốt" hay "xấu". Người Mỹ thường ít có tính kiên nhẫn, chờ đợi; không coi trọng quá khứ. Người Mỹ thường có câu "Hãy để quá khứ ngủ yên."² Cái gì đã qua thì không phải nhắc đến nữa.

Như vậy, có thể thấy, văn hóa Mỹ và văn hóa Việt Nam dựa trên năm cặp giá trị văn hóa đối lập chỉ giao thoa tại cặp giá trị Né tránh rủi ro – Chấp nhận rủi ro; đối với bốn cặp giá trị còn lại, văn hóa Mỹ và văn hóa Việt Nam ngược nhau. Tùy vào từng cặp đối lập khác nhau mà mức độ chênh lệch có thể nông hay sâu. Điều này cho thấy, nếu không có một hiểu biết thấu đáo về nền văn hóa của nhau thì một người Việt Nam sẽ cảm thấy choáng váng, sốc nặng khi phải tiếp xúc với văn hóa Mỹ, và ngược trở lại một người Mỹ cũng sẽ cảm thấy ngột ngạt, khó hiểu khi phải tiếp xúc với văn hóa Việt Nam.

4. GỢI Ý CHO SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH TIẾNG ANH VỀ VĂN HOÁ MỸ

² Nguyên văn: "Let bygones be bygones"

Để thành công khi tiếp xúc với người đến từ nền văn hóa Mỹ, sinh viên Việt Nam cần chú ý những điểm sau đây:

Thứ nhất, chủ nghĩa cá nhân đóng vai trò tối quan trọng trong văn hóa Mỹ. Chính vì vậy, không xâm phạm việc cá nhân là một trong những thành công khi tiếp xúc với người Mỹ. Nếu như trong văn hóa Việt Nam, những chủ đề xã giao trong giao tiếp thường hỏi về công việc, lương bổng, tình trạng hôn nhân, chính trị, thì khi giao tiếp với người Mỹ, những chủ đề trên cần phải tránh. Người Mỹ không thích trả lời những câu hỏi riêng tư. Ngược trở lại, thông thường trước khi tạm biệt nhau, vì phép lịch sự người Việt thường mời người nói chuyện ghé nhà chơi khi có thời gian rảnh. Nếu như người Việt rất hân hoan chào đón khi bạn đến thăm nhà thì người Mỹ ngược lại. Người Mỹ cũng lịch sự mời bạn về nhà chơi nếu có thời gian rảnh, nhưng thông thường đó chỉ là lời mời xã giao chứ không phải lời mời thật. Một lời mời thật sự luôn đi kèm với thời gian và địa điểm cụ thể. Để chắc chắn, việc gọi điện thoại xác nhận lời mời trước khi đến là cần thiết; và cũng đừng quên mang theo một món quà nhỏ như rượu, trái cây, ... khi bạn đến thăm nhà một người Mỹ. Một điều quan trọng khác cần phải lưu ý là việc giúp đỡ người lớn tuổi. Nếu như ở Việt Nam, khi bạn thấy một người lớn tuổi lên cầu thang, hành động tự nguyện giúp người lớn tuổi được nhiệt liệt hoan nghênh, thì ở văn hóa Mỹ nó không được chấp nhận. Nếu không được yêu cầu giúp đỡ mà bạn giúp có nghĩa là bạn đang xen vào việc cá nhân của họ, bạn sẽ “mất điểm” trong mắt người Mỹ.

Thứ hai, người Mỹ rất coi trọng thời gian. Họ quan niệm rằng thời gian là tiền bạc, và thời gian không chờ đợi một ai, nên không được lãng phí thời gian. Liên quan đến thời gian bạn phải luôn đúng giờ, không đến sớm cũng không đến trễ, đúng giờ là tốt nhất. Trong trường hợp bạn không thể đến, bạn phải có nghĩa vụ báo trước; nếu vì lý do khách quan khiến bạn đến trễ, bạn phải gọi điện thoại thông báo và nêu rõ lý do. Nếu như “giờ cao su” là một thuật ngữ quen thuộc trong văn hóa Việt, thì khái niệm “giờ cao su” không tồn tại trong văn hóa Mỹ. Bạn sẽ dễ dàng đánh mất lòng tin với người Mỹ nếu bạn là người quen với “giờ cao su.”

Thứ ba, sự tử tế, sự quyết đoán và sự thẳng thắn là những đặc tính của người Mỹ. Chính vì vậy, chỉ cần bạn thành thật và tử tế, lỗi lầm của bạn sẽ được thứ tha. Người Mỹ không chấp nhận sự gian dối. Nếu đó là lỗi của bạn, bạn hãy xin lỗi, và mọi việc sẽ tốt đẹp hơn. Nếu bạn khẳng khái không thừa nhận lỗi của mình, có thể bạn phải gánh chịu những hậu quả không mong muốn. Người Mỹ tôn trọng ý kiến cá nhân, vì thế đừng ngại trình bày ý kiến cá nhân của mình trước tập thể; ý kiến của bạn có thể hay hay dở, điều đó không quan trọng, miễn là bạn có chính kiến và biết thẳng thắn trình bày ý kiến của

mình. Khác với văn hóa Việt Nam thích “vòng vo tam quốc” trước khi vào vấn đề chính, đối với văn hóa Mỹ, bạn không cần phải làm vậy, cứ thẳng thắn trình bày súc tích, ngắn gọn, trực tiếp những gì bạn muốn truyền đạt đến họ. Người Mỹ thường không kiên nhẫn và cũng không chấp nhận sự dài dòng, lê thê. Đối với họ, dài dòng là lãng phí thời gian, mà thời gian chính là tiền bạc, là vật chất, một trong những đặc tính cố hữu của người Mỹ.

Thứ tư, tính cạnh tranh là một đặc tính khác của người Mỹ. Không phải người Mỹ thích khoe khoang, mà là họ thích thể hiện mình, rất thích nói về những thành tích mà mình đạt được. Họ có suy nghĩ nếu bạn không nói thì ai biết đến công hiến của bạn; nếu không biết đến công hiến của bạn thì người ta sẽ không công nhận bạn. Chính vì thế, người Mỹ thường được xem là thiếu “khiêm tốn”. Người Mỹ sẵn sàng cạnh tranh với người khác một cách trực tiếp để đạt được thành tựu mà họ mong muốn. Chính vì vậy, khi bạn là người Việt Nam tiếp xúc với văn hóa Mỹ, bạn đừng quá khiêm tốn, hãy đón nhận lời khen ngợi từ họ một cách vui vẻ, và thể hiện mình nhiều hơn khi có thể. Đó là điều tốt giúp bạn có được cảm tình nhiều hơn đối với người Mỹ.

Thứ năm, người Mỹ không quá trang trọng trong cách ăn mặc trong cuộc sống đời thường. Họ thích cảm giác thoải mái trong cuộc sống. Vì vậy, bạn đừng quá ngạc nhiên khi nhìn thấy họ xuề xòa khi đến tham dự tiệc thân mật ở nhà mình. Cũng như vậy, để hòa đồng với người Mỹ, bạn không cần phải ăn mặc quá trang trọng nếu đó không phải là môi trường cần sự trang trọng; hãy ăn mặc và tận hưởng sự thoải mái của bộ trang phục mang lại cho bạn khi tham dự những bữa tiệc thân mật hay những cuộc đi chơi với người Mỹ.

Cuối cùng, để thành công trong việc giao tiếp với người Mỹ, việc tìm hiểu ngôn ngữ phi lời trong văn hóa Mỹ là điều cần thiết. Có thể nói ngôn ngữ phi lời là một trong những rào cản hạn chế sự hiệu quả trong giao tiếp giữa người Việt và người Mỹ. Một số gợi ý sau đây có thể giúp bạn hạn chế những trở ngại không đáng có:

Về dáng điệu, người Mỹ coi cúi đầu là hành động khúm núm. Khi muốn khẳng định mình với người đối diện, họ có xu hướng ngẩng đầu và ngả người về phía sau.³ Người Mỹ có thể gác chân nọ lên chân kia và ngả người về phía sau khi ngồi nói chuyện với khách.

³ Roger, E. (2003). *Cử chỉ - những điều nên làm và nên tránh trong ngôn ngữ cử chỉ khắp thế giới*. NXB Trẻ, tr. 37

Về cử chỉ của tay, cử chỉ đưa bàn tay lên với ngón trỏ duỗi ra ngang đầu hay cao hơn ở Mỹ khi gọi người phục vụ. Tuy nhiên, nếu vẫy hoặc chỉ thẳng ngón tay trỏ vào người khác lại có nghĩa là buộc tội hoặc thách thức người đó. Giơ tay ra với lòng bàn tay hướng về phía trước có nghĩa là dừng lại. Đối với người Mỹ giơ ngón tay giữa lên bị coi là tục tĩu và thách đố.

Về việc bắt tay, người Mỹ có thói quen bắt tay chặt dùng cả bàn tay chứ không phải chỉ ngón tay để thể hiện sự thân thiện và nhiệt tình. Bắt tay lỏng lẻo⁴ có thể bị coi là không chắc chắn, thiếu tự tin, và thậm chí là hờ hững trong quan hệ. Khác với Mỹ, trong văn hóa Việt Nam, bắt tay lỏng lẻo lại là bày tỏ sự tôn trọng với người được bắt tay.

Về biểu hiện trên gương mặt, đối với người Mỹ, lắc đầu từ bên nọ sang bên kia có nghĩa là không đồng ý. Gật đầu có nghĩa là đồng ý. Rướn lông mày thể hiện sự ngạc nhiên. Cử chỉ nhún vai thể hiện sự hoài nghi hoặc không chắc chắn.

Về ánh mắt, khi nói chuyện, người Mỹ thường nhìn thẳng vào người đối diện và đứng không quá gần. Không nhìn thẳng vào người mình đang nói chuyện, nói năng nhỏ nhẹ, thái độ bẽn lẽn có thể bị coi là người không có quyền hành hoặc yếu đuối. Điều này có thể ngược lại với văn hóa Việt Nam; nhìn chăm chăm khi nói chuyện với người khác có thể được xem là bất lịch sự trong văn hóa Việt.

5. KẾT LUẬN

Ngày nay, trong xu hướng toàn cầu hóa, việc giao lưu quan hệ giữa các quốc gia trên thế giới trở nên ngày càng phổ biến. Tuy nhiên, việc giao lưu giữa các cá nhân đến từ những nền văn hóa khác nhau là một thử thách lớn. Nếu như trước đây người ta cho rằng rào cản ngôn ngữ là rào cản lớn nhất, thì ngày nay các nhà nghiên cứu đã chứng minh rằng sự khác biệt về văn hóa là thử thách lớn hơn so với ngôn ngữ. Một cá nhân có thể thuần thục ngôn ngữ của một quốc gia nhưng nếu không hiểu được văn hóa của quốc gia đó thì giao tiếp giữa cá nhân với người đến từ quốc gia đó cũng có khả năng là một thất bại.

Nhận thấy được tầm quan trọng của việc tìm hiểu và so sánh sự tương đồng và khác biệt của các nền văn hóa khác nhau, nhiều công trình nghiên cứu trên thế giới đã ra đời, trong đó công trình nghiên cứu của Hofstede người Hà Lan được xem là một trong những công trình có ý nghĩa nhất đối với lĩnh vực giao tiếp liên văn hóa. Thông qua mô hình năm cặp giá trị văn hóa đối lập, Hofstede đã có thể mô tả khái quát đặc tính cũng

⁴ Người Mỹ gọi là “dead fish handshake” (bắt tay như cá sắp chết)

như những tương đồng và khác biệt của đa số các nền văn hóa trên thế giới. Thành quả của ông đã giúp cho việc nghiên cứu văn hóa các nước trở nên ít phức tạp hơn, đồng thời có ý nghĩa trong việc rút ngắn khoảng cách khác biệt giữa các nền văn hóa.

Dựa trên mô hình năm cặp giá trị văn hóa đối lập của Hofstede, bài viết đã khái quát được những đặc điểm chung của văn hóa Mỹ, một cường quốc rộng lớn với một nền văn hóa phức tạp. Bài viết cũng đã phân tích những đặc tính của văn hóa Mỹ chi tiết hơn dựa trên bảy khía cạnh của đời sống văn hóa Mỹ gồm: hôn nhân, gia đình, giáo dục, kinh tế, chính trị, tôn giáo, và phép xã giao. Bài viết cũng đã so sánh văn hóa Việt và văn hóa Mỹ dựa trên việc phân tích mô hình so sánh năm cặp giá trị văn hóa đối lập của Hofstede. Từ việc so sánh, có thể thấy, văn hóa Mỹ và văn hóa Việt chỉ giao thoa nhau ở tính chấp nhận rủi ro; còn bốn cặp giá trị đối lập khác, văn hóa Mỹ và văn hóa Việt có nhiều khác biệt. Chính vì thế, nếu không có một cái nhìn thấu đáo, một sự am hiểu tường tận về văn hóa của nước bạn thì một người Việt Nam khó có thể hòa nhập được vào văn hóa Mỹ, và ngược trở lại.

Sau khi phân tích những khác biệt giữa hai nền văn hóa, bài viết cũng đã đưa ra một số gợi ý giúp cho người Việt Nam có thể tự tin hơn khi tiếp xúc với nền văn hóa Mỹ. Tuy nhiên, vì thời gian có hạn, trong đôi ba dòng, thật khó có thể miêu tả đầy đủ tất cả những gì mà một người Việt Nam cần làm khi tiếp xúc với nền văn hóa Mỹ. Tác giả bài viết chỉ hi vọng bài viết có ý nghĩa cho những ai yêu thích văn hóa Mỹ, cũng như ít nhiều hữu ích cho người Việt Nam khi tiếp xúc với nền văn hóa Mỹ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ellis, C. (1995). *Culture Shock: Vietnam*. Kuperard.
- [2]. Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences*. 2nd edition. New York: Sage.
- [3]. Nguyễn Vũ Hào (2009). *Giao tiếp liên văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa: Một số vấn đề triết học*, <http://www.vanhoahoc.vn/nguyen-cuu/van-hoa-hoc-ung-dung/van-hoa-giao-tiep/1207-nguyen-vu-hao-giao-tiep-lien-van-hoa-trong-boi-can-h-toan-cau-hoa-mot-so-van-de-triet-hoc.html>, ngày truy cập: 10/01/2017.
- [4]. Nguyễn Hòa (2011). *Phân tích giao tiếp liên văn hóa*. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Ngoại ngữ 27 (2011) 77-87.
- [5]. Quỳnh Trang (2015). *Cách dạy và học ấn tượng của người Mỹ*, <http://vnexpress.net/tin-tuc/giao-duc/cach-day-va-hoc-an-tuong-cua-nguoi-my-3208953.html> , ngày truy cập: 11/01/2017.
- [6]. Randee, F. (1993). *Spotlight on the USA*. Oxford: Oxford University Press.

- [7]. Roger, E. (2003). *Cử chỉ - những điều nên làm và nên tránh trong ngôn ngữ cử chỉ khắp thế giới*. Tp. HCM: NXB Trẻ
- [8]. Trần Ngọc Thêm (1999). *Cơ sở văn hóa Việt Nam*. Hà Nội: NXB Giáo Dục.
- [9]. Tiersky, E. & Tiersky, M. (2001). *The USA Customs and Institutions*. 4th edition. Prentice Hall Regents.
- [10]. Toomey, S. (1999). *Communicating across cultures*. New York: The Guideford Press.
- [11]. Trompenaars, A. & Charles, H. (1993). *The seven cultures of capitalism*. New York: Doubleday.

**THE IMPORTANCE OF LEARNING ENGLISH FOR INFORMATION
TECHNOLOGY INDUSTRY (ENGLISH FOR IT)**

Tổng Thị Huệ

Khoa Ngoại ngữ - Trường ĐH Công nghiệp thực phẩm TP. HCM

ABSTRACT

The article showed the real situation of learning English, the importance of learning English to Vietnamese students, the reasons to study this language, the difference between studying General English and English for IT and the importance of learning English for Information Technology Industry (English for IT) in this digital age. From the above points, the author gave some suggestions to help students study this language better.

KEYWORDS: *real situation, importance, English for IT, digital age*

INTRODUCTION

In the industrialization and modernization, there are a lot of foreign companies in Viet Nam so they give many jobs to the youth. The importance of learning English cannot be overstated in an increasingly interconnected and globalized world. For the millions of immigrants who travel the world from non-English-speaking countries every year, learning to communicate in English is important to enter and ultimately succeed in mainstream English speaking countries. Working knowledge of the English language can create many opportunities in international markets and regions.

1. The real situation in learning English.

In these days, more and more people in Vietnam learn English with different purposes; they not only learn English in school but learn in some other centers as well. As a result, nowadays, there is a great deal of language centers in the city to meet the demand of learners. We can see a lot of centers on many main streets with huge posters and there are many people such as middle- age people, young children at the age of 4 or more than studying eagerly this language but some students who are studying in universities are not aware of this important language.

2. English and the importance of Vietnamese students

English is an international language. It has been used as a main language of 53 countries and European countries and is the third language in the world only after Chinese, Spain. (There are more than one billion people in China).

English is the fourth most widely spoken native language in the world, and in terms of sheer number of speakers, it is the most spoken official language in the world. It is the primary language used in international affairs. The English language has official status even in nations where it is not the primary spoken language. English is

indisputably the primary language of global trade and commerce. In many countries, most tourism authorities and other officials in contact with the public speak English to interact and engage with tourists and immigrants.



According to Wikipedia, more than 400 people use English as a native language. Over one billion people use English as a second language. The rich countries use English commonly. This language is a compulsory subject at schools.

You come from Vietnam, a developing country. Do you know the importance in learning English? You know, you are the most important one of our country.

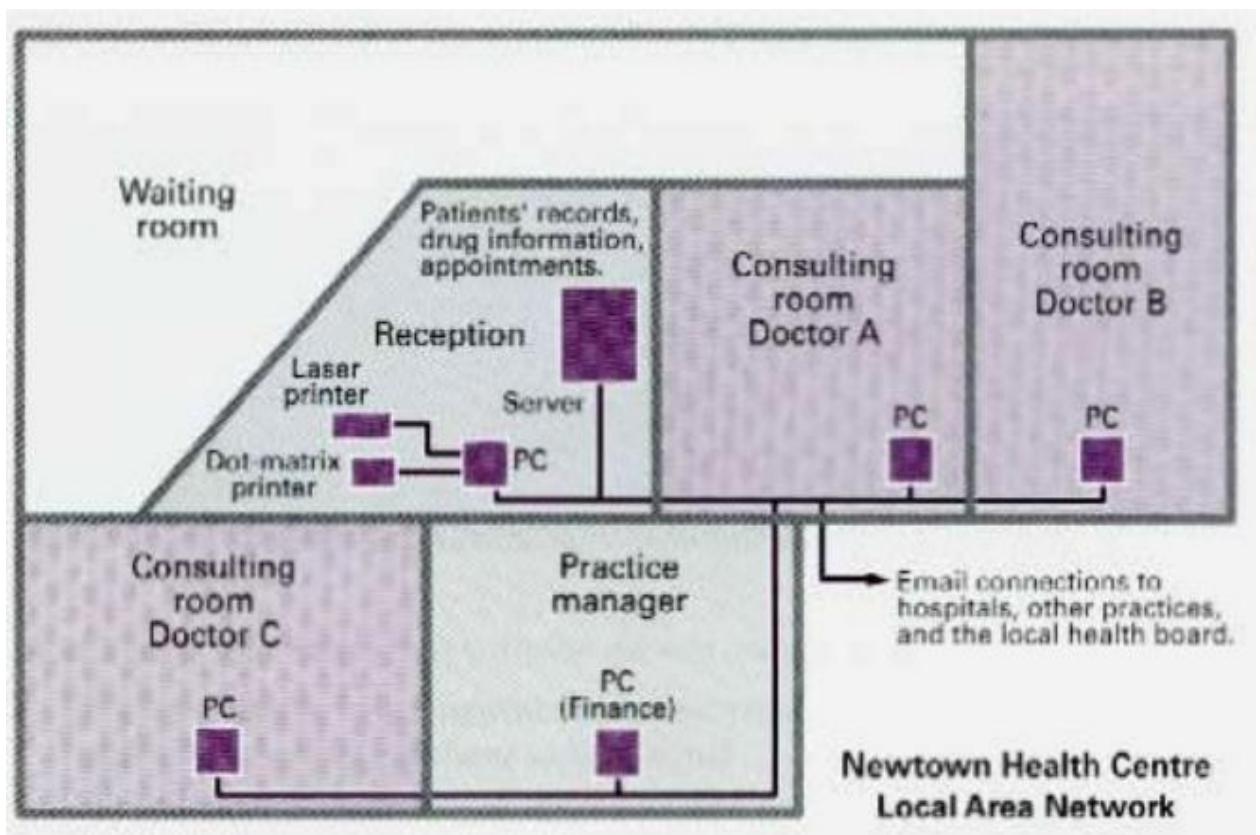
Following the international developments, if we are not good at English, we will be out of date. It is also difficult for us to keep up with the improvements

English is a good tool for the job as well as English for IT. The information technology industry is developing such as website, new software, programs which are major media. If we only use general English without engineering English in this field, we will be difficult to read the technical materials. This is an obstacle on going ahead.

English for IT not only helps students understand deeply their major, but also opens a better future. Understanding English for IT helps you follow the study in all foreign countries easily. Besides helping read materials about your field easily. It also helps you keep up with the English workshops, talk with colleagues. If you are good at English for IT, you are easy to do researches and you will be confident to cope with the future job.

However, English for IT is not the same general English because it is a special subject, you only have this course at university, not at foreign language centers so if you want to improve it, you should read a lot of materials, watch news, listen to CNN channels related to your field or Geographic National.. Most software websites are used English. We can see some differences between general English and English for IT. Here are some specific terminologies.

In general English, we have the word “save” that means you do not spend money, you will have a lot of money or “save our soul” but in engineering its term is the same store or you put data into the disk or we can see this diagram.



This is a networking diagram, you see the PCs or clients. Clients in this field is a kind of machine to be connected to the server not customers used in General English

3. Digital Age

While progress has been made in language-translation software and allied technologies, the primary language of the ubiquitous and all-influential World Wide Web is English. English is typically the language of latest-version applications and programs and new freeware, shareware, peer-to-peer, social media networks and websites. Software manuals, hardware-installation guides and product fact sheets of

popular consumer electronics and entertainment devices usually are available in English first before being made available in other languages.

CONCLUSION

In short, to success in your major, you should spend time on studying English for IT as soon as possible.

These are some suggestions

Do not be shy

Learn by heart all the new words

Read a lot of materials related to your industry.

Translate a lot of materials related to your industry into Vietnamese.

**ĐÀO TẠO TIẾNG ANH TRONG KHUYNH HƯỚNG TOÀN CẦU HOÁ -
THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

Nguyễn Văn Đạt

Khoa Ngoại ngữ - Trường ĐH Công Nghiệp Thực Phẩm Tp.HCM

I. GIỚI THIỆU CHUNG

Mối quan tâm của xã hội về việc đào tạo tiếng Anh vốn dĩ đã rất sôi động lại trở nên sôi động hơn kể từ khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ Chức Thương Mại Thế Giới WTO (World Trade Organization), Cộng đồng Kinh tế ASEAN AEC (Asean Economic Community) và Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương TPP (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement). Như thế, một thế giới ngày càng “phẳng” hơn bao giờ! Sẽ mở ra nhiều khía cạnh về hợp tác kinh tế và thúc đẩy tự do giao thương giữa các quốc gia trên thế giới, thì ngoại ngữ nói chung và tiếng Anh nói riêng ngày càng trở nên quan trọng. Nhận thức về tầm quan trọng của tiếng Anh trong xã hội ngày nay được nâng cao song vẫn còn đó những băn khoăn về phương pháp đào tạo, những hoài nghi về chất lượng đào tạo và nhiều sự trăn trở khác.

Trong một thời gian khá dài, việc dạy và học tiếng Anh ở hầu hết các cơ sở đào tạo nước ta chủ yếu tập trung đánh giá kỹ năng bằng các bài thi viết và đọc hiểu hoặc từ vựng của học viên. Cũng có một số cơ sở đào tạo, trường học tổ chức thi vấn đáp nhưng kết quả của các kỳ thi này cũng chưa đánh giá hết năng lực ngoại ngữ vì thời lượng dành cho việc đánh giá các kỹ năng của một thí sinh còn rất hạn chế.

Bên cạnh đó người học tiếng Anh còn mang nặng tâm lý là chỉ cần có được tấm bằng hoặc chứng chỉ nào đó về tiếng Anh để thỏa mãn một điều kiện nhất định nào đó về mặt thủ tục và để đạt được một mục đích nào đó không liên quan gì nhiều đến kỹ năng sử dụng tiếng Anh trong môi trường làm việc thực sự của họ. Chính điều này đã dẫn đến một thực tế là một số lượng không nhỏ các kỳ thi tiếng Anh ở nước ta mang tính ước lệ và kết quả của những kỳ thi này không nói lên được nhiều về kỹ năng tiếng Anh thực sự của học viên. Có những trường hợp học viên có kết quả thi rất cao, nhưng thực tế họ không sử dụng được tiếng Anh trong giao tiếp thông thường.

Một điều đáng nói nữa là quan niệm về kỹ năng giao tiếp bằng tiếng Anh của một số người có nhu cầu sử dụng nó thường xuyên vẫn còn phiến diện. Họ cho rằng có thể làm cho người khác hiểu được họ khi họ sử dụng tiếng Anh để giao tiếp có nghĩa là họ đã rất thành thạo và giỏi trong giao tiếp bằng tiếng Anh. Trái lại, họ ít lưu tâm đến các khía cạnh khác chẳng hạn như: *sự chính xác trong phát âm; sự mượt mà cũng như chức năng biểu hiện nghĩa và hàm ý giao tiếp của ngữ điệu; sự hiệu quả trong giao tiếp do sự*

lựa chọn từ vựng và cấu trúc mang lại; sự tự nhiên trong cách luyện âm của tiếng Anh; tầm quan trọng của văn hoá trong giao tiếp; các nghệ thuật dẫn dắt một cuộc đàm thoại; v.v. Chúng ta hãy xem xét những ví dụ sau: Khi du khách nước ngoài nghe câu tiếng Anh “*Here to Market Ben Thanh, one cyclo, one people, one dollar.*”, họ có thể hiểu được câu này có ý nghĩa gì. Nhưng nếu câu tiếng Anh này được nói ra bởi một người chạy xích lô thì cảm nhận của các vị khách ấy vẫn có thể có tính tích cực. Nhưng nếu nó được nói ra bởi một hướng dẫn viên du lịch thì cảm nhận của họ sẽ hoàn toàn ngược lại vì câu nói này có quá nhiều lỗi, và hơn thế nữa nó ẩn chứa những “sự bất lợi tiềm tàng” cho phía người nói. Kiểu diễn đạt như vậy có thể làm giảm uy tín và gây thiệt hại cho cả ngành du lịch nói chung. Một ví dụ khác: Ở một bữa tiệc, một ông giám đốc nọ đứng bên cạnh vợ mình, nói với một cộng sự người nước ngoài: “*My wine is nice.*” Ông ấy hiểu tất cả các từ trong câu nói này và sử dụng chúng chính xác về mặt ngữ pháp. Nhưng vì ông ấy phát âm không được chuẩn nên người cộng sự nước ngoài kia không thể hiểu rõ được liệu vị giám đốc kia muốn nói là “*My wife is nice.*” hay là “*My wine is nice.*” hay thậm chí là “*My wife is nine.*” Và như thế là dù ít dù nhiều người cộng sự nước ngoài nọ phải chịu đựng một “sự khó chịu khó nói ra” không đáng có (vì theo phép lịch sự không ai lại hỏi đi hỏi lại về một việc như thế trong một tình huống như thế).

Như vậy, chúng ta có thể thấy rằng chất lượng đào tạo tiếng Anh ngày nay không phải chỉ được kiểm định bởi điểm số trong các kỳ thi “nội bộ trong nước” mà nó còn được đánh giá thông qua kỹ năng vận dụng trong giao tiếp quốc tế, thông qua sự phản hồi từ các đối tác quốc tế. Mà nhu cầu giao tiếp quốc tế thì ngày càng tăng trong khuynh hướng toàn cầu hóa ngày một mạnh mẽ hơn và rõ ràng hơn trong thời đại ngày nay. Hay nói cách khác là sự toàn cầu hoá đang gia tăng áp lực đối với việc đào tạo tiếng Anh cho nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay. Và vấn đề được đặt ra là giải pháp nào có thể mang lại hiệu quả thiết thực. Nên chăng, chúng ta đưa ra hai loại giải pháp. Đó là giải pháp trước mắt và giải pháp lâu dài. Tôi xin chỉ nêu ra trong bài viết này một vài suy nghĩ chủ quan về giải pháp trước mắt cho bậc đào tạo đại học không chuyên ngành tiếng Anh để chúng ta cùng thảo luận.

II. GIẢI PHÁP ĐỀ NGHỊ

Đối với giải pháp trước mắt, chúng ta nên tập trung vào việc đào tạo tiếng Anh ở bậc cao đẳng và đại học vì bậc đào tạo này chịu trách nhiệm trực tiếp về chất lượng nguồn nhân lực hiện tại và tương lai gần nhất. Để nâng cao kỹ năng tiếng Anh cho sinh viên, chúng ta nên xem xét các việc sau đây:

1. Phải xây dựng cho sinh viên một ý thức đúng mức về việc rèn luyện các kỹ năng sử dụng tiếng Anh tương xứng với nhu cầu thực tế của thời đại. Nếu sinh viên thấy rõ được nhu cầu thực tế của thời đại về tiếng Anh là gì và họ đã thỏa mãn được nhu cầu đó đến mức nào thì những con người trẻ trung và năng động này sẽ tự điều chỉnh cả động cơ lẫn thái độ học tập của mình. Họ sẽ “trung thực hơn” trong việc tự đánh giá mình về khả năng sử dụng tiếng Anh và sẽ tự giác hơn trong việc học tập rèn luyện khả năng này.
2. Phải tạo môi trường thực tiễn cho sinh viên thực tập sử dụng tiếng Anh. Cái gì cũng phải có môi trường thích hợp để tồn tại và phát triển. Ngôn ngữ cũng vậy. Nếu sinh viên không có cơ hội để thực hành, cọ sát và kiểm nghiệm kỹ năng tiếng Anh của họ thì mãi mãi họ có cảm giác “mù mờ” về mức độ thành thạo cũng như độ nhạy bén về phản xạ của họ khi sử dụng tiếng Anh để giao tiếp trong môi trường làm việc có tính quốc tế. Để làm được việc này, các trường cao đẳng và đại học có thể tự tìm các trường đối tác quốc tế theo năng lực của mình. Từ đó có thể xây dựng các chương trình đào tạo trao đổi. Cụ thể là giảng viên các trường đối tác có thể tham giảng dạy một thời lượng nhất định trong một khóa đào tạo của các trường của chúng ta; và ngược lại, “giảng viên nhà” cũng có cơ hội để trải nghiệm nhiều hơn việc giảng dạy có tính quốc tế. Tổ chức cho sinh viên của chúng ta giao lưu định kỳ với sinh viên các trường đối tác. Những việc làm này chắc chắn sẽ mang lại nhiều kinh nghiệm bổ ích không những cho sinh viên mà còn cả giảng viên của chúng ta.
3. Nên tổ chức các buổi báo cáo chuyên đề bằng tiếng Anh cho từng ngành đào tạo. Bố trí những giảng viên có kinh nghiệm và giỏi tiếng, mời các giảng viên ở các trường đối tác hoặc các chuyên gia quốc tế phụ trách trong các buổi báo cáo này. Thậm chí, có thể cho sinh viên chuẩn bị bài báo cáo, sau đó kiểm định và nếu xét thấy những bài báo cáo đó đạt yêu cầu thì cho sinh viên trình bày như một báo cáo viên thực thụ. Việc làm này giúp sinh viên không những trau dồi tiếng Anh, cập nhật kiến thức chuyên môn mà còn đánh giá đúng chính mình hơn trong môi trường quốc tế.
4. Xây dựng các chương trình đào tạo đặc biệt về tiếng Anh cho sinh viên giỏi của chính trường mình để giúp họ thoát khỏi sự cản trở của rào cản ngôn ngữ khi phải làm việc trong môi trường quốc tế sau khi ra trường. Trang bị các phòng học cho chương trình này đúng theo tiêu chuẩn quốc tế. Có thể bước đầu sẽ thu phí để duy trì chương trình này tùy theo mức độ đầu tư. Việc làm này có tác dụng như một chiến lược “đào tạo mũi nhọn” tạm thời để đáp ứng nhu cầu về nhân lực trong khuynh hướng toàn cầu hóa hiện nay.

5. Giới thiệu, cung cấp cho sinh viên nguồn tư liệu bằng tiếng Anh liên quan đến chuyên ngành để tự trau dồi thêm. Vấn đề này cho đến nay vẫn chưa được thực hiện triệt để lắm, và thực tế là sinh viên chủ yếu mới tiếp cận với giáo trình theo qui định khung của Bộ giáo dục và đào tạo cũng như một số Bộ ngành khác có các trường đại học trực thuộc. Để sử dụng tiếng Anh tốt đòi hỏi người học phải thực hành các kỹ năng một cách đều đặn và có một vốn từ vựng đủ để diễn đạt. Thời lượng trên giảng đường và khối lượng kiến thức trong chương trình khung khó có thể đáp ứng được sự đòi hỏi đó.

6. Phải giúp cho sinh viên hiểu được khái niệm thế nào là “biết” một từ hoặc ngữ trong tiếng Anh. Đa số sinh viên nghĩ rằng “nhìn” thấy một từ tiếng Anh nào đó và “biết” được nghĩa của nó có nghĩa là đã biết đủ về từ đó. Nhưng suy nghĩ này không đúng. Biết một từ có nghĩa là ta phải:

- Thể hiện được nó và nhận biết được nó cả về phương diện ngữ âm lẫn phương diện văn tự. Cụ thể hơn là: Phát âm nó một cách chính xác. (khi chúng ta đọc nó lên thì người nghe phải nhận ra nó), nhận ra nó khi nghe được sự phát âm tương ứng với nó; viết được nó một cách chính xác và hiểu được nó khi thấy nó. Đây chỉ mới là những yêu cầu cơ bản nhất về việc “biết” một từ của một ngôn ngữ mà thôi. Đôi lúc có những từ được viết và đọc theo nhiều cách khác nhau. Và đó là chưa kể đến những từ đồng âm dị nghĩa hay đồng nghĩa dị âm, những từ loại khác nhau được hình thành bằng cách thêm vào nó các tiền tố và hậu tố khác nhau (homonyms, synonyms, derivatives).

- Hiểu và dùng được nó nhuần nhuyễn theo những ngữ cảnh cụ thể khác nhau với những nghĩa khác nhau của nó tùy theo những ngữ cảnh cụ thể đó (contextual meanings and usages).

- Kết hợp được nó với các từ khác để diễn đạt đúng ý nghĩa cần được diễn đạt (collocation). Hẳn nhiên, sinh viên không thể nắm được tất cả, nhưng ít nhất phải nắm được những thành ngữ thông dụng chung và thông dụng cho chuyên ngành của mình.

- Truy xuất được nó kịp thời khi muốn dùng nó cũng như nhận ra nó kịp thời trong quá trình giao tiếp (communicative competence and performance).

- Ở cấp độ cao hơn, phải có được khả năng lựa chọn từ (word choice) thích hợp cho tiêu chí diễn đạt trong giao tiếp.

7. Phải phân biệt rõ nội dung đào tạo, phương thức đào tạo và mục tiêu đào tạo. Nội dung và phương thức đào tạo tiếng Anh suy cho cùng là những phương tiện và con đường để đi đến mục tiêu đào tạo: sử dụng được tiếng Anh để giao tiếp cả về mặt văn

bản lẫn lời nói theo cấp độ và phạm vi đã được đề ra. Đây đó vẫn còn sự đánh đồng các khái niệm này dẫn đến những hạn chế về thực chất kết quả đào tạo.

8. Phải nâng cấp điều kiện dạy và học tiếng Anh tại các trường đại học và cao đẳng hiện nay để đáp ứng được nhu cầu của thời đại. Phải giảm bớt số lượng sinh viên trong các lớp học tiếng Anh.

III. KẾT LUẬN

So sánh ví von giữa hai hình ảnh: “Ngôn ngữ với người sử dụng ngôn ngữ” và “Những viên gạch với người thợ xây”. Nếu chúng ta không biết cách gắn kết các “viên gạch” lại để tạo thành những “ngôi nhà đẹp” để phục vụ chúng ta thì việc sở hữu vô số các viên gạch cũng sẽ trở nên vô nghĩa. Và nếu không có những “viên gạch” kia thì tài năng của “người thợ xây” cũng không có ý nghĩa gì.

ĐỐI CHIẾU ÂM VỊ PHỤ ÂM CỦA TIẾNG ANH VÀ TIẾNG VIỆT- Ý NGHĨA ĐÓNG GÓP CHO VIỆC DẠY VÀ HỌC TIẾNG

Nguyễn Thị Ngọc Trân

Khoa Ngoại ngữ - Trường ĐH Công Nghiệp Thực Phẩm Tp.HCM

ABSTRACT

This paper aims to reinforce knowledge of pronunciation for teachers and learners of English and Vietnamese as a second or foreign language through a contrast of the two consonant phoneme systems. The method of making comparison and contrast is employed to analyze the similarities and discrepancies of phonetic features of these consonant phonemes. The analysis is then accompanied by some implications for the teaching and learning of these two languages in terms of making prediction or understanding possible pronunciation mistakes in articulating their consonant phonemes.

MỞ ĐẦU

Khác với việc truyền tải và tiếp thu tiếng mẹ đẻ, việc dạy và học cách phát âm một ngôn ngữ thứ hai hay ngoại ngữ đòi hỏi người dạy và người học phải có hiểu biết sâu sắc về đặc điểm ngữ âm của cả hai ngôn ngữ. Chẳng hạn, khi hiểu rõ hệ thống âm vị, đơn vị âm thanh nhỏ nhất có nghĩa và có khả năng phân biệt từ, của ngôn ngữ nguồn và ngôn ngữ đích, người dạy cũng như người học có thể dự đoán, hiểu và phần nào tránh được những lỗi phát âm gây ra do sự tương đồng hay khác biệt về đặc điểm cấu âm của các âm vị.

Điều này cũng là vấn đề được đặc biệt quan tâm của giáo viên và người học Việt Nam khi dạy và học tiếng Anh và ngược lại. Do vậy, sự so sánh đối chiếu tiếng Anh và tiếng Việt về mặt ngữ âm, âm vị học là cần thiết cho các đối tượng trên. Từ nhu cầu đó, trong phạm vi giới hạn của bài viết, tác giả tiến hành đối chiếu một phần trong hệ thống âm vị của hai ngôn ngữ, đó là âm vị phụ âm trong tiếng Anh và tiếng Việt.

NỘI DUNG

1. Hệ thống âm vị phụ âm tiếng Anh

Trước tiên, cần nhấn mạnh rằng ngôn ngữ Anh sử dụng cho mục đích đối chiếu trong bài viết này là ngôn ngữ Anh Anh. Vì vậy các biến thể âm vị trong các loại tiếng Anh khác như tiếng Anh Mỹ, tiếng Anh Úc, v.v. sẽ không được bàn tới.

Trong tiếng Anh có tất cả 24 âm vị phụ âm. Các phụ âm này được khu biệt và phân loại dựa trên ba tiêu chí là vị trí cấu âm, phương thức cấu âm, và sự có - không có tiếng thanh khi phát âm, hay thường gọi là hữu thanh và vô thanh.

Phần lớn âm vị phụ âm tiếng Anh được thể hiện bởi một chữ cái và có thể xuất hiện linh hoạt ở các vị trí đầu, giữa hoặc cuối của âm tiết, ngoại trừ âm vị /ŋ/ không thể

sử dụng như một âm vị phụ âm đầu. Hệ thống âm vị phụ âm tiếng Anh được Roach (2000: 65) mô tả chi tiết trong bảng 1 sau đây.

Bảng 1. Bảng hệ thống âm vị phụ âm tiếng Anh

Phương thức cấu âm	Vị trí cấu âm							
	Môi-môi (Bilabial)	Môi-răng (Labial-dental)	Răng (Dental)	Lợi (Alveolar)	Ngạc-lợi (Alveo-palatal)	Ngạc (Palatal)	Mặt (Velar)	Hầu (Glottal)
Tắc (Plosive)	p b			t d			k g	
Xát (Fricative)		f v	θ ð	s z	ʃ ʒ			h
Tắc xát (Affricate)					tʃ dʒ			
Mũi(Nasal)	m			n			ŋ	
Bên(Lateral)				l				
Gần (Approximant)	w				r	j		

2. Hệ thống âm vị phụ âm tiếng Việt

Tiếng Việt có tất cả 22 âm vị phụ âm đảm nhiệm vị trí âm đầu và 6 phụ âm làm nhiệm vụ âm cuối. Tương tự như tiếng Anh, phần lớn âm vị phụ âm tiếng Việt, trừ âm vị /ʔ/ không được ghi lại trên chữ viết, được thể hiện bằng một chữ viết chính tả, như trong bảng 2 dưới đây.

Bảng 2. Sự thể hiện của âm vị phụ âm tiếng Việt bằng chữ viết

Âm vị	Chữ viết	Âm vị	Chữ viết
/b/	b	/t/	tr
/m/	m	/ʃ/	s
/f/	ph	/z/	r
/v/	v	/c/	ch
/tʰ/	th	/p/	nh
/t/	t	/k/	c, k, q
/d/	đ	/ŋ/	ng, ngh
/n/	n	/x/	kh
/s/	x	/ɣ/	g, gh
/z/	d, gi	/ʔ/	(không có chữ viết)
/l/	l	/h/	h

Hệ thống âm vị phụ âm trình bày trong bảng 2 là hệ thống các âm vị chuẩn của hai phương ngữ phổ biến trong tiếng Việt là phương ngữ Bắc bộ và phương ngữ Nam bộ. Các biến thể âm vị phụ âm của các phương ngữ không điển hình sẽ không được xem xét trong bài viết này.

Âm vị phụ âm tiếng Việt, tương tự như tiếng Anh, cũng được phân biệt dựa trên ba tiêu chí, đó là phương thức cấu âm, vị trí cấu âm và tiếng thanh. Ngoài ra, tiếng Việt còn phân loại phụ âm theo tiêu chí tiếng ồn hay tiếng vang mà chúng gây ra. Bảng 3 và 4 sau đây sẽ lần lượt thể hiện chi tiết đặc trưng khu biệt ngữ âm của phụ âm đầu và phụ âm cuối tiếng Việt.

Bảng 3. Âm vị phụ âm đầu tiếng Việt

Phương thức cấu âm				Vị trí cấu âm					
				Môi	Đầu lưỡi		Mặt lưỡi	Gốc lưỡi	Thanh hầu
					Bẹt	Quặt			
TẮC	ồn	bật hơi			tʻ				
		không bật hơi	vô thanh	(p)*	t	t̚	c	k	ʔ
			hữu thanh	b	d				
			vang (mũi)		m	n		ɲ	ŋ
	XÁT	ồn	vô thanh		f	s	ʃ		x
hữu thanh			v	z	ʒ		ɣ		
vang (bên)			l						

Bảng 4. Âm vị phụ âm cuối tiếng Việt

Phương thức cấu âm		Vị trí cấu âm		
		Môi	Lưỡi	
			Đầu lưỡi	Gốc lưỡi
Ồn		p	t	k
Vang	Mũi	m	n	ŋ

Một số nhà nghiên cứu cho rằng âm vị phụ âm /p/ có thể đứng ở vị trí âm đầu do việc sử dụng ngày càng phổ biến các từ vay mượn của tiếng nước ngoài, chẳng hạn như “đèn pin”, “nhạc pop”, v.v.

Đổi lập với quan điểm này là quan điểm cho rằng phụ âm đầu /p/ trong những từ trên đã chuyển thành âm hữu thanh /b/, tức là “đèn bin”, “nhạc bop”. Chính vì vậy, việc coi phụ âm /p/ như phụ âm đầu vẫn là vấn đề còn nhiều tranh cãi.

3. Đối chiếu âm vị phụ âm Anh-Việt _ Ý nghĩa đóng góp cho việc dạy và học tiếng

Trong bảng 5 dưới đây, các phụ âm tương đồng hoặc gần tương đồng về vị trí cấu âm của hai hệ thống âm vị Anh - Việt được đặt cạnh nhau theo cặp để so sánh đối chiếu. Dấu gạch nối đặt trước và sau mỗi phụ âm để thể hiện khả năng xuất hiện của phụ âm đó ở vị trí âm đầu và âm cuối của âm tiết.

Bảng 5. Âm vị phụ âm tương đồng hoặc gần tương đồng của tiếng Anh và tiếng Việt

Môi	Anh	-p-	-b-	-f-	-v-	-m-	-w-		
	Việt	-p	b-	f-	v-	-m-			
Răng &	Anh	-θ-	-ð-	-t-	-d-	-s-	-z-	-n-	-l-
Lợi	Việt	t’-		-t-	d-	s-	z-*	-n-	l-
Ngạc	Anh	-ʃ-	-ʒ-	-tʃ-	-dʒ-	-r-	-j-		
	Việt	ʃ-	ʒ-*			ʒ-**	z-**		
		(* northern dialect)			(** southern dialect)				
Mạc	Anh	-k-	-g-	-ŋ					
	Việt	k-	ɣ-	-ŋ-					
Hầu	Anh	-h-							
	Việt	h-							

Qua bảng 5 ta thấy các cặp phụ âm tương ứng của tiếng Anh và tiếng Việt có thể tương đồng tuyệt đối như /b-b/, /d-d/, /f-f/, /v-v/, /s-s/, /z-z*/, /ʃ- ʃ/, /m-m/, /n-n/, /ŋ- ŋ/, /l-l/, /r- ʒ**/, /j-z**/ hoặc có một ít khác biệt như các cặp âm /t-t/, /θ-t’/k-k/, /g-g/. Sự tương đồng và khác biệt sẽ được phân tích cụ thể ở phần tiếp theo.

3.1. Sự tương đồng

Từ các bảng 1, 3 và 5 có thể thấy hệ thống âm vị phụ âm của tiếng Anh và tiếng Việt về cơ bản giống nhau ở một số điểm sau.

Thứ nhất, số lượng âm vị phụ âm của hai ngôn ngữ xấp xỉ bằng nhau nếu không phân biệt phụ âm đầu – cuối, với 24 phụ âm trong tiếng Anh và 22 phụ âm trong tiếng Việt.

Thứ hai, cả hai hệ thống âm vị có chung cách thức để phân biệt và phân loại phụ âm, đó là dựa trên ba tiêu chí: phương thức cấu âm, vị trí cấu âm và tiếng thanh. Về vị trí cấu âm, tiếng Anh và tiếng Việt đều có các phụ âm môi, răng, lợi, ngạc, mặt và thanh hầu khá giống nhau. Về phương thức cấu âm, hai ngôn ngữ có sự tương đồng ở các phụ âm tắc, xát, mũi và thanh hầu. Về tiếng thanh, phụ âm của cả hai ngôn ngữ đều được phân loại thành vô thanh và hữu thanh.

Một điểm tương đồng nữa của hai ngôn ngữ là phần lớn âm vị phụ âm có cùng hình thức với chữ viết đại diện cho chúng và mỗi phụ âm thường được thể hiện bởi một chữ cái. Tuy nhiên, ở cả hai ngôn ngữ đều có trường hợp ngoại lệ là một phụ âm được thể hiện bởi nhiều chữ viết. Ví dụ như phụ âm /s/ trong tiếng Anh có thể được thể hiện bởi các chữ cái hoặc tổ hợp chữ cái sau “s, x, se, ce, ss”. Tương tự, phụ âm /k/ trong tiếng Việt có thể được viết bằng chữ cái “k” khi đứng trước các chữ cái nguyên âm “i, e, ê, ie”, viết bằng chữ “q” khi đứng trước âm đệm /w/ như trong “quan”, còn lại thì đa phần được thể hiện bởi chữ cái “c”.

Ngoài ra còn có sự tương đồng về cách thức phát âm của một phụ âm tiếng Việt với hai phụ âm của tiếng Anh. Đó là trường hợp phụ âm /z/, một âm có cách phát âm khá khác biệt trong hai phương ngữ tiêu biểu của tiếng Việt. Với phương ngữ Bắc bộ, phụ âm này được phát âm gần giống phụ âm ngạc-lợi, xát /ʒ/ của tiếng Anh. Tuy nhiên, trong phương ngữ Nam bộ phụ âm này lại phát âm giống phụ âm ngạc-lợi, gần /r/.

3.2. Sự khác biệt

Đối chiếu sâu hơn hai hệ thống âm vị phụ âm ta thấy chúng có những điểm khác biệt sau đây.

Điểm khác biệt đầu tiên có thể dễ dàng nhận thấy là ở mỗi ngôn ngữ có những phụ âm không tồn tại trong ngôn ngữ kia. Cụ thể là, tiếng Anh có một số phụ âm mà chúng ta không thể tìm thấy âm tương đồng ở tiếng Việt như hai phụ âm ngạc lợi, tắc xát /tʃ, dʒ/; phụ âm ngạc lợi, xát /ʒ/ và phụ âm đầu lưỡi-răng, xát, hữu thanh /ð/. Chính vì vậy, người học thường gặp nhiều khó khăn khi phát âm bốn phụ âm này của tiếng Anh.

Ngược lại, tiếng Việt cũng có một số phụ âm không có âm tương đồng trong tiếng Anh. Điển hình như phụ âm /t/ trong từ “trăng”, là một phụ âm được tạo ra khi đầu lưỡi uốn lên cao và hướng về sau vòm miệng như âm cong lưỡi, hay như hai phụ âm mặt lưỡi, ngạc /c, ɲ/ trong từ “cho”, “nhà”.

Điểm khác biệt thứ hai đáng chú ý là, mặc dù hai ngôn ngữ có nhiều âm vị phụ âm tương đồng, một vài cặp âm trong số chúng không hoàn toàn giống nhau về đặc điểm cấu âm. Điển hình như phụ âm tắc /t/ của tiếng Anh là một âm lợi, bật hơi trong khi phụ

âm /t/ tương ứng của tiếng Việt lại là âm răng, không bật hơi. Dù nhận biết được sự khác biệt đó, người học vẫn thường bị ảnh hưởng bởi thói quen phát âm của tiếng mẹ đẻ khi phát âm ngôn ngữ thứ hai. Đó là lý do tại sao như người Việt có xu hướng phát âm từ “tea” của tiếng Anh theo kiểu không bật hơi, nghe giống như từ “ti” của tiếng Việt. Và ngược lại, người Anh sẽ phát âm từ “ti” của tiếng Việt theo kiểu bật hơi của tiếng Anh, như từ “tea”. Tuy nhiên, cần nhấn mạnh rằng phụ âm /t/ của tiếng Anh thường được phát âm có sự bật hơi khi nó là âm đầu hoặc âm cuối của âm tiết. Khi phụ âm này đứng trong tổ hợp hay cụm phụ âm đầu thì lại không được bật hơi, ví dụ như trường hợp từ “student”. Ngoài ra, khi phụ âm này là âm cuối sự bật hơi cũng không phải là nhất thiết do hiện tượng đồng hóa với âm đầu trong âm tiết theo sau.

Tương tự như vậy, phụ âm tiếng Anh /k/ cũng có thể được người Việt phát âm không có bật hơi do sự ảnh hưởng của phụ âm tương ứng /k/ không bật hơi của tiếng Việt. Thêm một dẫn chứng cho trường hợp này là cặp phụ âm /g- γ/. Trong khi phụ âm này của tiếng Anh là âm mặc, tắc thì âm tương ứng ở tiếng Việt lại là âm gốc lưỡi, xát.

Phụ âm đầu lưỡi-răng, xát, vô thanh /θ/ của tiếng Anh cũng gây không ít nhầm lẫn cho người học Việt Nam bởi tiếng Việt cũng có phụ âm đầu lưỡi, bẹt, nổ, vô thanh /t’/ khá tương đồng. Do sự tương đồng này, người học tiếng Anh hay tiếng Việt đều có khả năng mắc phải lỗi phát âm giao thoa. Cụ thể, người Việt sẽ có xu hướng phát âm phụ âm /θ/ đầu lưỡi-răng của tiếng Anh theo cách phát âm phụ âm /t’/ đầu lưỡi, bẹt của tiếng Việt. Điều ngược lại xảy ra khi người Anh bản xứ phát âm phụ âm /t’/ của tiếng Việt, chẳng hạn như từ “thi” với cách phát âm phụ âm đầu nổ sẽ được phát âm thành phụ âm xát.

Đối chiếu sự phân bố vị trí âm vị trong âm tiết, ta nhận thấy thêm một điểm khác biệt nữa giữa hai hệ thống phụ âm. Là một ngôn ngữ biến hình, đa âm tiết, các âm vị phụ âm tiếng Anh có thể xuất hiện tự do ở mọi vị trí đầu, giữa, cuối của âm tiết, ngoại trừ phụ âm /ŋ/ chưa bao giờ và phụ âm /ʒ/ hiếm khi được thấy xuất hiện ở vị trí đầu âm tiết. Khác với tiếng Anh, tiếng Việt là ngôn ngữ đơn âm tiết, do đó không có phụ âm đứng giữa trong cấu trúc âm tiết. Trong tiếng Việt, tất cả âm vị phụ âm có thể xuất hiện ở đầu âm tiết, ngoại trừ âm vị /p/ đang còn tranh cãi, trong khi chỉ có 6 phụ âm /m, n, ŋ, p, t, k/ có thể đứng cuối âm tiết. Phụ âm môi-môi /p/* mặc dù có thể thấy xuất hiện ở vị trí âm đầu trong một số từ vay mượn từ tiếng nước ngoài, nhưng thường được thay thế bằng biến thể âm vị /b/ bởi người Việt không có thói quen bắt đầu phát âm từ bằng việc bật hơi ra luồng không khí. Vì vậy, họ thường gặp khó khăn trong việc phát âm phụ âm đầu /p/ của tiếng Anh và sẽ có xu hướng phát âm nó như phụ âm /b/.

Xét đến các phụ âm cuối của tiếng Việt, tất cả đều là âm đóng, vô thanh nên dễ hiểu là người Việt không có thói quen phát âm phụ âm cuối hay nhận biết rõ ràng sự khác biệt giữa âm cuối vô thanh và hữu thanh của tiếng Anh. Ví dụ như chúng ta thường khó nhận diện, phân biệt hai phụ âm cuối /d –t/ khi nghe cặp từ “bed – bet”. Tương tự, chúng ta có thể phát âm từ “pig” /pig/ không mấy khác biệt so với từ “pick” /pik/. Thêm vào đó, vì tiếng Việt không có phụ âm xát đứng cuối âm tiết nên người Việt thường bỏ qua, không phát âm phụ âm cuối này trong từ tiếng Anh. Ví dụ từ “leave” /li:v/ thường được người Việt đọc thành /li:/. Cũng chính điều này gây cho chúng ta khó khăn trong việc phát âm hậu tố “-s” theo cách thức phụ âm xát /s/ hoặc /z/ ở danh từ số nhiều của tiếng Anh.

Điểm làm cho hai hệ thống âm vị thêm phần khác biệt là tiếng Anh có các tổ hợp phụ âm ở vị trí đầu và cuối âm tiết trong khi tiếng Việt hầu như không có hiện tượng này. Do vậy, người Việt khá xa lạ với cách phát âm liên tiếp chuỗi phụ âm của tiếng Anh. Họ có xu hướng bỏ đi một hay hai phụ âm trong các chuỗi phụ âm là điều dễ hiểu. Ví dụ như với từ “next”, người học có thể mắc lỗi không phát âm phụ âm cuối /t/ hay phụ âm liền kề trước /s/. Ngoài ra, do bị ảnh hưởng cấu trúc âm tiết của tiếng Việt là luôn có nguyên âm giữa hai phụ âm, người học có thể phạm lỗi chèn thêm âm vị nguyên âm vào giữa chuỗi phụ âm. Ví dụ như từ “smell” /smel/ có thể được đọc lệch thành /səmel/.

Kết lại, theo như Bumpass (1963:13), khi nghe một thứ tiếng khác tiếng mẹ đẻ chúng ta hầu như rất khó nhận diện được những âm vị xa lạ. Chính vì vậy, những phụ âm đặc biệt hoặc không có âm tương đồng trong hai ngôn ngữ Anh-Việt có thể gây cho đối tượng người học của hai ngôn ngữ này nhiều khó khăn trong việc nghe và phát âm chúng. Một điều không thể tránh khỏi nữa là người học có xu hướng đưa thói quen phát âm âm vị của tiếng mẹ đẻ vào việc phát âm ngôn ngữ đích. Sự chuyển di này có thể gây cản trở cho việc phát âm chuẩn xác ngôn ngữ đích. Do vậy, khi giảng dạy hai ngôn ngữ trên, giáo viên cần chỉ rõ cho người học những âm vị phụ âm đặc biệt và hướng dẫn cụ thể cách thức phát âm chúng đồng thời chỉ rõ những lỗi giao thoa về phát âm có thể gây ra do sự ảnh hưởng tiêu cực từ tiếng mẹ đẻ.

Cụ thể với đối tượng người Việt học tiếng Anh, những âm vị phụ âm tiếng Anh khác lạ với tiếng Việt như /tʃ, dʒ, ð/cần được đặc biệt chú trọng. Chúng ta cần làm rõ các đặc điểm ngữ âm của những phụ âm này về phương thức cấu âm, vị trí cấu âm và tiếng thanh. Đồng thời người học cũng cần có sự so sánh những cặp phụ âm gần tương đồng để thấy rõ sự khác biệt, từ đó có thể tránh khỏi các lỗi phát âm do sự giao thoa các

đặc điểm ngữ âm, âm vị học của cặp phụ âm. Để làm được điều này một cách hiệu quả, ngoài minh họa trực tiếp từ giáo viên cần có hình ảnh trực quan thể hiện vị trí của các cơ quan cấu âm khi phát âm từng phụ âm cụ thể và các bài thực hành, luyện tập để hình thành thói quen phát âm đúng các phụ âm của ngôn ngữ đích.

NÂNG CAO KẾT QUẢ HỌC TẬP MÔN HỌC GIÁO DỤC THỂ CHẤT**Lê Văn Thảo, Nguyễn Minh Trung***Trung tâm GDTC-QP – Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM***TÓM TẮT:**

Bài viết này đề cập đến những vấn đề còn tồn tại và mâu thuẫn giữa chương trình giảng dạy môn học giáo dục thể chất tại trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh với nhu cầu thực tiễn của sinh viên cũng như xu thế chung của xã hội. Dựa trên kết quả khảo sát mức độ yêu thích môn học của sinh viên, kết hợp với quá trình quan sát trực tiếp, nghiên cứu tài liệu, tham khảo ý kiến của các chuyên gia. Chúng tôi đã xác định được những điểm còn tồn tại trong nội dung chương trình giảng dạy môn học này. Từ đó, chúng tôi đã đề xuất một số giải pháp, hướng đi mới cho môn Giáo dục Thể chất để cải tiến nội dung chương trình, phương pháp giảng dạy, đánh giá môn học này nhằm tạo được sự hấp dẫn, thoải mái và hiệu quả vốn có của môn học này.

Từ khóa: Công Nghiệp Thực Phẩm, Hội thảo khoa học, Chương trình môn học, Giáo dục thể chất.

Viết tắt:

BGD&ĐT	Bộ Giáo dục và Đào tạo
ĐH CNTP TP.HCM	Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh
GDTC	Giáo dục thể chất
GV	Giảng viên
SV	Sinh viên
TDTT	Thể dục thể thao
Th.S	Thạc sỹ
TT GDQP-TC	Trung tâm Giáo dục quốc phòng và Thể chất

1. MỞ ĐẦU:

Những năm qua, công tác giáo dục thể chất, thể dục, thể thao trong trường học chưa tương xứng với vị trí, vai trò, hiệu quả hoạt động chưa cao. Tầm vóc, thể lực của học sinh, sinh viên Việt Nam còn hạn chế so với các nước trong khu vực, thiếu và yếu kỹ năng tập luyện thể thao, chăm sóc sức khỏe, phòng tránh tai nạn thương tích. Nhiều vụ tai nạn đuối nước thương tâm đã xảy ra. Đây là những nhìn nhận của Bộ Giáo dục & Đào tạo trong buổi làm việc với phó thủ tướng chính phủ Vũ Đức Đam vào ngày 21/2/2017.

Kết quả học tập môn GDTC trong 3 năm học 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016 như sau [8]:

Bảng 1. Thống kê kết quả học tập môn GDTC

	GDTC 1	GDTC 2	GDTC 3	Σ	%
Giỏi	1022	1378	625	3.025	7.4
Khá	3897	4851	3989	12737	31.0
Trung bình	5559	5184	4388	15131	36.8
TB yếu	2258	2434	1453	6145	15.0
Kém	1216	2037	774	4027	9.8
Tổng:				41.065 sinh viên	

Có thể thấy rằng số lượng sinh viên có kết quả học tập đạt từ loại khá trở lên chiếm tỷ dưới 40%, trong khi đó số lượng sinh viên có kết quả học tập từ loại trung bình trở xuống chiếm trên 60%.

Các con số thống kê này chỉ ra rằng kết quả hoàn thành môn học này của SV trường ĐH CNTP TP.HCM là rất thấp, các SV có kết quả học tập đạt loại trung bình chiếm tỷ lệ cao nhất (36,8%), tỷ lệ giỏi thấp nhất với 7,4%, hơn 50% SV chỉ đạt loại trung bình và TB yếu.

Câu hỏi đặt ra là: Tại sao kết quả học tập môn GDTC của SV trường ĐH CNTP TP.HCM lại thấp đến như vậy?

Để trả lời câu hỏi này, chúng tôi đi sâu vào nghiên cứu những vấn đề sau:

1. Thực trạng môn học này về chương trình, đội ngũ giảng viên giảng dạy, thái độ học tập của SV, cơ sở vật chất đảm bảo môn học như thế nào?
2. Môn học GDTC phải thay đổi những gì và thay đổi từ đâu để cải thiện, nâng cao kết quả học tập của sinh viên?

2. THỰC TRẠNG MÔN HỌC:

2.1. Về đội ngũ GV: tổ bộ môn Giáo dục thể chất của trường hiện có 12 giảng viên cơ hữu trong đó có 11 giảng viên có trình độ Th.S (chiếm tỷ lệ 91%).

Số lượng giảng viên chuyên sâu ở các môn thể thao:

Môn	Số lượng GV	Tỷ lệ
Bơi lội	1	8,3%
Bóng rổ	1	8,3%

Cầu lông	1	8,3%
Điền kinh	1	8,3%
Bóng chuyền	4	33,2%
Võ thuật	1	8,3%
Khác	3	24,9%

2.2. Về cơ sở vật chất phục vụ môn học: khu vực sân bãi phục vụ cho môn GDTC khá chật hẹp, chưa đủ đáp ứng nhu cầu dạy và học. Chất lượng đường chạy, hố nhảy xa, sân bóng chuyền không đảm bảo, thường xuyên bị ngập khi trời mưa ảnh hưởng đến tiến trình giảng dạy. Về trang thiết bị dụng cụ phục vụ tập luyện thì gần như thiếu hoàn toàn, tổ bộ môn GDTC chỉ được trang bị một số dụng cụ cơ bản nhất để giảng dạy (lưới, quả bóng chuyền, đồng hồ bấm giây). Tranh ảnh minh họa để phục vụ giảng dạy là hoàn toàn không có.

2.3. Về nội dung chương trình: Từ năm 2005 đến nay nội dung của môn học này đã có sự thay đổi đáng kể, từ 3 nội dung là: Điền kinh, Thể dục và Bóng chuyền với hình thức bắt buộc đã tăng lên thành 5 nội dung là: Điền kinh, Thể dục, Bóng chuyền, Bơi lội, Cầu lông trong đó nội dung bắt buộc là Điền kinh và Thể dục [2, 9], SV được lựa chọn 1 trong 3 nội dung còn lại để tiếp tục học tập sau phần nội dung bắt buộc.

Tuy nhiên điều đáng chú ý ở đây là 2 nội dung là Điền kinh và Thể dục đã tồn tại trong chương trình giảng dạy suốt từ ngày đầu đến thời điểm hiện tại, trong khi đó ở chương trình giáo dục phổ thông đã có 2 nội dung này. Như vậy chương trình giảng dạy môn học Giáo dục thể chất của trường ta không khác gì so với các trường phổ thông thậm chí nội dung giảng dạy của trường ta còn ít hơn các trường phổ thông. Số lượng các môn tự chọn là chưa đủ so với nhu cầu của sinh viên. So với một số trường đại học khác trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, số lượng môn thể thao mà trường ta giảng dạy chỉ chiếm khoảng 30%

2.4. Thái độ học tập của SV: Qua quá trình quan sát, cũng như lên lớp trực tiếp. Chúng tôi thấy rằng đa số SV khi lên lớp đều không có hứng thú với môn học này. Các em lên lớp vì đây là một trong những môn bắt buộc, tinh thần tự giác học tập, rèn luyện là rất thấp, các em lên lớp chỉ để đủ điều kiện dự thi là chính.

Để tìm ra nguyên nhân vì sao SV có thái độ lên lớp như vậy, chúng tôi quyết định thực hiện thăm dò ý kiến của SV về môn học này. Với số lượng thăm dò là 1000 SV về các nội dung có liên quan đến môn học.

3. KẾT QUẢ THĂM DÒ Ý KIẾN SINH VIÊN:

Chúng tôi tiến hành phát phiếu khảo sát với đối tượng là các em sinh viên đang học tập môn GDTC 1 – 2 – 3 trong học kỳ 2 năm học 2016 – 2017. Với số lượng là 1000 SV. Một số kết quả đáng chú ý như sau:

Nội dung	Số phiếu lựa chọn trên 1000 phiếu	Tỷ lệ
Có hứng thú với môn học	180	18 %
Chương trình giảng dạy hiện tại phù hợp với nhu cầu	120	12 %
Chương trình giảng dạy hiện tại chưa phù hợp với nhu cầu	880	88 %
Hình thức học là bắt buộc	120	12 %
Hình thức học là tự chọn	798	79,8 %
Hình thức học là vừa bắt buộc vừa tự chọn	82	0,82 %
Giảng viên nhiệt tình, có kiến thức chuyên môn cao	763	76,3%
Điền kinh	57	0,57 %
Thể dục	24	0,24 %
Bơi lội	524	52,4 %
Bóng chuyền	498	49,8 %
Cầu lông	452	45,2 %
Bóng đá	425	42,5 %
Võ thuật	509	50,9 %
Bóng rổ	378	37,8 %
Đá cầu, cầu mây	127	12,7 %
Gym	254	25,4 %
Cờ vua, cờ tướng	119	11,9 %
Bóng ném	89	0,89 %

Tổ chức thi 2 lần (thi giữa kỳ và cuối kỳ)	112	11,2 %
Chỉ tổ chức thi cuối kỳ	888	88,8 %
Cơ sở vật chất, dụng cụ tập luyện chưa đảm bảo	795	79,5 %

4. KẾT LUẬN:**4.1. Về thực trạng môn học:****4.1.1. Về chương trình môn học:**

Từ kết quả thăm dò ý kiến của SV thấy được rằng nội dung chương trình giảng dạy môn học GDTC hiện tại là chưa phù hợp (88 %), chưa đáp ứng được nhu cầu của SV. Chỉ có 18% SV có hứng thú với môn học, 2 nội dung giảng dạy là Điền kinh và Thể dục không được SV ủng hộ cao (0,57 % và 0,24 %). Các môn thể thao như Bóng chuyền, Bóng đá, Bóng rổ, Cầu lông, Bơi lội, Võ thuật được SV lựa chọn nhiều nhất với tỷ lệ từ 35% trở lên. Hình thức môn học theo hướng tự chọn được SV ủng hộ nhiều hơn. Đa số các em lựa chọn phương án chỉ tổ chức 1 lần thi cuối kỳ.

Như vậy đa số các SV đều cho rằng chương trình môn học GDTC đang hiện hành không phù hợp với nhu cầu của các em. Nội dung môn học không được các em quan tâm cao là Điền kinh và Thể dục, hiện tại môn học này tổ chức 2 lần thi (giữa kỳ và cuối kỳ) cũng không được sự đồng tình cao.

4.1.2. Về đội ngũ giảng viên:

Với tỷ lệ 91% GV có trình độ Th.S, chuyên môn tương đối phong phú, đội ngũ giảng viên giảng dạy môn học GDTC có đủ khả năng để giảng dạy môn học này. Tuy nhiên, mật độ phân bố về trình độ chuyên sâu chưa đồng đều (tỷ lệ giảng viên chuyên sâu ở các môn Bơi lội, Bóng rổ, Cầu lông, Võ thuật và các môn khác là khá ít trong khi số lượng giảng viên chuyên sâu về Bóng chuyền thì lại tương đối nhiều 33,2%)

4.1.3. Về cơ sở vật chất, dụng cụ tập luyện:

Chất lượng sân bãi, đường chạy không đảm bảo an toàn cho quá trình dạy và học, diện tích sân tuy lớn nhưng không sử dụng được nhiều do mặt bằng là thuê mượn, sân tập, đường chạy bị tận dụng phục vụ thêm cho nhiều mục đích khác, thời gian sử dụng bị lệ thuộc vào chủ mặt bằng.

Những điều này làm cho SV cảm thấy ít hứng thú với môn học, kết quả học tập, rèn luyện còn thấp. Vì vậy bộ môn GDTC cần nghiên cứu điều chỉnh lại nội dung chương trình giảng dạy, đề xuất đầu tư về cơ sở vật chất, dụng cụ, mặt bằng tập luyện, tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn cho các GV nâng cao khả năng giảng dạy đa nội dung.

5. MỘT SỐ GIẢI PHÁP:

5.1. Về chương trình môn học:

Nghiên cứu, biên soạn chương trình môn học mới theo hướng các nội dung tự chọn. Theo tỷ lệ phiếu thăm dò nên biên soạn chương trình gồm 5 nội dung tự chọn đó là: Bơi lội, Bóng đá, Cầu lông, Bóng chuyền, Võ thuật. Thiết kế lại hệ thống đánh giá môn học, nên đánh giá kết quả môn học theo hướng đánh giá sự nỗ lực của SV nhiều hơn là năng lực về chuyên môn.

5.2. Về đội ngũ giảng viên:

Bộ môn GDTC cần thường xuyên tổ chức tập huấn, bồi dưỡng về kiến thức, kỹ năng thực hành chuyên sâu của các nội dung giảng dạy cho các GV để mỗi GV đều có thể đảm nhiệm tốt nhiều nội dung giảng dạy khác nhau ngoài nội dung chuyên sâu của mình.

5.3. Về cơ sở vật chất, dụng cụ tập luyện:

Lãnh đạo TT GDQP – TC, bộ môn GDTC cần nghiên cứu, đề xuất với Ban giám hiệu nhà trường một số phương án khả thi như cải tạo, tận dụng cơ sở Dạ Phi Cơ, liên hệ thuê mướn sân bãi, nhà thi đấu khác có chất lượng đảm bảo hơn để phục vụ cho nhu cầu học tập, rèn luyện của SV.

5.4. Các giải pháp khác:

Thường xuyên phối hợp với các Đoàn Thanh Niên, Ban Chấp Hành Đoàn Trường tổ chức các giải thi đấu thể thao tạo phong trào thi đua rèn luyện, nâng cao nhận thức tập luyện thể dục thể thao thường xuyên cho SV toàn trường.

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP TỔ CHỨC GIẢNG DẠY
GIÁO DỤC QUỐC PHÒNG – AN NINH CHO SINH VIÊN TRƯỜNG
ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Bùi Minh Thuận

Trung tâm GDTC-QP – Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

TÓM TẮT

Giáo dục Quốc phòng và An ninh là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước trong xây dựng nền quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân; là một bộ phận của nền giáo dục quốc dân, giữ vị trí đặc biệt quan trọng trong công tác Quốc phòng của Đảng, được pháp luật quy định là môn học chính khóa trong các nhà trường từ Trung học phổ thông đến Đại học. Vì vậy, vấn đề đổi mới phương pháp tổ chức giảng dạy môn học Giáo dục Quốc phòng và An ninh cho sinh viên trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay là yêu cầu khách quan và cần thiết, nhằm giáo dục nhân cách, đạo đức cách mạng, bồi đắp lòng yêu nước, tính kỷ luật cho sinh viên, xây dựng và bảo vệ vững chắc Tổ quốc; thiết thực nâng cao chất lượng giáo dục toàn diện của nhà trường trong bối cảnh hội nhập.

ABSTRACT

National defense and security education is a great policy of the Party and the State in building of the entire people's defense and people's security; is a part of the national education system, which holds a particularly important position in the defense work of the Party; Is the main course of study from high school to college. Therefore, the innovation of teaching methodology for Defense Education and Security Education for students of Ho Chi Minh City University of Food Industry is an objective and necessary requirement, to educate personality, morality revolution, deepening patriotism, and discipline for students, building and defending the motherland; Practically improve the quality of comprehensive education of the school in the context of integration.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngay sau khi đất nước giành được độc lập tháng 9/1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã gửi thư cho học sinh nhân ngày khai trường: “Đối với các em lớn, tôi khuyên thêm một điều này: chúng ta đã đánh đuổi bọn thực dân Pháp và giành được độc lập, nhưng chúng còn lăm le quay lại, tất nhiên chúng sẽ bị đánh bại, vì tất cả quốc dân ta đoàn kết một lòng chiến đấu cho giang sơn Tổ quốc. Phải sẵn sàng chống quân cướp nước, đây là bổn phận của mỗi công dân. Các em nên ngoài giờ học tham gia vào các Hội cứu quốc quân để tập làm quen với đời sống chiến sĩ, giúp đỡ một vài việc nhẹ nhàng trong công cuộc phòng thủ đất nước” [1]. Người đã thể hiện rõ tư tưởng giáo dục ý thức công dân trong bảo vệ nền độc lập, tự do của Tổ quốc, đó cũng chính là truyền thống, là văn hóa nòng cốt, là quy luật trường tồn “Dựng nước phải đi đôi với giữ nước” từ thuở sơ khai của lịch sử dân tộc Việt Nam bất khuất, kiên cường.

Thực hiện giáo huấn của Bác, để phát huy nhân tố chính trị tinh thần, huy động sức mạnh tổng hợp của toàn dân, của cả hệ thống chính trị bảo vệ vững chắc Tổ quốc,

vấn đề Giáo dục Quốc phòng và An ninh (GD QP.AN) luôn được Đảng, Nhà nước đặc biệt quan tâm, cụ thể hóa bằng nhiều văn bản pháp luật. Nhất là thời gian gần đây, trong bối cảnh diễn biến phức tạp, khó lường của tình hình thế giới; các thế lực phản động ráo riết thực hiện âm mưu “Diễn biến hòa bình”, bạo loạn lật đổ chống phá Việt Nam, các vấn đề về an ninh phi truyền thống thách thức. Ngày 03 tháng 5 năm 2007, Bộ Chính trị ban hành Chỉ thị số 12-CT/TW, của về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác GD QP.AN trong tình hình mới. Nghị định 116/NĐ-CP ngày 10 tháng 7 năm 2007 của Chính phủ về “Giáo dục quốc phòng - an ninh”, coi đó là môn học chính khóa từ bậc trung học phổ thông đến đại học và các trường chính trị, hành chính, đoàn thể [2]. Tại Luật Quốc phòng năm 2005, chương III quy định GD QP.AN là môn học chính khóa trong các nhà trường từ cấp Trung học phổ thông, kiến thức quốc phòng là tiêu chuẩn bắt buộc đối với người giữ chức vụ lãnh đạo, quản lý trong cơ quan, tổ chức [3]. Luật GD QP.AN năm 2013 cũng xác định: “Giáo dục Quốc phòng và An ninh là trách nhiệm của hệ thống chính trị và toàn dân, trong đó Nhà nước giữ vai trò chủ đạo” [4]. Mới nhất là Thông tư số 03/2017/TT-BGDĐT ngày 13 tháng 01 năm 2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo tiếp tục khẳng định GD QP.AN cho học sinh, sinh viên trong các trường là môn học chính khóa và ban hành khung chương trình đáp ứng yêu cầu giảng dạy, học tập trong tình hình mới, hiệu lực thi hành từ 01/3/2017.

2. NỘI DUNG

2.1. Thực trạng phương pháp tổ chức giảng dạy Giáo dục Quốc phòng và An ninh cho sinh viên trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh

Thực trạng về nội dung chương trình môn học: Hiện Trường đang áp dụng Thông tư số 31/2012/TT-BGDĐT, ngày 12 tháng 9 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Chương trình GD QP.AN, gồm 3 học phần, thời lượng 8 tín chỉ. Học phần 1: Đường lối Quân sự của Đảng: 3 tín chỉ; học phần 2: Công tác Quốc phòng, an ninh: 2 tín chỉ; học phần 3: Quân sự chung và chiến thuật, kỹ thuật bắn súng tiêu liên AK (CKC): 3 tín chỉ. Lộ trình năm học 2017-2018 sẽ vận dụng Thông tư 03 sau khi tập huấn thống nhất chương trình toàn quốc theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Ngay sau khi Thông tư 31 có hiệu lực, từ năm 2012 Trường đã chuẩn hóa chương trình, cụ thể hóa nội dung, ổn định giảng dạy và học tập. Qua 5 năm vận hành Thông tư 31, hiệu quả giáo dục môn học từng bước được khẳng định. Về nhận thức, sinh viên có kiến thức cơ bản về đường lối quân sự của Đảng trong sự nghiệp bảo vệ Tổ quốc; các quan điểm của Đảng về xây dựng nền quốc phòng toàn dân, chiến tranh nhân dân; xây dựng lực lượng vũ trang nhân dân, chống âm mưu “Diễn biến hòa bình” bạo loạn lật đổ

của các thế lực thù địch chống phá Việt Nam, có ý thức bảo vệ an ninh quốc gia, phòng, chống tội phạm, tệ nạn xã hội. *Về kỹ năng:* Thuần thực các kỹ năng quân sự cần thiết, chiến thuật cá nhân, phòng tránh bom đạn, biết lợi dụng địa hình địa vật trong chiến đấu; sử dụng thành thạo một số vũ khí bộ binh, như: súng AK, CKC. *Về thái độ:* Rèn luyện phẩm chất, bản lĩnh chính trị vững vàng, yêu nước, yêu CNXH; xây dựng nếp sống có kỷ cương và tác phong quân đội, có tinh thần tập thể, ý thức cộng đồng ngay tại trường, lớp và sau khi tốt nghiệp.

Thực trạng về đội ngũ: Hiện trường có 6 giảng viên cả cơ hữu và khoán giảng, trong đó, cấp tá (sĩ quan Lục quân) có 5 giảng viên; cấp úy (Bộ đội Biên phòng) có 1 giảng viên; tất cả đều đạt trình độ chuẩn giảng dạy bậc đại học, đã tham gia giảng dạy nhiều trường trong quân đội và các trường đại học, giàu kinh nghiệm, đáp ứng tốt cả yêu cầu lý luận và thực tiễn, thậm chí có giảng viên từng tham gia kháng chiến chống Mỹ và chiến tranh biên giới Tây Nam. Do vậy bài giảng luôn có sức lôi cuốn, minh chứng sống động, sinh viên dễ nhớ, dễ hiểu, các đợt thi, kiểm tra đều đạt chất lượng tốt, tỷ lệ qua môn học đạt 98,5%. Không chỉ truyền đạt kiến thức, các giảng viên GD QP.AN còn là tấm gương về sự mẫu mực, chuyên tâm, xung kích phát huy truyền thống, cống hiến tài năng, xứng danh Bộ đội Cụ Hồ trên mặt trận chính trị tinh thần.

Thực trạng về phương pháp giảng dạy, giảng viên đã bám sát yêu cầu của môn học, gắn lý luận với thực tiễn, các hoạt động quốc phòng an ninh được cập nhật sinh động, tránh sự hàn lâm, khô cứng của giáo trình. Đã gọi mở, tạo hứng thú học tập cho sinh viên, tích cực nắm bắt kiến thức mới, gắn bài giảng với thực tiễn hoạt động của Quân đội nhân dân và Công an nhân dân. Do là môn học đặc thù, không tích hợp với môn học khác, cho nên giảng viên chủ yếu sử dụng phương pháp thuyết giảng là công cụ hữu hiệu để truyền đạt kiến thức chung như: khái niệm, nhiệm vụ, phương pháp, quan điểm của Đảng ta, kỹ thuật bắn súng... kết hợp với máy chiếu, âm thanh, hình ảnh, ôn tập, thảo luận, kết luận... chứ chưa thực sự phong phú, linh hoạt về phương pháp. Dù là học chính khóa nhưng là môn chung, tâm lý sinh viên cho rằng không phải môn chuyên ngành, bố trí lớp đông khi mới nhập học, giảm sự quản lý giảng dạy của giảng viên, ảnh hưởng tới chất lượng giảng dạy, thậm chí sinh viên sớm bị “gây mê”, làm việc riêng, nhàm chán và “lướt” smartphone.

Thực trạng về cơ sở vật chất, thao trường, bãi tập: Hiện Trường có đủ trang bị cho nội dung thực hành. Có đủ số súng tiểu liên AK, CKC theo quy định và trung liên RPD, súng diệt tăng B41, hệ thống bia ngắm bắn, bạt trải tháo lắp súng, bản đồ... Dù đảm bảo yêu cầu giảng dạy và thực hành, nhưng vẫn chưa thể đáp ứng tình hình thực tế,

bởi tần suất khai thác, sử dụng vũ khí, trang bị tăng, một số vật dụng, vũ khí xuống cấp do thực hành liên tục, lại không được khắc phục kịp thời phải chờ hết học kỳ, đã phần nào ảnh hưởng đến chất lượng học tập.

Về sân tập, thời điểm hiện tại môn học GD QP.AN phần thực hành phải thuê sân Quận đội Tân Phú. Quận đội cũng khai thác sân hết công suất nên thường xuyên quá tải, chất lượng học tập không đảm bảo. Hiện Trường đã có sân dạ phi cơ giao cho Trung tâm Giáo dục Quốc phòng và Thể chất quản lý, song chưa được khai thác sử dụng tốt cho môn học GD QP.AN. Dự kiến từ năm học 2017-2018 sân dạ phi cơ sẽ được sử dụng cho thực hành GD QP.AN, là điều kiện thuận lợi nâng cao chất lượng toàn diện môn học GD QP-AN.

Thực trạng về hệ thống câu hỏi trắc nghiệm: Trung tâm Giáo dục Quốc phòng và Thể chất đã xúc tiến chỉnh sửa, cập nhật, bổ sung hệ thống ngân hàng câu hỏi trắc nghiệm. Học phần Đường lối Quân sự của Đảng được 579 câu, học phần Công tác Quốc phòng An ninh được 544 câu, đưa vào sử dụng từ cuối học kỳ 2 năm học 2016-2017. Khẳng định đây là hệ thống câu hỏi được tập trung trí tuệ tốt nhất của các giảng viên kể từ khi thành lập Trung tâm đến nay: cập nhật sinh động về đời sống quốc phòng và an ninh, phong phú cả lý luận và thực tiễn, nhất là các vấn đề về biên giới, chủ quyền lãnh thổ của Tổ quốc; tình hình biển Đông; chống âm mưu “Diễn biến hòa bình”; tự diễn biến, tự chuyển hóa, các vấn đề về dân tộc, tôn giáo... được lồng ghép trong bài giảng và bổ sung phong phú ngân hàng câu hỏi trắc nghiệm.

2.2. Giải pháp đổi mới phương pháp tổ chức giảng dạy Giáo dục Quốc phòng và An ninh cho sinh viên trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh

Về đội ngũ: theo sắp xếp biên chế hiện nay thì cơ bản ổn định, đáp ứng yêu cầu giảng dạy của nhà trường, phát huy được năng lực của từng giảng viên, đảm bảo tốt nội dung chương trình và tiến độ đào tạo của nhà trường. Tuy nhiên vẫn còn thiếu một chức danh là tổ trưởng bộ môn Giáo dục Quốc phòng An ninh, theo biên chế là có chức danh này. Vị trí này là cần thiết, là đầu việc của bộ môn: nắm vững chủ trương của Đảng và luật pháp, về chuyên môn giảng dạy tốt cả lý thuyết lẫn thực hành, biết xác định mục tiêu chương trình, chuẩn đề cương, kế hoạch (giáo án), làm đề nghị đề thi, biết kỹ thuật làm câu hỏi trắc nghiệm, là người có tâm có tầm để quản lý nâng cao chất lượng môn học, giúp Trung tâm Giáo dục Quốc phòng và Thể chất hoàn thành tốt nhiệm vụ.

Chuẩn bị tốt bài giảng, linh hoạt phương pháp giảng dạy và tài liệu bổ sung.

Do là môn học đặc thù, không tích hợp với môn học khác, cho nên giảng dạy Quốc phòng An ninh không thể thiếu phương pháp truyền thống: thuyết giảng, vì phải chuyển tải nội dung cơ bản như: khái niệm, nguyên tắc, biện pháp, quan điểm của Đảng... mọi vấn đề phải được phân tích, chứng minh. Ví dụ: nguyên tắc lãnh đạo của Đảng đối với Quân đội nhân dân là “*Tuyệt đối, trực tiếp về mọi mặt*”. Vậy thế nào là tuyệt đối, là trực tiếp, là về mọi mặt thì phải làm rõ, tức là giảng giải, chứng minh thực tế, như: hiện nay đồng chí nào là Bí thư Quân ủy Trung ương, đồng chí nào là Phó Bí thư Quân ủy Trung ương, “Tuyệt đối” nghĩa là đảm bảo duy nhất chỉ có sự lãnh đạo của Đảng đối với Quân đội nhân dân, không chia sẻ quyền lực... Nhưng nếu chỉ sử dụng phương pháp một chiều này thì sinh viên dễ thụ động, nhàm chán là khó tránh khỏi, đòi hỏi phải kết hợp tốt các phương pháp, như: nêu giả thiết, thảo luận nhóm, thuyết trình, viết tiểu luận, bài thu hoạch.... Song song đó, giảng viên phải sử dụng tốt các thiết bị kỹ thuật trợ giảng hiện đại: bài giảng powerpoint, slide bắt mắt, hiệu ứng phù hợp, điều khiển slide từ xa, micro không dây, chuột không dây, loa bluetooth, máy chiếu..., sẽ kích thích tư duy sáng tạo, tự thân học tập cho sinh viên. Như Francis Bacon (“Phorăngxít Bêcon”, 1561 - 1626), nhà triết học người Anh, bậc thầy của chủ nghĩa kinh nghiệm và phương pháp khoa học từng khẳng định: “*Phương pháp là ngọn đuốc soi đường cho lý hành đi trong đêm tối*” [5]. Ngoài ra, cần có tư liệu chọn lọc, bổ sung, lấy ví dụ thực tế, những mẫu chuyện hay để tạo sự hưng phấn, chú ý cho sinh viên. Nó cần thiết như những gia vị trên bàn ăn nhiều món hấp dẫn vậy. Kiến thức QP.AN sẽ nhẹ nhàng lắng lại tâm thức, tư duy của sinh viên, tức là mục đích của bài giảng thành công.

Thường xuyên đặt câu hỏi hoặc tạo tình huống quân sự: Để khơi dậy tư duy sáng tạo, khám phá cho sinh viên, thực chất là giảng viên đặt ra những vấn đề, tình huống khác nhau, tạo ra những mâu thuẫn trong quá trình nhận thức của người học, có sự logic, lôi cuốn sự suy nghĩ, “ghim” kiến thức QP.AN vào sinh viên. Dĩ nhiên, tùy nội dung bài giảng, cần có phương pháp thích hợp, thì bài giảng không gò ép mà vẫn sinh động, hấp dẫn. Ví dụ: *Từ quan điểm chủ nghĩa Mác – Lênin về Chiến tranh, sinh viên làm rõ ở Việt Nam hiện nay còn nguy cơ xảy ra xung đột hoặc chiến tranh không, nêu nguyên nhân, tại sao?* Đây là câu hỏi khó, gắn lý luận Mác – Lênin với thực tiễn, đòi hỏi sinh viên phải làm việc nhóm mới làm sáng tỏ được vấn đề.

Đổi mới phương pháp giảng dạy thực chất là lấy người học làm trung tâm, tức là khơi dậy ý thức tự thân vận động, tự học, tự suy nghĩ của người học, chuyển hóa mềm từ học tập, đào tạo sang tự đào tạo. Giảng viên tạo tình huống, đặt vấn đề dưới dạng câu hỏi, bài tập để sinh viên tự giải quyết. Như vậy, kiến thức không chỉ là mục đích, mà

còn là phương tiện tư duy sáng tạo hiệu quả bởi tính tự do tư tưởng, tức là “*Phải nêu cao tác phong độc lập suy nghĩ và phải tự do tư tưởng*” mà Chủ tịch Hồ Chí Minh đã dạy [6].

Sử dụng tốt các phương tiện, thiết bị giảng dạy quốc phòng: Đối với phần lý thuyết cần sử dụng tốt các phương tiện hỗ trợ giảng dạy, nghe, nhìn, biểu đồ, bảng viết để minh họa, máy chiếu, phim hỗ trợ, video clip... để tăng cường trực quan sinh động, hỗ trợ kiến thức. Giảng viên phải đáp ứng được yêu cầu sử dụng máy tính cơ bản, tận dụng tốt công nghệ hiện đại trong nghe - nhìn của cách mạng công nghiệp 4.0 là một lợi thế lớn.

Đối với phần thực hành, cần tăng cường trang bị dụng cụ giảng dạy và học tập để sinh viên thực hiện thuần thục các động tác cơ bản trên thao trường, sử dụng tốt bản đồ địa hình quân sự, kỹ năng tháo lắp, sử dụng thông thường vũ khí bộ binh và ngắm bắn mục tiêu, như: bia tập ngắm bắn các loại, các thiết bị vật liệu nổ, bạt trải thực hành, giá đỡ bản đồ. Trung tâm cần khai thác sử dụng 2 bộ máy bắn tập MBT03 hiện đại (do Học viện Kỹ thuật Quân sự, Bộ Quốc phòng Việt Nam sản xuất) của nhà Trường để kiểm tra kỹ năng bắn súng của sinh viên, theo yêu cầu logic phần thực hành chiến đấu là: lợi dụng địa hình địa vật (vật che khuất, che đỡ), áp dụng các tư thế vận động (lăn, lê, bò, trườn), vận dụng các tư thế, động tác bắn (nằm bắn, quỳ bắn, đứng bắn), dùng kỹ thuật ngắm bắn tiêu diệt mục tiêu, tức là hoàn thành nhiệm vụ và kết thúc học phần thực hành.

Học phải đi đôi với hành, gắn bài học với các buổi tham quan ngoại khóa sẽ vô cùng bổ ích và ghi nhớ kiến thức cho sinh viên. Tổ chức 100% sinh viên học tập ngoại khóa tại địa chỉ đỏ: Bảo tàng chứng tích chiến tranh; Dinh Độc Lập; Địa đạo Củ Chi; Bến Nhà Rồng... và các đơn vị quân đội. Sau đợt ngoại khóa sinh viên phải có bài thu hoạch, coi đó là điều kiện hoàn thành môn học GD QP.AN theo Thông tư 03 của Bộ Giáo dục và Đào tạo mới ban hành.

Cùng với học ngoại khóa, trường nên có phòng trưng bày tham quan mô hình, học cụ cho sinh viên để mở rộng kiến thức thực tế, bao gồm mô hình địa hình, địa bàn, tranh ảnh các loại về chiến tranh nhân dân bảo vệ Tổ quốc, các loại vũ khí chiến trường, những nhân vật anh hùng lịch sử dân tộc... để hỗ trợ kiến thức quốc phòng, giúp sinh viên hiểu hơn về văn hóa, truyền thống chống ngoại xâm của dân tộc mà chính bởi họ đang tự làm nghèo kiến thức nhà trường bởi công nghệ game online, tiêu khiển trong kỷ nguyên số hóa. Ngoài ra, nên thường xuyên tổ chức sự kiện: hội thi, hội thao, hội

thảo hoặc hội trại kết hợp sinh hoạt truyền thống cho sinh viên ở cấp trường hoặc theo từng lớp.

Chia lớp theo nhóm để ôn tập, thảo luận và thực hành, xử lý tình huống: Để đảm bảo chất lượng giảng dạy, theo quy định của Thông tư 18/2015/TTLB-BGDĐT-BLDTBXH ngày 08 tháng 9 năm 2015 nên bố trí các lớp học lý thuyết không quá 150 sinh viên, lớp thực hành không quá 40 sinh viên. Đối với phần lý thuyết nên chia lớp theo nhóm nhỏ, bàn học trước quay lại bàn học sau là thành nhóm thảo luận theo yêu cầu của giảng viên. Đối với phần thực hành trên sân bãi, lấy lớp học làm đại đội để hạ khoa mục, sau đó quy định khu vực luyện tập, từng người tự nghiên cứu động tác rồi ghép lại luyện tập chung theo phân đội, tiểu đội. Đây là cách làm hiệu quả mà các Học viện, nhà trường trong quân đội áp dụng, được soạn thành sách, giáo án quán triệt huấn luyện toàn quân [7].

Duy trì chế độ điểm danh thường xuyên, là công cụ “đắc lực” duy trì quân số, quản lý chất lượng môn học, sinh viên chỉ được phép vắng 20% thời lượng môn học, nếu quá phải để học lại. Thực tế cho thấy, lúc mới nhập học sinh viên đi học đầy đủ, hăng hái phát biểu xây dựng bài. Tuy nhiên, từ học kỳ 2 khi đã “tò đường đi lối về” thì nhiều sinh viên vắng học vì: học thêm, làm thêm, nhà có việc, “bệnh”... chỉ khi thi và kiểm tra mới có mặt. Đây là nghịch lý, sẽ khó đạt mục tiêu xây dựng nền QP.AN toàn dân theo chủ trương của Đảng và nâng cao chất lượng giáo dục toàn diện của nhà Trường.

Giảng viên thường xuyên trao đổi, trò chuyện với sinh viên, làm tốt công tác tư tưởng, tạo không khí thân mật, gần gũi, qua đó mới hiểu được tâm tư nguyện vọng của sinh viên. Có một thực tế là sinh viên rất sợ các thầy quốc phòng nhưng lại rất muốn được tiếp xúc trao đổi, trò chuyện để hiểu thêm kiến thức ngoài sách vở. Rõ ràng đây là cách làm hay, bổ sung kiến thức cho sinh viên, những vấn đề mà trong lớp sinh viên ngại hỏi.

Giảng viên là bộ mặt của nhà trường, là người tiếp xúc đầu tiên đối với tân sinh viên, dạy môn GD QP.AN đầu khóa, được “mở hàng” sớm hơn các Khoa đào tạo, mà cái cảm giác đầu tiên bao giờ cũng ấn tượng, khó phai, đây là một lợi thế để giảng viên GD QP.AN truyền đạt kiến thức quốc phòng, nếp sống kỷ luật và tác phong quân đội, chính là lúc công tác giáo dục chính trị tinh thần cho sinh viên phát huy hiệu quả, viên gạch đầu tiên của nền móng quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân vững chắc từ đây.

3. KẾT LUẬN

Đổi mới phương pháp tổ chức giảng dạy GD QP.AN cho sinh viên nhà trường thực chất là phát huy tính tự thân học tập của sinh viên, xác định động cơ học tập là cho chính mình để tự khám phá kiến thức lĩnh vực Quốc phòng và An ninh và kỹ năng quân sự cần thiết, phòng khi đất nước có chiến tranh, do đó chỉ có học tập từ bây giờ là con đường duy nhất. Học Quốc phòng và An ninh là hiểu lĩnh vực mới về khoa học nhân văn quân sự. Như mọi môn học khác, nó quan trọng và cần thiết như việc học lái xe vậy, phải học thực sự cho chính mình, tính mạng của mình và giúp ích cho xã hội, để vững lái chuyển xe cuộc đời trong dòng chảy phát triển không ngừng của nhân loại. Muốn vậy, đổi mới phương pháp tổ chức giảng dạy môn học GD QP.AN phải hướng đến gợi mở cho sinh viên cách học tập hiệu quả, cách xử lý từng vấn đề, từng tình huống quân sự quốc phòng, cách khai thác tốt công nghệ hỗ trợ hiện đại, tức là phải có phương pháp học tập hiệu quả. Nói như René Descartes ("*Rơ-nê Đê-các*", 1596 - 1650), nhà toán học người Pháp, cha đẻ của triết học hiện đại thì: "*Suy cho cùng thì người này hơn người kia là ở phương pháp*".

Song song đó phải là tâm thế của giảng viên, là ngôn ngữ, cử chỉ và hành động, cùng với tinh thần trách nhiệm, tâm huyết, kết hợp nhuần nhuyễn các phương pháp, vừa nghệ thuật vừa khoa học thì chắc chắn chất lượng môn học giáo dục quốc phòng an ninh sẽ không ngừng nâng cao.

Tóm lại, có thể áp dụng một số phương pháp dạy học tích cực cho môn học GD QP.AN là:

- Phương pháp thảo luận nhóm, làm tiểu luận, thuyết trình áp dụng các học phần lý thuyết học trong giảng đường.
- Phương pháp tranh luận, chia lớp theo tiểu đội thực hành áp dụng ở phần quân sự chung.
- Phương pháp nêu tình huống giả định và đóng vai áp dụng ở phần kỹ thuật, chiến thuật.

Với tiềm năng và thế mạnh của nhà trường, với trình độ và kinh nghiệm của đội ngũ giảng viên GD QP.AN như hiện nay và mặt bằng dân trí cao của xã hội học tập hiện đại, công nghệ hỗ trợ hiện đại, cùng với sự quan tâm của Ban Giám hiệu, sự phối hợp tốt của các Phòng, Ban nhà trường, tin tưởng chắc chắn rằng môn học GD QP.AN sẽ được đổi mới nâng cao chất lượng toàn diện, đặt nền móng quốc phòng toàn dân, an ninh nhân dân vững chắc, góp phần để trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh hội nhập và phát triển.

SỰ LỰA CHỌN VÙNG ĐẤT TÂY NINH ĐỂ KHAI ĐẠO CAO ĐÀI

Trương Thanh Quỳnh Thư, Đinh Thiện Phương

Khoa QTKD&DL, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM

TÓM TẮT

Đạo Cao Đài ra đời vào năm 1926, được sáng lập bởi ông Ngô Văn Chiêu, Cao Quỳnh Cư, Phạm Công Tắc, Cao Hoài Sang, trụ sở Trung ương Hội thánh đặt tại Tòa thánh Tây Ninh. Sau gần 100 năm hình thành, đến nay, đạo Cao Đài đã phát triển mạnh mẽ và có 9 chi phái được nhà nước công nhận tư cách pháp nhân. Đạo Cao Đài là một tôn giáo mới, vì vậy rất có sức thu hút đối với những nhà nghiên cứu và khách du lịch. Những công trình viết về đạo Cao Đài, chủ yếu tìm hiểu về giáo lý, lễ nghi, đời sống của các tín đồ...chưa có nhiều công trình đề cập đến lý do lựa chọn vùng đất Tây Ninh để khai đạo. Với mong muốn cung cấp thêm một số tư liệu mới cho những người làm du lịch, đặc biệt là hướng dẫn viên tuyến Củ Chi – Tây Ninh, chúng tôi nghiên cứu về đề tài “Sự lựa chọn vùng đất Tây Ninh để khai đạo Cao Đài”. Trong bài nghiên cứu này, chúng tôi tìm hiểu lý do vì sao những người sáng lập đạo Cao Đài chọn vùng đất Tây Ninh để làm nơi khai đạo, qua đó, thấy được tầm nhìn của những vị sáng lập đạo. Những yếu tố mà chúng tôi phân tích bao gồm: vị trí địa lý Tây Ninh, điều kiện tự nhiên của tỉnh Tây Ninh, đặc điểm dân cư ở Tây Ninh, nhu cầu tâm linh của người dân Tây Ninh.

Để thực hiện việc nghiên cứu, chúng tôi sử dụng nhóm phương pháp định tính với các phương pháp chủ yếu sau: phương pháp bản đồ học, phương pháp điền dã nhân học, phương pháp quan sát tham dự.

1. Vị trí địa lý Tây Ninh

Cho đến nay, chưa có nhiều công trình bàn tới vấn đề thiết định vị trí tòa thánh Cao Đài Tây Ninh. Một số học giả đã cho rằng do riêng mỗi thân hữu mà các vị sáng lập đã về đây dựng đạo, cụ thể là mối quan hệ với sư cụ chùa Gò Kén. Một số học giả khác cho rằng, Tây Ninh là đất thiêng, nơi có Núi Bà Đen, nhưng chỉ nhìn nhận như vậy mà thiêng chỗ nào không thấy bàn đến, thì chưa đủ để nói lên vị thế địa lý của tòa thánh: trong mối tương quan nội vi Tây Ninh và mở rộng ra toàn vùng Đông Nam Bộ, liên hợp với cả Campuchia, Thái Lan và Lào.

Tây Ninh xét về vị trí địa lý có vai trò chiến lược trong tất cả lĩnh vực.

Thứ nhất, Tây Ninh về phía nam giáp Long An, Sài Gòn. Giáp Long An cho nên có thể dễ dàng chuyển vận lương thực, cây trái từ Tây Nam Bộ lên, đặc biệt Mỹ Tho, Cần Thơ là vựa gạo lớn nhất khu vực. Giáp Sài Gòn chỉ hơn 60 dặm, ô tô đi hết nửa ngày, xe đạp đi hết một ngày, ngựa có thể đi hai ngày là tới Sài Gòn, Tây Ninh không quá xa Sài Gòn để mất hẳn ánh sáng văn minh đô thị, cũng không quá gần Sài Gòn để nhiễm tạp ô khí trần tục. Và lại, Tây Ninh là vùng khuất kín cả bốn phía, nên sự xâm phạm sau này nếu có cũng chậm hơn, hạn chế hơn.

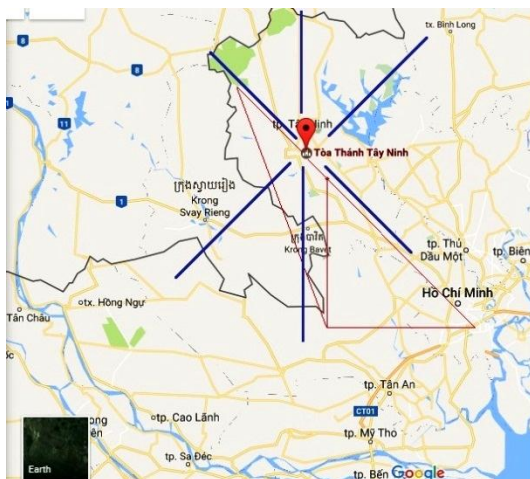
Thứ hai, Tây Ninh về phía Tây và Bắc giáp Campuchia, có hai cửa khẩu thông qua nước bạn. Bây giờ ta thấy biên giới hai nước đã rõ rệt, muốn qua lại thì phải có giấy

tờ thông hành, nhưng 100 năm trước vùng này còn khá hoang sơ, dân Việt với dân Miên qua lại dễ dàng, nên sau này có rất nhiều người Miên đã tham gia vào xây dựng công trình Tòa thánh Cao Đài, lập gia đình hoặc đem gia đình sang và sống luôn lại Tây Ninh.

Do hai cửa khẩu đó mà việc truyền đạo cho bộ phận người Cao Miên chắc chắn được thuận tiện hơn. Nếu việc truyền đạo thành công thì xây dựng các giáo khu ngay tại Cao Miên và dễ dàng mở lên Lào, sang Thái Lan bằng đường bộ; nhược bằng không thành công, thì vẫn giữ vững được nội lực. Đó là suy nghĩ rất độc đáo và cũng rất quốc tế của những vị sáng lập Cao Đài, suy nghĩ phải “phát dương quang đại” thành tôn giáo thế giới thay vì chỉ dừng ở một tín ngưỡng địa phương.

Bên cạnh đó, trong tình huống khẩn cấp, có thể dễ dàng sơ tán đạo hữu sang Cao Miên hoặc xuống miền Tây tránh thương vong do các cuộc bách hại tiềm ẩn. Sự thực là, các tôn giáo trong lịch sử Việt Nam khi tránh các cuộc bách hại thì về được miền Tây là sẽ ít bị tàn hại nhất. Cái nhìn của các vị sáng lập rất chiến lược và cẩn trọng, tính đến yếu tố rủi ro có thể xảy ra, điều mà không phải người lập đạo nào vào thời ấy cũng có thể nghĩ tới.

Cái nhìn chiến lược của các vị sáng lập đạo Cao Đài còn thể hiện ở chỗ, họ nhìn ra vị thế then chốt của Tây Ninh trong cả thế kỷ sau. Họ nhìn được 100 năm sau, Sài Gòn sẽ phải mở rộng ra, đô thị hóa sẽ nhanh chóng bởi thời đại cơ giới hóa đã gần, dân cư sẽ dồn về các đô thị và càng ngày, Tây Ninh càng gần với Sài Gòn như một sự bắt buộc và theo đà đó, Tây Ninh nghiêm nhiên trở thành “cầu nối” giữa Sài Gòn và Cao Miên.



Khi Tây Ninh đã án ngữ con đường nối Đông – Tây, Sài Gòn – Tây Ninh thì Long An chắc chắn sẽ vào vị trí điểm phát đường phân giác với trục Sài Gòn - Tây Ninh và đó là con đường ngắn nhất để vận chuyển hàng hóa lên trung điểm giữa Sài Gòn và Tây Ninh. Quan sát bản đồ ngày nay, ta thấy Tòa thánh chỉ cách trung điểm ấy chỉ hơn 10 km mà thôi.

Những gì các vị sáng lập đạo Cao Đài nghĩ tới đã thành hiện thực ngày nay. Từ đó mà suy ra, việc chọn Tây Ninh dựng đạo không phải vô căn cứ, ngẫu nhiên hay do mối quan hệ thân thiết với chùa Gò Kén như nhiều học giả giả định. Nó xuất phát từ những

tính toán rất khoa học và một tầm nhìn chiến lược về sự tồn vong, hưng thịnh của đạo sau này.

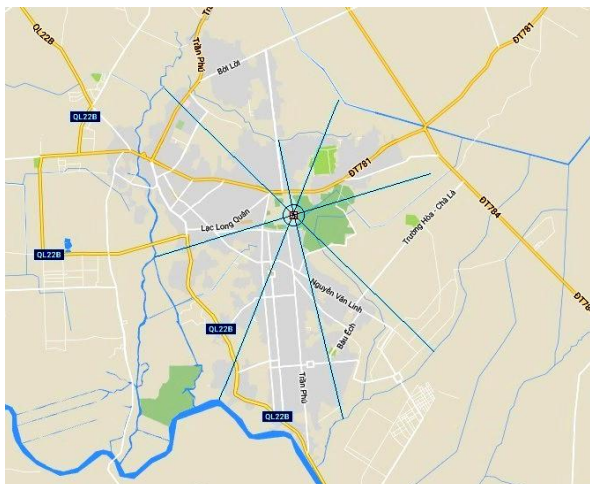
Đọc lại lịch sử lập đạo, ta thấy rằng các vị sáng lập đều là những nhà trí thức lớn, học cao, hiểu rộng, được đào luyện khoa học trong các trường Pháp, sớm tiếp cận văn minh phương Tây, nhưng mặt khác, họ cũng là những nhà Nho tinh thông Hán học. Văn minh phương Tây kết hợp với thông tuệ phương Đông đã khuôn đúc lên chân dung những trí thức tài năng đầu thế kỷ XX mà những tên tuổi như: Ngô Văn Chiêu, Phạm Công Tắc, Cao Quỳnh Cư, Cao Hoài Sang, Thượng Trung Nhật, Thái Ngọc Thanh, ... là điển hình.

Họ đã giải quyết vấn đề vị thế địa lý Tòa thánh, nói cách khác, đã giải quyết vấn đề chiều rộng các tương quan, quan hệ với các không gian xung quanh. Vấn đề thứ hai cần phải giải quyết tiếp là vấn đề điều kiện địa lý, hay là vấn đề chiều sâu nội khu vực.

2. Điều kiện tự nhiên tỉnh Tây Ninh

Địa hình tương đối bằng phẳng và đồng nhất, vì vậy khí hậu Tây Ninh cũng như các tỉnh khác ở vùng Đông Nam Bộ, tương đối ôn hòa chứ không có sự phân hóa rõ rệt như các tỉnh miền Bắc đất nước. Lãnh thổ Tây Ninh ở miền vĩ độ hơi thấp của vùng nhiệt đới và có vị trí xa biển, nên khu vực này hầu như không chịu ảnh hưởng trực tiếp của bão và áp thấp nhiệt đới.

Thực tế cho thấy, gần 100 năm qua, chưa lần nào Tòa thánh Cao Đài Tây Ninh bị ngập, thậm chí là nội ô tòa thánh (tức là cả cái phần diện tích Bạch Ngọc Kinh hơn 150 héc-ta) cũng chưa thấy bị ngập bao giờ. Trong mùa mưa bão năm 2001 dài nhất, sân Tòa thánh vẫn ráo nước, và trong trận mưa to nhất gần cuối năm 2016, khi cả Sài Gòn ngập nặng, Tây Ninh cũng ngập thì trong sân Tòa thánh, vẫn không chút nước đọng. Nhìn bản đồ địa hình, tòa thánh Cao đài nằm trên một cái gò cao hơn xung quanh khoảng 2,5m, rộng gần 200 héc-ta). Một trăm năm trước, mà tiền nhân đã rất khéo chọn vùng gò cao, thoáng khí, quang đãng mà dựng tòa thánh.



Tây Ninh còn có hai con sông chính chảy qua tỉnh là sông Vàm Cỏ Đông và sông Sài Gòn. Mạng lưới sông rạch cùng với hệ thống giao thông đường bộ giúp việc giao thông trong và ngoài tỉnh được thuận lợi, dễ dàng. Cũng vì

mạng lưới sông ngòi ít nhưng diện tích lớn góp phần tải nước được thông lưu, không gây tù đọng, ngập úng. Nhiều người tin rằng các vị tiền nhân Cao Đài đã xây tòa thánh trên nơi lục hợp sáu nguồn nước ngầm, tạo thành thế “lục long triều nguyệt”. Đó là sự truyền miệng chưa có bằng cứ gì xác thực. Nhưng quả thật, nếu nhìn ảnh từ vệ tinh chụp xuống, ta thấy nội ô tòa thánh Tây Ninh đúng là có dạng “nhất tâm sinh bát hướng”, bởi vì từ tòa thánh, có 8 con đường vô hình nổi và chặn 8 hướng đều là 8 góc sông nước do bốn con rạch: *Hóc Trâm*, *Gò Duối*, *Gò Kén*, *Bờ Lờ* (tên do người địa phương hay gọi, một nhánh của rạch Tây Ninh) tạo ra. Giao điểm của 8 đường hợp lưu với sông rạch tạo ra thế “*thủy lưu bát trôn vô ảnh tuyến*” trong phong thủy.

3. Đặc điểm dân cư Tây Ninh

Dân số Tây Ninh hồi đầu thế kỷ XX nhiều nhất là người Kinh, rồi người Hoa đông thứ hai, nói đông đây là đông so với dân tộc khác, thực ra, dân số người Hoa lúc đó bằng khoảng một phần mười dân số người Kinh (nhiều sách chép năm 1920 – 1930, người Kinh ở đây vào khoảng 170.000 người). Đông thứ ba ở Tây Ninh bây giờ là người Khmer gốc Miên, nhưng thời tiền Cao Đài, họ từ Cao Miên sang buôn bán, làm công, tạm trú là chính, đi qua đi lại hai nước, và dưới thời Pháp thuộc, việc đi lại ấy không khó khăn, vì người Pháp không kiểm soát nổi mà cũng không muốn kiểm soát làm gì, cốt có nhân công làm việc mà đừng gây rối, phạm tội là được. Người Khmer chỉ tụ lại đông sau khi hoàn thành công trình Tòa thánh.

Hồi 1930, đông thứ ba trong thực tế là người Stiêng, họ từ Bình Phước xuống làm ăn buôn bán lâm sản, mật ong, rượu sắn, thổ cẩm, sừng tê, dược liệu, ...

Nhận xét về các dân tộc ở đây ngoài người Kinh, sẽ thấy những điểm đặc sắc:

Người Hoa: sống đoàn kết, chuộng thương nghiệp, kinh doanh mà sống, ôn hòa, vui vẻ, ít quan tâm đến chính trị, không thích dòm ngó, tranh giành hay ý kiến làm mất lòng phật ý ai. Nhìn chung họ hiền lành, dễ mến, sống kín đáo, trọng nghĩa khí

Người Khmer: họ từ Cao Miên sang. Họ không có nghề nghiệp cố định như người Hoa, họ sinh sống chủ yếu bằng làm công cho các xưởng của người Việt hoặc người Pháp, xây cất các công trình, đường sá, đường hỏa xa, ..., nhiều người tạm ở Tây Ninh để lên Bình Phước hay Lâm Đồng xin chân phu phen đồn điền cao su, trà hoặc về miền Tây phụ làm vườn, canh tác cây trái. Họ ít quan tâm đến tôn giáo dù đa số theo đạo Phật, sống chất phác, thật thà, hiền lành đến độ dễ bị bắt nạt nhưng rất uy tín, tâm tính lương thiện, làm việc trách nhiệm. Họ là đối tượng có khả năng tiếp nhận đạo Cao Đài tốt nhất.

Người Stiêng: họ từ Bình Phước hoặc cao nguyên xuống, tính họ có khí khái hơn nhưng vẫn thuần lương, chỉ cốt bán hàng để đổi lương thực cho đời sống gia đình. Họ không cư trú lại mà cũng không màng đến chuyện gì khác ngoài công việc buôn bán, trao đổi lâm sản.

Như vậy, chọn gây dựng cơ sở ở vùng đất đa số các tộc người (tạm gọi là tộc người theo thông lệ, dù chữ này chưa chính xác lắm) tương đối thuần hòa, và do đặc điểm lịch sử mà đa số không quan tâm đến chính trị, phe cánh, đảng phái ở Nam kỳ lúc bấy giờ, cũng không gay gắt, cực đoan tôn giáo hoặc kỳ thị tôn giáo, là sự đảm bảo chắc chắn để hạn chế tối đa những va chạm, căng thẳng về lâu dài cho một tôn giáo mới đang thời kỳ phôi thai.

Đặc điểm dân cư rất quan trọng. Địa lý có tốt, thổ nhưỡng có ưu đãi thế nào đi nữa vẫn chưa đủ nếu thiếu đi yếu tố “hàng xóm, láng giềng”, phải có đủ ba yếu tố: thiên (khí hậu, thổ nhưỡng) – địa (vị trí) – nhân (người sống xung quanh) thì mới đảm bảo sự bình ổn trong tương lai.

4. Nhu cầu tâm linh của người dân Tây Ninh

Bức tranh tôn giáo của Tây Ninh hồi đầu TKXX rất phong phú. Không phải chỉ có Cao đài mới nhìn thấy cái “thiêng” của đất Tây Ninh. Hầu hết các tôn giáo đều có những cơ sở thờ tự lớn ở Tây Ninh, nhiều điểm đã trở thành linh thiêng do tuổi đời và những huyền thoại kết gắn: Phật giáo có chùa Gò Kén, Giác Ngạn, Thiền Lâm, Nho giáo có miếu Quan Đế, Đạo giáo có miếu Bà, miếu Ba Cô, đặc biệt là núi và điện Bà Đen, Bà La Môn giáo có tháp chằm Bình Thạnh, Chót Mạt, Công giáo có Xóm đạo Tha La.

Chính bởi sự phong phú các tôn giáo mà trừ Công giáo ra, thì các tôn giáo khác có phần giao kết với nhau, các cư dân hồi đó chưa có sự phân biệt tôn giáo rạch ròi (hình như cho đến nay vẫn vậy), do đó, người ta tin thờ tất cả những ai được cho là thiêng: từ Bà Đen, Phật Thích Ca, Di Lặc Bồ Tát, Quan Âm Bồ Tát, Bà Chúa Xứ, Bà Thiên Hậu, Ngọc Hoàng, Kim Hoa bà bà, Kim Mẫu, Khổng Tử, Thái Thượng Lão Quân, Quan Công, Trịnh Hòa ông Bồn, ông Địa, thần Tài ... cho đến cả những nhân vật không rõ lai lịch như ba cô gái bị bọn cướp cưỡng hiếp chết, anh trai tân đi cầu bị lật ghe chết, cô Thanh nào đó có bầu bị xe ngựa cán chết trong rừng cao su (mà sau có người bảo là xe zEEP Tây). Và cũng vì tin thờ tất cả nên người ta cũng lui đến tất cả miếu thất, đền chùa, am điện, ... mà người ta quen thuộc và thuận tiện.

Nhu cầu có một cơ sở thờ tự “đa diện” – nơi quy mô vĩ đại và tất cả mọi người đều có thể đến để tìm thấy hình ảnh thân quen của am miếu, đình chùa cũ đã hình thành.

Các vị sáng lập Cao đài thấy rằng, ở Tây Ninh, đặc biệt ở vùng Hòa Thành, thế đất hẹp, phớ xá phát triển, nhiều dân tộc thiên về tâm linh chung sống nên nhu cầu “thờ chung” còn mạnh mẽ hơn.

KẾT LUẬN

Việc lựa chọn vị trí khai đạo và xây dựng cơ sở Tòa thánh Cao Đài biểu hiện một sự suy toán đáng ngưỡng mộ của các vị sáng lập đạo. Minh chứng rõ nhất là, so với các tín ngưỡng khác ra đời cùng thời kỳ, chỉ có Cao Đài vươn lên thành một tôn giáo đúng nghĩa, để có thể xếp tên vào các tôn giáo trên thế giới. Chỉ trong chưa tròn 100 năm, tất cả các hệ phái Cao Đài đã có gần 4 triệu tín đồ, và Tây Ninh vẫn là hệ phái nổi tiếng nhất, đông tín đồ nhất và quốc tế nhất.

Ngày nay, chúng ta chiêm ngắm lại những công trình của Cao Đài, mà cụ thể là Tòa thánh Tây Ninh, để thấy công lao to lớn của tiền nhân với niềm tin và bản lĩnh mạnh mẽ trong một giai đoạn đầy biến động của xã hội. Lại càng thán phục hơn khi những vị sáng lập không phải bác học, thiên tài, chỉ là một nhóm công chức Tây học với lòng nhiệt thành cùng một tôn giáo kiểu Việt Nam.

Bỏ qua yếu tố niềm tin tôn giáo hay những lời tán tụng quá mức, những vị sáng lập Cao đài – qua việc chọn lựa địa điểm dựng đạo đã cho ta thấy được sự minh định trong tầm nhìn và nhạy bén với thời cuộc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Huỳnh Ngọc Thu (2009), *Đời sống tôn giáo của tín đồ đạo Cao Đài trong bối cảnh văn hóa Nam Bộ*, Luận án Tiến sĩ Lịch sử, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn Tp. HCM.
- [2] Nguyễn Ngọc Dũng (chủ biên), *Địa lý địa phương tỉnh Tây Ninh*, NXB Giáo dục Việt Nam
- [3] Đặng Nghiêm Vạn chủ biên (1995), *Bước đầu tìm hiểu đạo Cao Đài*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- [4] Cơ Quan Phổ Thông Giáo Lý Đại Đạo (1994), *Tìm hiểu tôn giáo Cao Đài*.
- [5] Hội thánh truyền giáo Cao Đài, *Thánh ngôn hiệp tuyển, Pháp chánh truyền, Tân luật*, 1995
- [6] Huỳnh Thị Phương Trang (2008), *Đạo Cao Đài hiện nay và ảnh hưởng của nó đến đời sống văn hóa tinh thần của cộng đồng người Việt ở Nam Bộ*, Luận án Tiến sĩ Triết học, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn Tp. HCM
- [7] Nguyễn Thanh Xuân (2005), *Một số tôn giáo ở Việt Nam*, Nxb Tôn giáo.

**KHỞI NGHIỆP VÀ NHỮNG KHÓ KHĂN TRONG QUÁ TRÌNH KHỞI
NGHIỆP SÁNG TẠO**

Nguyễn Thị Cẩm Tú, Nguyễn Đình Tinh, Phạm Thị Thắm, Phạm Ngọc Dũng

Khoa QTKD&DL, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM

TÓM TẮT

Ngày nay, khởi nghiệp là một trong những vấn đề thu hút sự quan tâm của giới trẻ tại Việt Nam cũng như trên thế giới. Khởi nghiệp trở thành một làn sóng từ những năm đầu của thế kỉ XXI. Tuy nhiên, khái niệm về khởi nghiệp vẫn chưa được định nghĩa một cách rõ ràng. Điều này dẫn đến nhiều rủi ro với người khởi nghiệp, đặc biệt, những người trẻ vẫn còn thiếu nhiều kinh nghiệm. Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ được đánh giá là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam, tuy nhiên, thách thức là rất lớn. Chúng tôi nghĩ rằng việc tổng kết những bài học kinh nghiệm về khởi nghiệp sáng tạo trên thế giới và Việt Nam là cần thiết trong môi trường cạnh tranh khốc liệt như hiện nay.

SUMMARY

Nowadays, start-up is one of the problem attractive interested in of the young at Vietnamese as in the world. Start-up become a wave from the early years of 21 centuries. However, concept about start-up still be not definition a clearly. This is leads to risk to starups, especially, the young still be lack of much experience. Creative start-up in technology field is estimated the main economic sector of Vietnamese, however, challenge is very huge. We are think that total experience lessons about creative start-up in the world and Vietnamese are necessary in the competitive environment of fierce as today.

I. PHẦN MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế, nhiều cơ hội mới cho sự phát triển đã mở ra, đồng thời kích thích tinh thần khởi nghiệp, hình thành đội ngũ doanh nghiệp Việt Nam hùng mạnh, xây dựng thương hiệu Quốc gia. Bên cạnh đó cách mạng công nghệ lần thứ 4 hay còn gọi là cách mạng công nghiệp 4.0 đang đưa tất cả các nước về chung một vạch xuất phát. Trong cách mạng 4.0 sự chênh lệch về trình độ là không quá lớn giữa một quốc gia phát triển với một quốc gia đang phát triển. Khởi nghiệp sáng tạo đã hình thành từ cách mạng công nghệ những năm 1970. Đầu thế kỉ XXI sự chuyển biến sang cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ là một mảnh đất màu mỡ cho khởi nghiệp sáng tạo. Đây sẽ là con đường để Việt Nam có thể bắt nhịp và phát triển nhanh, bền vững trong thị trường kinh tế quốc tế sâu rộng. Khởi nghiệp đã trở thành một đề tài phổ biến trên các phương tiện truyền thông cả ở trong và ngoài nước nhưng có một điểm đặc trưng riêng là trong bài viết này nhóm tác giả chỉ đề cập đến khởi nghiệp sáng tạo là khởi nghiệp dựa trên sự đam mê tốt độ, trải nghiệm tốt cùng, công nghệ tốt cao, tạo ra các mô hình, sản phẩm sáng tạo, giúp đột phá trong tăng trưởng, vượt trội trong cạnh tranh nhằm giải quyết một hay nhiều nhu cầu nào đó của thị trường.

Vậy trong quá trình khởi nghiệp sáng tạo chúng ta gặp phải những khó khăn nào? Có những kinh nghiệm gì về khởi nghiệp trong nước cũng như trên thế giới? Chúng tôi đưa ra những kiến giải về các vấn đề trên trong bài viết này.

II. PHẦN NỘI DUNG

1. Quan niệm về khởi nghiệp

Hiện nay, quan niệm về khởi nghiệp rất hay bị nhầm lẫn với quan niệm về lập nghiệp. Theo Trương Gia Bình bản chất của khởi nghiệp (startup) gồm hai vấn đề là ứng dụng khoa học công nghệ hoặc làm những việc chưa có tiền lệ bên cạnh đó lập nghiệp mang nghĩa rộng hơn không nhất thiết phải có hai tiêu chí trên⁵. Cùng quan điểm trên, đại diện Bộ Khoa học và Công nghệ cho rằng khởi nghiệp phải dựa trên một nền tảng công nghệ mới hoặc tạo ra hình thức kinh doanh mới, xây dựng một phân khúc thị trường mới⁶.

Trong dự thảo lần thứ 4 Luật hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ đang được Quốc hội hoàn chỉnh, khái niệm khởi nghiệp được phân thành hai loại. Khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo. Theo đó khởi nghiệp là quá trình hiện thực ý tưởng kinh doanh, bao gồm quá trình thành lập và vận hành doanh nghiệp trong vòng 05 năm kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu, chưa niêm yết trên thị trường chứng khoán. Khởi nghiệp sáng tạo (startup) là quá trình khởi nghiệp dựa trên việc tạo ra hoặc ứng dụng kết quả nghiên cứu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý để nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa và có khả năng tăng trưởng nhanh⁷. Như vậy, theo Luật này chúng tôi hiểu khởi nghiệp là khái niệm tương ứng với quan niệm lập nghiệp mà ông Trương Gia Bình đã đề xuất. Khởi nghiệp khác với khởi nghiệp sáng tạo hay còn gọi là startup ở chỗ nền tảng của khởi nghiệp sáng tạo phải dựa trên tri thức (tạo ra hoặc ứng dụng kết quả nghiên cứu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ) và có khả năng tăng trưởng nhanh. Với khái niệm này một startup không đặt nặng vấn đề là duy nhất mà nó chỉ đảm bảo hai yếu tố, thứ nhất phải dựa trên nền tảng công nghệ để nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng, thứ hai startup phải có khả năng tăng trưởng nhanh. Đặc trưng thứ hai này phản ánh gián tiếp tính duy nhất của startup nhưng nó linh động hơn tính duy nhất. Tính duy nhất được hiểu một cách gián tiếp vì nó dựa trên nền tảng công nghệ đặc biệt là công nghệ mới

⁵ Itcnews, ngày 03/11/2016 (Truy cập 26/5/2017)

⁶ Vnexpress, ngày 05/4/2017 (Truy cập 26/5/2017)

⁷ Dự thảo Luật hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, trang 2, Tài liệu PDF.

khả năng tăng trưởng của nó là rất nhanh. Tuy nhiên, dù không phải là duy nhất nó vẫn có thể đảm bảo khả năng tăng trưởng nhanh ở đây nó có thể là tính duy nhất trong một không gian hẹp.

Với quan niệm như trên thì chủ thể khởi nghiệp sáng tạo có thể là những người chưa từng kinh doanh, chưa từng khởi nghiệp, bên cạnh đó những công ty, thậm chí những tập đoàn công nghệ lớn cũng là chủ thể khởi nghiệp sáng tạo.

Trong bài viết này chúng tôi bàn về những khó khăn trong quá trình khởi nghiệp sáng tạo (startup), quá trình này được tính từ khi hình thành ý tưởng đến khi ý tưởng được thực hiện trên thực tế.

2. Những khó khăn trong quá trình khởi nghiệp sáng tạo

Các thống kê trên báo chí về tỉ lệ thất bại của các dự án startup là rất cao không chỉ ở Việt Nam mà cả ở những nước phát triển. Các dự án khởi nghiệp thường đối mặt với những rủi ro rất cao tồn tại dưới dạng những khó khăn. Có thể phân loại những khó khăn trong quá trình khởi nghiệp thành hai loại là khó khăn chủ quan là những khó khăn do chính người khởi nghiệp tạo ra và khó khăn khách quan là những khó khăn do ngoại cảnh tác động đến trong quá trình thực hiện startup.

2.1. Khó khăn chủ quan

Ý tưởng startup và ý chí người khởi nghiệp là những thách thức chủ quan mà người khởi nghiệp phải đối mặt. Ý tưởng startup là vốn quan trọng nhất của người khởi nghiệp, nó quyết định mọi thành bại của một dự án khởi nghiệp. Khó khăn của startup không nằm ở ý tưởng vì nếu không có ý tưởng thì không khởi nghiệp được và do đó không có khó khăn. Tuy nhiên, xét ở khía cạnh của sự thành công hay thất bại, ý tưởng startup không đáp ứng nhu cầu của xã hội sẽ tạo ra khó khăn cho dự án startup. Người trẻ khi khởi nghiệp thường chú ý đến mục đích cuối cùng của ý tưởng là mang lại lợi nhuận, chạy đua với mục đích dẫn đến nhiều ý tưởng khởi nghiệp khi thực hiện tính khả thi rất thấp do đó sự thất bại trong khởi rất cao. Gốc của ý tưởng khởi nghiệp phải “làm cho cuộc sống tốt đẹp hơn”, phải đáp ứng các nhu cầu của con người bằng các ứng dụng công nghệ. Ý tưởng startup phải xuất phát từ nguồn gốc này mới đảm bảo sự bền vững khi thực hiện. Hiểu đúng quan niệm “làm cho cuộc sống tốt đẹp hơn” người khởi nghiệp sẽ có kim chỉ nam định hướng ý tưởng và hoạt động khởi nghiệp của mình. Hoạt động khởi nghiệp phải mang lại lợi ích cho xã hội giải quyết những vấn đề nhỏ mà thực tế cuộc sống đang đặt ra ý tưởng startup sẽ có đất sống và do đó mang lại lợi nhuận cho người khởi nghiệp, đó chính là sự hài hòa lợi ích của doanh nhân với xã hội nói chung và khách hàng của mình nói riêng. Sự cạnh tranh, sao chép ý tưởng trong khởi nghiệp là

không thể không tránh khỏi. Tuy nhiên, sao chép y nguyên ý tưởng trong điều kiện giống nhau là hành động tự giết mình và giết chết sự sáng tạo của người khác. Startup là một quá trình gian nan tự khai phá những con đường mới, do vậy bế tắc, nản chí là những vấn đề mà người khởi nghiệp thường đối mặt. Để khởi nghiệp thành công bản thân người khởi nghiệp phải từ bỏ nhiều thứ thuộc về ham muốn cá nhân để dành thời gian tâm trí và tiền bạc thực hiện mục tiêu của mình. Hầu hết những người khởi nghiệp đều chỉ nhìn thấy sự hào nhoáng của các tấm gương khởi nghiệp thành công mà không nhìn được những thách thức mà họ phải vượt qua để thành công, có xác định những khó khăn thì không hẳn đã nhìn thấy đầy đủ sự khốc liệt mà mình phải đối mặt. Không có một công thức nào giải quyết những khó khăn cụ thể của từng dự án khởi nghiệp điều này thường đưa người khởi nghiệp đến chán nản dừng dự án.

2.2. Khó khăn khách quan

Các khó khăn về vốn, khách hàng, xây dựng nhóm...là những khó khăn khách quan. Trong mối tương quan với khó khăn chủ quan thì giải quyết được khó khăn chủ quan thì những khó khăn khách quan sẽ từng bước được giải quyết.

Vốn khởi nghiệp là thách thức không nhỏ cho các dự án khởi nghiệp, ý tưởng dự án khởi nghiệp hoàn hảo cũng sẽ không thành công nếu không có tiền để thực hiện. Biến một ý tưởng kinh doanh thành thực tế đòi hỏi rất nhiều chi phí nếu tham vọng khởi nghiệp tỉ lệ nghịch với vốn. Tiếp cận vốn đầu tư là thách thức của tất cả các dự án khởi nghiệp, việc xác định đối tượng để kêu gọi vốn đầu tư là bước khởi đầu thực hiện dự án. Ngân hàng là nơi người khởi nghiệp thường nghĩ tới nhưng sự thể chấp đảm bảo rủi ro cho một ý tưởng startup là trở ngại trong việc dãi ngân vốn. Huy động vốn từ bạn bè những người đồng chí hướng cho một dự án startup là hướng tiếp cận thường được các nhóm khởi nghiệp tiến hành nhưng hạn chế của con đường này là vốn không lớn sẽ khó khăn trong việc thực hiện ý tưởng. Nguồn vốn từ các doanh nghiệp, các quỹ đầu tư hoặc từ người thân có thể đáp ứng được yêu cầu nhưng sự chi phối và các điều kiện đầu tư cũng là điều mà người khởi nghiệp phải đối mặt. Khó có dự án khởi nghiệp thành công mà đằng sau nó không có bóng dáng quyền lực, đây là điều phải chấp nhận nhiều khi người khởi nghiệp chỉ nhìn thấy thành công của người khác mà không để ý cái cần phải đánh đổi, điều này trên các diễn đàn luôn luôn được dấu đi để làm đẹp cho thành tích và khuyến khích khởi nghiệp.

Bạn đồng hành trong startup là nhân tố không thể thiếu, tuy nhiên một startup không cần nhiều người làm chủ và cũng rất hiếm thấy dự án startup thành công chỉ có một người. Các startup thành công trên thế giới hiện nay thường là hai người bắt tay xây

dựng ban đầu. Họ chính là những người xây những nền móng đầu tiên từ ý tưởng đến con đường phát triển. Với ý tưởng và triển vọng có trong ta họ bắt đầu xây dựng nhóm của mình. Người có ý tưởng startup chưa hẳn là xuất sắc nhưng nhóm được xây dựng phải đảm bảo là những người xuất sắc trong lĩnh vực đó. Đặc tính của nhóm startup là sự sáng tạo phá bỏ lối mòn và dám chịu thất bại. Ở điểm này các startup rất khó có thể xây dựng được một nhóm như vậy bởi tính thiếu linh động vẫn còn tồn tại trong tầng lớp trí thức trẻ hiện nay.

Mục đích của khởi nghiệp là phải mang lại lợi nhuận cho người khởi nghiệp và nhà đầu tư, khách hàng chính là người mang lại điều đó. Đưa sản phẩm của một dự án startup đến với khách hàng không phải là vấn đề khó khăn thực sự của startup hiện nay. Mà khó khăn ở đây là các dự án startup có đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng hay không. Tuy nhiên, khó khăn đối với startup Việt Nam chính là khách hàng trong nước đặc biệt là có tập quán tiêu dùng sính ngoại của người Việt thực sự là thử thách cho bất kì startup tham vọng lớn nào.

Sự phát triển nhanh chóng của cách mạng khoa học công nghệ và hiện nay là cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi sự thích ứng nhanh chóng của các dự án startup, trong thành công đã chứa đựng mầm thất bại và ngược lại. Dự án khởi nghiệp có thể thành công trong thời gian đầu nhưng có thể nhanh chóng thất bại khi không đáp ứng kịp yêu cầu của thực tế. Các startup thường có tuổi đời rất ngắn chỉ khoảng 20 năm, điều này là dễ hiểu bởi startup dựa trên nền tảng công nghệ và nền tảng này thì thay đổi rất nhanh chóng. Để tồn tại các startup phải liên tục làm mới mình nắm bắt nhu cầu của khách hàng, chuyển hướng nhanh chóng ngay cả khi đang trên đỉnh của sự thành công.

3. Một số bài học về khởi nghiệp sáng tạo trên thế giới và ở Việt Nam

Những ngày đầu của những năm 90, đối với dân công nghệ nói chung và với Trung Quốc nói riêng thì Internet là một điều gì đó còn quá mới mẻ. Mã Vân, với một tham vọng biến “Alibaba là một hệ sinh thái chứ không phải một đế quốc thương mại”⁸. Nhìn lại cách làm kinh doanh của Mã Vân chắc là có một không hai. Bởi, ông không phải là người học về kinh doanh nhưng chính sự nhạy bén với thị trường và khát vọng vươn lên đã tạo nên Jack Ma của ngày hôm nay. Từ quá trình tìm kiếm và thuyết phục khách hàng tin vào một sản phẩm, một loại hình dịch vụ là “thứ không nhìn thấy được,

⁸ *Số 1 thế giới Mã Vân và đế chế Alibaba*, Lưu Thế Anh, Bành Chinh (Người dịch: Hồ Tiến Huân), NXB Hồng Đức, H. 2017. (Xem tr.215)

cũng chẳng sờ được.”⁹ để họ đầu tư, đến khi chính thức đưa tập đoàn Alibaba lên SEC (Securities and Exchange Commission - Ủy ban chứng khoán Hoa Kỳ) vào ngày 6 tháng 9 năm 2014 là một điều không tưởng trong toàn bộ quá trình kinh doanh đầy gian nan của Mã Vân.

Những startup lớn của thế giới đã cho chúng ta thấy bài học cốt lõi trong sự tồn tại bền vững của các startup là liên tục đổi mới vì khách hàng họ đã áp dụng triệt để thang nhu cầu của Maslow trong kinh doanh. Facebook đã giải quyết được ba nhu cầu cao nhất trong thang nhu cầu Maslow (Nhu cầu được giao lưu tình cảm/được là thành viên của cộng đồng; nhu cầu quý trọng, kính mến; nhu cầu tự thể hiện bản thân) là những điều con người luôn luôn hướng tới. Họ tìm thấy nó trên trang mạng của họ. Số lượng người sử dụng những trang mạng xã hội đáp ứng được các thang cao nhất này sẽ còn tăng lên và đặc biệt là rất ít người từ chối sử dụng nó. Uber cũng cho người ta có những cảm giác trong mức đo 2, 4 và 5. Sự thành công của Uber ở Việt Nam còn đáp ứng đúng và tập quán tiêu dùng của người Việt là giá rẻ, tất nhiên, họ có đủ lựa chọn từ bình dân cho đến sang trọng nhằm đáp ứng tối đa mọi nhu cầu của người tiêu dùng. Google được coi là một đế chế, trang tìm kiếm này ngày càng “thông minh” hơn nó có thể đoán biết được các nhu cầu của con người khi người dùng chưa cần nói hết nó đã gợi ý và nó là người bán hàng tuyệt vời vì luôn nhớ nhu cầu của bạn. Các thuật toán thu thập hành vi khách hàng chỉ có Google mới xuất sắc và đó là lý do nó tồn tại, phát triển ngày càng mạnh.

Nguyễn Hà Đông từng nổi tiếng trong cộng đồng startup với ứng dụng Flappy Bird lại cho các dự án startup một bài học khó khăn nhất là từ bỏ để xây dựng lại. Các dự án startup thường có tuổi thọ khá ngắn dừng khi dự án đang hái ra tiền là một quyết định khó hiểu nhưng nếu không dừng thì tự nó cũng chết. Những ứng dụng mở có thể cập nhật có thể cải tiến thì có thể phát triển mạnh liên tục cho đến khi nào nó không thể tiếp tục cải tiến đáp ứng các nhu cầu con người. Những dự án game thường không có sức sống lâu bền, rút xuống khi đang ở đỉnh cao sẽ là sự lựa chọn thông minh tạo cho người khởi nghiệp tiếp tục các dự án startup khác.

III. PHÂN KẾT LUẬN

Những khó khăn của khởi nghiệp sáng tạo nói riêng và các hình thức khởi nghiệp khác là một phần tất yếu, với startup khó khăn còn lớn hơn khi phải giải bài toán

⁹ *Số 1 thế giới Mã Vân và đế chế Alibaba*, Lưu Thế Anh, Bành Chính (Người dịch: Hồ Tiên Huân), NXB Hồng Đức, H. 2017. (Xem tr. 24)

tìm hướng đi mới, những hướng đi chưa từng có. Một bài viết nhỏ khó có khả năng thay đổi một thực tế về sự trì trệ vẫn tồn tại trong suy nghĩ của những người trẻ. Chắc chắn một điều để có những ý tưởng đột phá cần đào tạo theo cách tạo nên những con người đột phá trong tư duy, dám nghĩ khác và làm khác. Yếu tố quyết định vẫn là con người là những người sáng tạo và sáng tạo để phục vụ các nhu cầu của con người.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] *Cha giàu cha nghèo*, Robert T. Kiyosaki – Sharon L. Lechter (Người dịch; Huy Hoàng, Đào Văn Anh), NXB Văn hóa - Thông tin, H. 2013.
- [2] *Dám nghĩ lớn*, David J. Schwartz. Ph.D. (Người dịch: Nguyễn Thị Thanh, Trần Lê Thu Trang, Nguyễn Thị Thanh Huyền), Nhà xuất bản Tổng hợp Tp.HCM, 2016.
- [3] *Khởi Nghiệp Thông Minh*, Ngô Công Trường (2016), Nhà Xuất Bản Đại Học Kinh Tế Quốc Dân.
- [4] *Số 1 thế giới Mã Vân và đế chế Alibaba*, Lư Thê Anh, Bành Chinh (Người dịch: Hồ Tiến Huân), NXB Hồng Đức, H. 2017.
- [5] *Xây dựng để trường tồn*, Jim Collins, Jerry I. Porras (Nguyễn Dương Hiếu dịch), NXB Trẻ, H. 2017.

CÁC KỸ NĂNG CẦN THIẾT ĐỂ KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG

Đặng Hữu Giang, Đỗ Thu Nga

Khoa QTKD&DL, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM

1. TÓM TẮT

Để khởi nghiệp thành công, sinh viên cần chuẩn bị cho mình rất nhiều kiến thức và những kỹ năng nhất định. Có những kỹ năng tuy không được đào tạo bài bản tại nhà trường, nhưng lại hết sức quan trọng khi sinh viên là người sáng lập hoặc nhà kinh doanh. Tuy nhiên, hiện nay có một bộ phận không nhỏ sinh viên chưa hiểu rõ bản chất cũng như tầm quan trọng của việc trau dồi kỹ năng cho bản thân. Do vậy, nhà trường cần chú trọng đến việc thêm các môn kỹ năng mềm vào chương trình đào tạo và trong quá trình giảng dạy các môn học thuộc về kỹ năng này, giảng viên cần phải giáo dục và định hướng cho sinh viên phát huy tối đa việc trau dồi các kỹ năng mềm, nhằm tạo dựng cho mình một sự nghiệp vững chắc trong tương lai.

Từ khóa: sinh viên, kỹ năng khởi nghiệp, khả năng định hướng.

2. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khởi nghiệp cho sinh viên đang là vấn đề thời sự kinh tế - xã hội của sự nghiệp giáo dục và đào tạo. Ở Việt Nam, vai trò đội ngũ doanh nhân và doanh nghiệp ngày càng được Đảng và Nhà nước đề cao trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2016 về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020, tại Nghị quyết 35, Chính phủ cũng xác định rõ một trong năm nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm để hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp trong thời gian tới là tạo dựng môi trường thuận lợi hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo. Trong đó, Chính phủ đã giao Bộ GD&ĐT chủ trì xây dựng Đề án hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp, đồng thời chỉ đạo các cơ sở giáo dục đại học chú trọng đưa nội dung khởi nghiệp vào chương trình đào tạo.

Trong báo cáo dự thảo đề án “Hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp”, Bộ GD&ĐT nêu một số mục tiêu cụ thể đến năm 2020: 100% các trường đại học, cao đẳng triển khai công tác hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp; xây dựng đội ngũ cán bộ tư vấn hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp; thành lập Quỹ hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp cấp Bộ và cấp trường từ nguồn kinh phí tài trợ cho hoạt động khởi nghiệp của sinh viên, kinh phí xã hội hóa. Đề án cũng đưa ra các giải pháp thực hiện, trước hết là hoàn thiện cơ chế, chính sách tạo cơ sở pháp lý hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp.

Để đáp ứng yêu cầu cấp bách của xã hội, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện chương trình Đổi mới sáng tạo và Khởi nghiệp cho giảng viên và sinh viên toàn trường. Xác định Chương trình Khởi nghiệp sẽ được đẩy mạnh thông qua các hoạt động ngày càng thiết thực, hiệu quả để đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao cho xã hội, Khoa Quản trị kinh doanh – Du lịch

tổ chức Hội thảo khoa học với chủ đề “Khởi nghiệp”. Chương trình Khởi nghiệp tạo cơ hội cho sinh viên phát huy tinh thần sáng tạo và ý chí tự lập, áp dụng những kiến thức đã lĩnh hội để lập ra những dự án khởi nghiệp có tính khả thi trong đời sống kinh doanh, đồng thời xây dựng một chương trình tổng thể về hỗ trợ khởi nghiệp, bao gồm tư vấn, đào tạo và cung cấp thông tin khởi nghiệp, hỗ trợ tìm kiếm và tiếp cận các nguồn vốn, các nhà đầu tư... Đây là cơ hội để các bạn trẻ biến ước mơ, hoài bão của mình thành hiện thực.

Vấn đề đặt ra là trường đại học cần trang bị cho sinh viên những kỹ năng khởi nghiệp như thế nào? Đây là vấn đề được quan tâm nghiên cứu trên bình diện lý luận cũng như trong thực tiễn đào tạo nghề nghiệp. Tuy nhiên cho đến nay hầu như chưa có một nghiên cứu nào mang tính khả thi cao trong khảo sát, đánh giá hoạt động đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng khởi nghiệp cho sinh viên. Nhận thấy, chúng ta cần tiến hành đánh giá chương trình đào tạo hiện nay để thấy được hiệu quả và hạn chế của kỹ năng nghề nghiệp trên cơ sở đưa ra giải pháp đào tạo nghề cho sinh viên. Từ những vấn đề cấp bách trên, trong khuôn khổ nghiên cứu này, chúng tôi đánh giá thực trạng của việc rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên và nêu một số hướng thúc đẩy hoạt động bồi dưỡng kỹ năng khởi nghiệp cho sinh viên khoa Quản trị kinh doanh và Du lịch.

3. GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

Để khởi nghiệp thành công, ngoài việc học tập khối kiến thức về ngành nghề và xã hội đòi hỏi sinh viên phải được trang bị một số kỹ năng cơ bản. Trước tiên, chúng ta cần làm sáng tỏ một số vấn đề công cụ sau:

3.1 Khái niệm về kỹ năng

Có nhiều cách định nghĩa khác nhau về kỹ năng. Những định nghĩa này thường bắt nguồn từ góc nhìn chuyên môn và quan niệm cá nhân của người viết. Tuy nhiên hầu hết chúng ta đều thừa nhận rằng kỹ năng được hình thành khi chúng ta áp dụng kiến thức vào thực tiễn. Kỹ năng là năng lực hay khả năng chuyên biệt của chủ thể thực hiện thuần thục một hay một chuỗi hành động trên cơ sở hiểu biết (kiến thức hoặc kinh nghiệm) nhằm tạo ra kết quả mong đợi, trong đó:

a. Kỹ năng cứng (hard skills)

Theo TS. Phan Quốc Việt (Phó Chủ tịch thứ nhất Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam) “Kỹ năng cứng là những kỹ năng kỹ thuật, kỹ năng chuyên môn, giúp con người thực thi những công việc cụ thể đạt được những tiêu chuẩn nhất định. Kỹ năng cứng thường gắn liền với các tiêu chuẩn kỹ thuật hoặc tuân theo các trình tự, thủ tục hành chính nhất định của từng tổ chức và có thể đo được. Những kỹ năng

cứng này thường được quy chuẩn theo những quy trình và nguyên tắc cụ thể và được đào tạo ở những trường lớp chính quy và nó gắn liền chỉ số thông minh (IQ- Intelligent Quotion) nhất định trong mỗi con người [11].

b. Kỹ năng mềm (soft skills):

Theo nhà nghiên cứu Michal Pollick "Kỹ năng mềm đề cập đến một con người có biểu hiện của EQ (Emotion Intelligence Quotion), đó là những đặc điểm về tính cách, khả năng giao tiếp, ngôn ngữ, thói quen cá nhân, sự thân thiện, sự lạc quan trong mối quan hệ với người khác và trong công việc" [8]

Kỹ năng mềm liên quan đến tính cách con người, không mang tính chuyên môn, được xem như khả năng hòa nhập, tương tác với xã hội, cộng đồng, tập thể. Kỹ năng mềm hay còn gọi là kỹ năng thực hành xã hội (có nơi còn gọi là kỹ năng sống) là tập hợp các kỹ năng như Kỹ năng giao tiếp, lãnh đạo, kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng thương lượng, giải quyết vấn đề, kỹ năng thương thuyết, quản lý thời gian, chăm sóc khách hàng. Kỹ năng mềm hình thành hầu hết là qua quá trình luyện tập, thực hành trong giao tiếp, tiếp xúc hằng ngày trong công việc và xã hội.

Kỹ năng mềm thường được học qua trường đời, gắn liền với chỉ số cảm xúc EQ (Emotional Quotion).

Ngày nay Kỹ năng mềm ngày càng được đánh giá rất cao, nếu như các kiến thức chuyên môn là nền tảng chính để tạo ra các nhà chuyên môn thì kỹ năng mềm là phần giá trị tối quan trọng cần có ở các nhà quản trị. Kỹ năng mềm có vai trò rất quan trọng, bởi vì nó giúp làm "mềm hóa" các khái niệm và hệ thống lô-gic khá cứng và bài bản, giúp “thăng hoa” Kỹ năng cứng và mang đến thành công của mỗi cá nhân hay của cả tổ chức. Một nhà quản trị giỏi chuyên môn nhưng giao tiếp với đối tác và nhân viên không tốt cũng không mang lại cho người khác sự tâm phục và cho sự thành công của chính bản thân mình.

Theo Viện Nghiên cứu Giáo dục, năm 2010 có khoảng 83% sinh viên ra trường bị đánh giá là thiếu Kỹ năng mềm. Không hiếm sinh viên đạt kết quả học tập tốt nhưng khi phỏng vấn sinh viên lại gặp nhiều khó khăn. Thực tế cho thấy, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống, đặt vấn đề, teamwork, giao tiếp tiếng Anh... vẫn là điểm yếu của lao động Việt Nam.

3.2 Thực trạng kỹ năng mềm của sinh viên trường ĐHCNTTP TP. HCM

Hiện nay, phần lớn sinh viên khi tốt nghiệp đều được trang bị những kiến thức chuẩn về ngành nghề mà họ được đào tạo trong trường đại học Công nghiệp Thực phẩm. Tuy nhiên, các kỹ năng mềm như kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, tìm

kiểm thông tin, giải quyết vấn đề để đáp ứng nhu cầu thị trường lao động thì sinh viên còn rất hạn chế. Theo điều tra của Bộ LĐ-TB và XH, có hơn 13% sinh viên phải được đào tạo lại hoặc bổ sung kỹ năng, gần 40% phải được kèm cặp lại tại nơi làm việc, 41% cần thời gian làm quen với công việc.

Để khảo sát kỹ năng mềm của sinh viên trường ĐHCNTP TP. HCM, chúng tôi đã khảo sát sinh 100 em viên ngành Quản trị kinh doanh và Du lịch, kết quả cho thấy như sau:

- Có 60% sinh viên trả lời kỹ năng mềm đối với sinh viên rất cần thiết và 40% cho rằng cần thiết.
- Kết quả 78% phiếu khảo sát cho rằng kỹ năng mềm cần thiết cho xin việc. 70% cho rằng kỹ năng có tính cần thiết trong công việc.
- Kết quả khảo sát cũng cho thấy sinh viên đã tự trang bị cho mình các kỹ năng: Kỹ năng lắng nghe; Kỹ năng tự học; Kỹ năng giao tiếp và thiết lập mối quan hệ; Kỹ năng đặt mục tiêu công việc.
- 85% sinh viên cho rằng nên tổ chức hình thức học kỹ năng mềm ngoài trời.

Sinh viên đưa ra hệ thống kỹ năng cần cung cấp cho sinh viên là Tự đánh giá, Hoạch định mục tiêu cuộc đời; Quản lý thời gian; Quản lý cảm xúc; Thiết lập quan hệ xã hội; Tư duy sáng tạo; Giải quyết vấn đề; Làm việc nhóm; Thích ứng; Quản lý tài chính; Tìm kiếm và xử lý thông tin; Thuyết trình; Học và tự học suốt đời; Động viên và chia sẻ, Tổ chức hoạt động.

Nhìn chung, trong số kỹ năng mềm mà sinh viên đưa ra, sinh viên có thể khá thuần thục ở một vài kỹ năng nhưng đa phần sinh viên còn khó khăn, lúng túng khi thực hành. Do đó, có thể nhận định rằng, mức độ kỹ năng mềm của sinh viên nhìn chung còn chưa cao.

Kết quả khảo sát này có thể xem là bức tranh khá khái quát để nhìn nhận chung về thực trạng kỹ năng mềm của sinh viên khoa Quản trị kinh doanh và Du lịch. Kết quả đặt ra những thách thức và nhiệm vụ khá quan trọng đối với lãnh đạo, giảng viên trong công tác phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên một cách có hiệu quả.

3.3 Những kỹ năng cơ bản cần thiết cho sinh viên trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh khởi nghiệp.

a) Tổng quan về các kỹ năng mềm cần trang bị cho sinh viên

Để trang bị kỹ năng mềm cho sinh viên khi còn đang ngồi trên ghế nhà trường đã được các nước trên thế giới đề cập và huấn luyện.

Theo Bộ Lao động Mỹ (*The US Department of Labour*) cùng với Hiệp hội Đào tạo và phát triển Mỹ (*The American society of Training and Development*) đã nghiên cứu và đưa ra 13 Kỹ năng để thành công trong công việc và những Kỹ năng mềm đóng vai trò trung tâm:

- Kỹ năng học và tự học (Learning to learn).
- Kỹ năng lắng nghe (Listening skills).
- Kỹ năng thuyết trình (Oral communication skills)
- Kỹ năng giải quyết vấn đề (Problem solving skills).
- Kỹ năng tư duy sáng tạo (Creative thinking skills).
- Kỹ năng quản lý bản thân và tinh thần tự tôn (Self-esteem skills).
- Kỹ năng xác lập mục tiêu, tạo động lực làm việc (Goal setting, Motivation skills).
- Kỹ năng phát triển cá nhân và sự nghiệp (Personal and career development skills).
- Kỹ năng giao tiếp và tạo lập mối quan hệ (Interpersonal skills).
- Kỹ năng làm việc nhóm (Teamwork skills).
- Kỹ năng thương lượng (Negotiation skills).
- Kỹ năng tổ chức công việc hiệu quả (Organization effectiveness skills).
- Kỹ năng lãnh đạo (Leadership skills) [8].

Nhìn chung, trên đây là các hướng phân loại kỹ năng mềm theo một số lượng nhất định có thể gia giảm theo từng nghề nghiệp và công việc khác nhau, nhưng rõ ràng, trong những kỹ năng đã nêu có những kỹ năng trở thành kỹ năng nghề nghiệp của một số ngành nghề nhất định.

b. Những kỹ năng cơ bản cần thiết cho sinh viên khoa Quản trị kinh doanh – Du lịch khởi nghiệp.

Từ nghiên cứu lý luận và thực tiễn lao động, chúng tôi đề xuất các kỹ năng mềm cần trang bị cho sinh viên khoa Quản trị kinh doanh – Du lịch như sau:

- Kỹ năng giao tiếp

Giao tiếp là một phần quan trọng của cuộc sống và hiện diện trong mọi hoàn cảnh. Khi nghĩ về nó, bạn sẽ nhận thấy rằng gần như tất cả những gì bạn làm đều yêu cầu việc cải thiện giao tiếp. Đặc biệt, để đạt được hiệu quả trong kinh doanh, bạn cần phải giao tiếp tốt. Chìa khóa là phải biết cách kết nối hiệu quả tầm nhìn của bạn với đam mê và niềm tin của mình.

- Kỹ năng đàm phán – thương lượng

Hầu hết mọi người đều đàm phán một cách không chính thức trong cuộc sống hàng ngày mà không nhận thức được điều đó. Còn những cuộc đàm phán chính thức là

kỹ năng có thể học hỏi thông qua kinh nghiệm và luyện tập. Những người hay tham gia đàm phán có xu hướng khéo léo, sắc sảo hơn những người ít khi đàm phán (cả chính thức và không chính thức). Người có kinh nghiệm biết cần phải nói gì, khi nào nên và không nên nói, hay khi nào nên nhượng bộ hoặc không nhượng bộ. Chìa khóa quan trọng ở đây là cần biết làm thế nào để phát triển một cuộc đàm phán win-win cho mọi bên tham gia, nhưng cùng lúc đó vẫn phải xác định bạn cũng muốn đạt được kết quả tốt nhất cho mình.

- Kỹ năng hoạch định chiến lược

Hoạch định chiến lược là một hoạt động rất quan trọng trong kinh doanh. Nó là quá trình xác định chiến lược công ty của bạn hay phương hướng và quyết định việc phân bổ nguồn vốn cũng như nhân sự. Chìa khóa ở đây là việc biết làm thế nào để dự kiến được khả năng hoạt động của công ty bạn trong tương lai từ 3 đến 5 năm tới với kế hoạch kinh doanh chi tiết.

- Kỹ năng lãnh đạo

Lãnh đạo là một kỹ năng quản lý quan trọng, thể hiện khả năng để thúc đẩy một nhóm người cùng hướng tới một mục tiêu chung. Nó cũng thể hiện ở khả năng chịu trách nhiệm, hình thành và thúc đẩy nhóm. Chìa khóa ở đây là biết làm thế nào để tạo được mối quan hệ và ảnh hưởng lâu dài với khách hàng tương lai. Bạn cũng nên nắm rõ tính cách, thế mạnh của từng người. Có như thế, bạn sẽ phân chia công việc tốt hơn và đạt hiệu quả cao hơn.

- Kỹ năng hoạt động nhóm

Kỹ năng làm việc nhóm là vô cùng cần thiết trong môi trường làm việc hiện đại ngày nay. Mọi người làm việc trong nhóm có thể tạo ra những giải pháp tốt hơn và có hiệu suất cao hơn là một cá nhân làm việc độc lập. Chìa khóa ở đây là biết làm thế nào để xây dựng nhóm nhân viên, đối tác và nhóm nhà đầu tư có thể giúp bạn đưa việc kinh doanh của mình lên một tầm cao mới.

- Kỹ năng bán hàng và marketing

Hình thành được những phương pháp, chính sách bán hàng và marketing – từ định giá, quảng cáo cho đến kỹ thuật bán hàng – là rất thiết yếu trong sự phát triển của doanh nghiệp. Khả năng phân tích thị trường, cạnh tranh và xu hướng ngành đóng vai trò quan trọng cho việc phát triển chiến lược marketing của bạn. Chìa khóa ở đây là biết cách nhào nặn và truyền tải những thông điệp hấp dẫn tới đúng đối tượng mục tiêu, từ đó tạo ra việc kinh doanh mới, xây dựng những dòng doanh thu có lợi nhuận.

- Kỹ năng quản lý thời gian

Quản lý thời gian là một tập hợp các kỹ năng thông thường để giúp bạn có thể sử dụng thời gian hiệu quả và năng suất nhất. Kỹ năng quản lý thời gian rất quan trọng để làm chủ. Kỹ năng này sẽ giúp bạn đạt được nhiều lợi ích và sử dụng thời gian một cách thông minh. Chìa khóa là biết cách quản lý thời gian hiệu quả và tập trung vào những hoạt động mang lại giá trị cao nhất cho doanh nghiệp.

4. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

4.1. Một số kết luận

Xuất phát từ thực tiễn của đất nước và tham khảo kinh nghiệm đào tạo nguồn nhân lực của các nước trên thế giới, chúng ta nhận thức ngày càng đầy đủ hơn về vai trò của việc trang bị kỹ năng mềm cho sinh viên trong khởi nghiệp. Nền kinh tế hội nhập đã đề ra những cầu cơ bản nhằm đào tạo thành thực về kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm là thước đo hiệu quả trong công việc.

Việc lồng ghép các các môn học về kỹ năng mềm vào chương trình giảng dạy ở bậc Đại học cũng như chú trọng hơn tới dạy kỹ năng nghề nghiệp là một yêu cầu cấp thiết nhằm trang bị tốt hơn các năng lực cho sinh viên để đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động và phù hợp với cách tiếp cận năng lực trong giáo dục.

Qua nghiên cứu cho thấy, khác với kỹ năng cứng là tập hợp các kỹ năng kỹ thuật và khả năng của cá nhân thực hiện một loại nhiệm vụ hay hoạt động nào đó, kỹ năng mềm là quan hệ giữa cá nhân và có thể được vận dụng rộng rãi trong công việc.

Nhằm tạo điều kiện sinh viên phát huy tinh thần sáng tạo và ý chí tự lập, áp dụng những kiến thức và kỹ năng đã học để lập ra những dự án khởi nghiệp có tính khả thi và áp dụng vào thực tế cuộc sống, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh đã và đang triển khai chương trình Khởi nghiệp cho sinh viên tập trung vào các kỹ năng mềm như kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng đàm phán thương lượng, kỹ năng xây dựng dự án ở một số khoa và một số chuyên ngành.

4.2. Một số đề xuất

Để trang bị những kỹ năng cần thiết để khởi nghiệp thành công cho sinh viên, Nhóm nghiên cứu đề xuất một số yêu cầu đối với Nhà trường và khoa như sau:

a) Đối với trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh

- Phát động và tổ chức giao lưu khởi nghiệp: Khơi dậy tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên; Tạo cơ hội để sinh viên được gặp gỡ, giao lưu với các doanh nhân thành đạt; Giúp sinh viên tiếp cận với các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp.
- Đào tạo khởi nghiệp: “Hướng dẫn Lập dự án kinh doanh” Giúp các sinh viên từ ý tưởng kinh doanh của mình có thể lập thành một dự án xã hội, kinh doanh khả thi, truyền tải những

kiến thức cơ bản về khởi sự kinh doanh; Nhận thức về kinh doanh; Hình thành và sàng lọc, lựa chọn ý tưởng kinh doanh; Hướng dẫn lập kế hoạch sản xuất, kinh doanh.

Giúp các sinh viên sau (khi có dự án tham gia khởi nghiệp mong muốn thành lập doanh nghiệp) có những kiến thức căn bản về thành lập doanh nghiệp như: Các bước thành lập doanh nghiệp, tính pháp lý trong thành lập doanh nghiệp; Truyền tải những kinh nghiệm kinh doanh từ các doanh nhân đi trước; Đi thực tế tại doanh nghiệp để học hỏi mô hình sản xuất, quản lý kinh doanh...

- Thành lập Câu lạc bộ Khởi nghiệp -Tur vnn - Hỗ trợ sinh viên.

Câu lạc bộ Khởi nghiệp với mục đích tạo môi trường giao lưu, trao đổi kiến thức, kinh nghiệm giữa các sinh viên với nhau cũng như với nhà bảo trợ, các doanh nhân, các chuyên gia. Câu lạc bộ sẽ tổ chức những buổi giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm nhằm hỗ trợ các bạn trẻ tìm kiếm ý tưởng, lập dự án kinh doanh, tìm kiếm, định hướng nhà đầu tư về phía doanh nghiệp, Câu lạc bộ sẽ là nguồn để lãnh đạo doanh nghiệp có thể tìm thấy những ý tưởng để có thể hợp tác hoặc đầu tư triển khai trong doanh nghiệp.

Vườn ươm Khởi nghiệp: Để hỗ trợ tốt nhất cho sinh viên áp dụng những kiến thức đã lĩnh hội để lập ra những dự án khởi nghiệp có tính khả thi, bao gồm các hoạt động: Tư vấn, đào tạo và cung cấp thông tin khởi nghiệp; Tìm kiếm và tiếp cận các nguồn vốn, các nhà đầu tư; Tư vấn, hỗ trợ tìm kiếm đối tác, xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu khi triển khai thực tế; Trên cơ sở các dự án tham gia chương trình khởi nghiệp (đã được thẩm định), nhà trường sẽ phê duyệt cho sinh viên (hay nhóm sinh viên) được sử dụng Quỹ Khởi nghiệp của Trường.

b) Đối với khoa Quản trị kinh doanh và Du lịch

- Đổi mới, cải tiến chương trình theo hướng hiện đại, đặc biệt sắp xếp lại chương trình, thời gian để tăng cường các môn học giúp sinh viên có các kỹ năng khởi nghiệp như:

- Kỹ năng làm việc nhóm;
- Kỹ năng quản lý thời gian hiệu quả;
- Kỹ năng đàm phán thương lượng;
- Kỹ năng xây dựng dự án;
- Kỹ năng trả lời phỏng vấn và xin việc;

c) Đối với giảng viên và sinh viên

Giảng viên truyền nhiệt huyết, hứng thú cho sinh viên, gắn bài giảng với thực tế doanh nghiệp, để sinh viên có điều kiện tiếp cận với doanh nghiệp, tăng cường sự gắn kết lý thuyết với thực tiễn. Nhà trường có điều kiện tăng cường sự hợp tác tốt với các doanh nghiệp về đào tạo, tuyển dụng, tài trợ; Tạo điều kiện cho sinh viên đi tham quan các doanh nghiệp trong địa bàn TP HCM và các vùng lân cận với sự hình thành và phát

triển các ngành nghề trong sản xuất và kinh doanh; Tích lũy kiến thức, kinh nghiệm thực tế; Rèn luyện tác phong, phương pháp làm việc có tổ chức và khoa học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Thanh Bình (2007), *Giáo trình giáo dục kỹ năng sống*, Nxb ĐHSP Hà Nội.
- [2] PGS. TS. Nguyễn Ngọc Huyền (2008), *Giáo trình khởi sự kinh doanh và tái lập doanh nghiệp*, NXB Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội.
- [3] PGS. TS. Nguyễn Ngọc Huyền (2013), *Giáo trình quản trị kinh doanh*, NXB Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội.
- [4] Nguyễn Thị Mỹ Lộc, Đinh Thị Kim Thoa (2010), *Giáo dục giá trị và kỹ năng sống cho học sinh phổ thông*, Trường Đại học Quốc gia Hà Nội, 2010.
- [5] Barell, J. (2002), *Career oppotunities News*, Fuguson publishing Company.
- [6] Forland, Jeremy (2006), *Managing Teams and Technology*, UC Davis, Graduate School of Management.
- [7] Nancy J. Pattrick (2008), *Social skills for teenagers and adults with esperger syndrome*, Jessica Kingsley Publisher, 2008.
- [8] Michal Pollick (2008), *Soft skills for Bussiness man*, Boston, American, 2008.
- [9] Giusoppe Giusti (2008), *Soft skills for Lawyer*, Chelsea Publisher, 2008.
- [10] Goeran Nieragden(2000), *The Soft skills of Business English*, ELT newsletter, Macmillan Publishing Company, 2000.

THỰC TRẠNG KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN

Võ Thanh Hiền

Khoa QTKD&DL, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM

TÓM TẮT

Chương trình Khởi nghiệp do Báo Diễn đàn Doanh nghiệp thực hiện, dưới sự chỉ đạo của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) từ năm 2003. Chương trình được sự phối hợp của Bộ Ngoại giao; Bộ Giáo dục và Đào tạo; Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Bộ Quốc phòng; Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh và UBND các Tỉnh, Thành phố trên khắp cả nước.

Đối với một số người, để có thể bắt đầu kinh doanh ngay khi còn ngồi trên giảng đường là điều không thể. Bởi một số chương trình học vô cùng vất vả, hơn nữa đa số sinh viên sống phụ thuộc vào gia đình, chưa có nhiều vốn nên rất khó khăn trong việc đầu tư thời gian và tiền bạc để bắt đầu ý tưởng kinh doanh của mình. Tuy rất nhiều khó khăn, nhưng không có nghĩa là không thể, bằng chứng là ngày càng nhiều sinh viên đã bắt đầu kinh doanh và mở các shop bán online cũng như offline trước khi tốt nghiệp. Đây cũng là tín hiệu tốt. Tuy nhiên, việc khởi nghiệp của sinh viên ra sao? Thành công hay thất bại? Những thuận lợi khó khăn gặp phải khi khởi nghiệp là những gì?...

Bài viết này thể hiện quan điểm riêng của tác giả vì tôi nhận thấy có một trách nhiệm phải nói ra tiếng nói của mình và rất mong đón nhận nhiều ý kiến để trao đổi sâu hơn về vấn đề này. Bài viết sẽ phân tích về thực trạng khởi nghiệp trong sinh viên. Những thuận lợi cũng như những khó khăn khi sinh viên bắt đầu khởi nghiệp.

MỞ ĐẦU

Khởi nghiệp khi đang là sinh viên có thể không phải là con đường lựa chọn của tất cả, tuy nhiên trường học lại là nơi tuyệt vời để bắt đầu kinh doanh. Sinh viên muốn khởi nghiệp nên mang theo tinh thần Việt Nam, sẵn sàng chịu khó, chịu khổ... với tâm thế hướng ra toàn cầu

Khởi nghiệp tại Việt Nam đã có những bước đi đầu tiên trên con đường hướng tới mục tiêu tạo dựng hình ảnh quốc gia khởi nghiệp. Tờ Techinasia ước tính, hiện có 1.500 công ty khởi nghiệp Việt Nam đang hoạt động - mức độ tập trung cao hơn rất nhiều so với Indonesia, Trung Quốc và Ấn Độ. Việt Nam đang có nhiều khởi sắc trong giai đoạn khởi động này với đầy đủ yếu tố "thiên thời, địa lợi và nhân hòa" đều đã chín muồi. Đầu năm nay, Diễn đàn kinh tế thế giới cho rằng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã bắt đầu - đó là thiên thời. Việt Nam có 65% của 94 triệu người là thế hệ internet nên đang ở độ tuổi sáng tạo nhất – đó là địa lợi. Còn nhân hòa chính là nỗ lực của các bạn trẻ.

Theo cuộc khảo sát của các trường đại học: Có 10% sinh viên bắt đầu kinh doanh khi đang ngồi trên ghế nhà trường; 17% sinh viên lên kế hoạch kinh doanh trước khi tốt nghiệp và 27% có kế hoạch kinh doanh sau khi tốt nghiệp.

Thêm vào đó, bên cạnh chương trình đào tạo kiến thức chuyên ngành, dường như chưa bao giờ các hoạt động khuyến khích, động viên tinh thần khởi nghiệp trong giảng đường lại được khơi dậy mạnh mẽ như hiện nay. Bên cạnh các hoạt động ngoại khóa, các sân chơi, cuộc thi khởi nghiệp..., nhiều trường đại học, cao đẳng đã chủ động kết nối với các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp để những ý tưởng, dự án của sinh viên đi xa hơn hay tạo môi trường để sinh viên được tiếp xúc với doanh nghiệp trong quá trình thực tập thực tế.

Chính vì vậy, sinh viên nên phát huy hết năng lực của mình để nắm bắt những cơ hội trong quá trình khởi nghiệp.

Theo thống kê của các nhà nghiên cứu thị trường, nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp không có cơ hội kỷ niệm sinh nhật lần thứ 2 của mình và bị “khai tử” ngay trong năm đầu hoạt động. Thương trường với luật chơi khắc nghiệt của nó không bao giờ nương tay đối với những doanh nghiệp “ngây thơ”.. Vậy, tình trạng này là do đâu?

NỘI DUNG

Mới đây, theo dự thảo của Đề án hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp đang được Bộ GDĐT soạn thảo và trình Chính phủ quyết định, báo cáo của 120 trường đại học, 115 trường cao đẳng thì hoạt động khởi nghiệp và hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp tại các nhà trường hầu như chưa được triển khai.

Các hoạt động tư vấn việc làm, hướng nghiệp cho sinh viên ở các trường đại học hiện nay còn khiêm tốn, tỷ lệ trường đại học trên số doanh nghiệp tại Việt Nam là rất nhỏ so với các nước trong khu vực Đông Nam Á. Việt Nam chỉ hơn Lào và thua 9 nước còn lại, mặc dù dân số nước ta đông vào hàng thứ hai trong khu vực. Tỷ lệ sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp và các doanh nghiệp tham gia tuyển dụng thông qua công tác đào tạo nhân lực tại trường đại học ở Việt Nam là thấp nhất khu vực Châu Á.

Theo một khảo sát, có đến 66,6% sinh viên Việt Nam hiện nay chưa hề biết đến các hoạt động khởi nghiệp. Số lượng sinh viên biết đến các chương trình khởi nghiệp chỉ đạt 33,4% và thực tế số lượng sinh viên hàng năm tham gia các chương trình khởi nghiệp do VCCI khởi xướng chỉ đạt 0.016%.

Có đến 62% sinh viên được hỏi cho rằng các hoạt động khởi nghiệp hiện nay đang mang tính phong trào, chưa thực sự hiệu quả. Tuy nhiên, khi hỏi về khả năng kinh doanh có đến 89% sinh viên cho rằng bản thân có khả năng kinh doanh và 80% sinh viên có ý định sẽ tham gia các hoạt động kinh doanh sau khi tốt nghiệp. Cơ hội khởi nghiệp từ kinh doanh của sinh viên hiện nay có đến 61% đến từ phía gia đình, 21% từ bạn bè và 18% đến từ các nơi khác.

Những thuận lợi khi sinh viên khởi nghiệp

Một là: Sinh viên có sức trẻ, thời gian và một bầu nhiệt huyết khi khởi nghiệp. Tuổi của sinh viên là 18 – 23 tuổi. “Nếu không may gặp thất bại, sinh viên vẫn còn nhiều cơ hội và thời gian để làm lại. Đặc biệt các bạn trẻ cần nhanh nhạy nắm bắt cơ hội để khởi nghiệp. Thời điểm khởi nghiệp tốt nhất khi là sinh viên”.

Hai là: Tiếp cận thông tin nhờ sự phát triển khoa học công nghệ và Internet toàn cầu. Từ đó, sinh viên có thể tiếp cận được cơ hội về ý tưởng, sản phẩm, khách hàng ... Ví dụ: Chuỗi The Coffee House, Mì cay cây độ X,....

Ba là: Môi trường trong nước giúp cho sinh viên phát hiện ra những vấn đề và bất tiện trong cuộc sống hằng ngày. Việc này sẽ giúp cho sinh viên có nhiều ý tưởng tốt để khởi nghiệp. Ví dụ: Tình trạng kẹt xe, tình trạng ngập nước, tình trạng thực phẩm bẩn Ngoài ra, Tham gia các nhóm, làm tình nguyện viên, sử dụng mạng xã hội, dự mọi cuộc họp,... là cách các nhà khởi nghiệp trẻ dùng để mở rộng mạng lưới quan hệ và tìm kiếm cơ hội. Không quan trọng bạn đã lăn lộn trên thương trường bao lâu, điều khiến người khác quan tâm là bạn đã làm được gì. Hãy cố gắng mở rộng các mối quan hệ để nhiều người biết đến sản phẩm của công ty hơn. Đồng thời từ các mối quan hệ đó bạn cũng có thêm cơ hội để tìm kiếm nhân sự khi cần.

Bốn là: Nhận được sự hỗ trợ từ nhiều cơ quan cũng như các đơn vị song hành cùng khởi nghiệp như: các trường đại học nơi sinh viên học tập; các công ty tư vấn hỗ trợ khởi nghiệp; các quỹ đầu tư hỗ trợ vốn.... Qua đó, sẽ giúp sinh viên tự tin hơn trong hành trình khởi nghiệp của chính mình.

Những khó khăn khi sinh viên khởi nghiệp

Một là: Sinh viên chưa định vị được bản thân mình thể hiện ở năng lực bản thân (kiến thức, kỹ năng, thái độ). Ngay cả đối với những chuyên gia dày dặn kinh nghiệm, kiến thức cũng chưa bao giờ là đủ. Những tri thức mới luôn được khám phá mỗi ngày, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ.

Không chỉ học trên ghế nhà trường, giới khởi nghiệp còn được khuyến khích tìm kiếm sự giúp đỡ ở những phần việc mình không giỏi và học hỏi từ đồng nghiệp, từ bạn bè, sách vở và Internet...

Ví dụ, ông Ngô Xuân Huy - đồng sáng lập Money Lover cũng khuyến khích các bạn trẻ hãy dành từ 3 đến 5 năm đi làm trong các công ty, tập đoàn để học hỏi chuyên môn, kỹ năng mềm và nắm bắt thị trường trước khi tính đến khởi nghiệp.

Hai là: Khó khăn về vốn. Với đa phần các dự án khởi nghiệp của sinh viên thường có số vốn nhỏ, đây vẫn là trở lực lớn nhất cho quá trình khởi nghiệp. Chính vì vậy, các

sinh viên thường liên kết với nhau để khởi nghiệp, để tranh thủ khả năng huy động vốn đến từ nhiều người (sinh viên nên nhớ nguyên tắc 3F trong huy động vốn từ Family, Friends và Fools). Tuy nhiên, các “nhà đầu tư thiên thần”; các quỹ đầu tư Accelerator (vốn môi) thường không muốn tham gia giai đoạn đầu vì rủi ro cao và chi phí quản lý gia tăng do phải tăng cường nhân sự cho những khoản đầu tư nhỏ này.

Chính vì vậy, Việc huy động đủ lượng vốn cần thiết để khởi nghiệp kinh doanh có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, bởi không có gì đảm bảo rằng kinh doanh của bạn sẽ đem lại ngay nguồn thu cho bạn như dự kiến và không có gì đảm bảo rằng, doanh nghiệp của bạn sẽ đem lại đủ tiền để duy trì cuộc sống cho cả gia đình bạn. Như vậy, vốn cần thiết không chỉ gồm vốn để mở doanh nghiệp mà còn để duy trì hoạt động của doanh nghiệp cho đến khi đem lại lợi nhuận.

Trường hợp của Lê Thu Hà cử nhân ngành Mỹ thuật vào tháng 5/2014 tại Ohio Wesleyan University - Delaware là một ví dụ. Từ số vốn 20 triệu đồng, sau vài tháng bắt tay vào khởi nghiệp để tiết kiệm chi phí cô gái trẻ sinh năm 1991 đã tự mình thực hiện tất cả các công đoạn cho đến khi có khoản thu nhập vài nghìn USD mỗi tháng từ việc phân phối đồ trang sức mỹ nghệ do mình thiết kế trên đất Mỹ.

Ba là: Thiếu nhân lực. Nói về khởi nghiệp SV, các chuyên gia nhận định, cách tốt nhất để tránh rủi ro khi khởi nghiệp là bắt đầu trải nghiệm, thực tập ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Khi đã được va chạm, được trải nghiệm, thậm chí là thất bại, các bạn trẻ sẽ có tâm lý vững vàng, có thái độ nghiêm túc hơn với công việc. Từ đó, khi tự mình khởi nghiệp, khả năng thành công sẽ cao hơn. Những nhà sáng lập, các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo có tốc độ phát triển nhận định, ý tưởng khởi nghiệp của SV là vô hạn nhưng nguồn nhân lực để thực hiện các ý tưởng lại hữu hạn, thiếu cả về số lượng và chất lượng.

Đa số tâm lý của những nhân sự có năng lực làm việc tốt lại muốn phát triển tại những doanh nghiệp lớn chứ ít khi muốn chịu rủi ro cùng hoạt động khởi nghiệp. Một người có năng lực tốt bao giờ cũng yêu cầu mức thu nhập tương xứng, họ chỉ chấp nhận mức lương bình thường khi có một số điều kiện khác thúc đẩy họ như người lãnh đạo giỏi, sản phẩm thực sự có tiềm năng lớn hoặc họ có khả năng sở hữu một phần doanh nghiệp.

Trên đây, tác giả đưa ra những thuận lợi và khó khăn khi sinh viên khởi nghiệp, còn vận dụng được như thế nào? Ra sao? Là tùy vào bản thân của mỗi sinh viên trong quá trình khởi nghiệp. Vậy, để khởi nghiệp giảm thiểu được thất bại, sinh viên khởi nghiệp nên làm theo 6 bước sau:

Bước 1: Đánh giá bản thân (năng lực, sở trường, cách thực hiện)

Bước 2: Tìm ra ý tưởng tốt (sản phẩm hay dịch vụ mà khách hàng cần và chấp nhận trả tiền để sở hữu sản phẩm)

Bước 3: Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh (nghiên cứu qua online, báo chí, quan sát trực tiếp...). Từ đó, có cơ sở để đánh giá điểm mạnh và yếu của đối thủ.

Bước 4: Lập bảng kế hoạch kinh doanh chi tiết bao gồm: sản phẩm hay dịch vụ; phân tích thị trường và đối thủ cạnh tranh; chiến lược bán hàng và tiếp thị; xây dựng đội ngũ quản lý; phân tích về tài chính, đánh giá các rủi ro và hoàn thành bảng kế hoạch kinh doanh.

Bước 5: Tìm 1 cố vấn (cố vấn đó có thể là Thầy; Cô; hội đồng tư vấn hỗ trợ khởi nghiệp; bạn bè...)

Bước 6: Đăng ký kinh doanh (xác định loại hình doanh nghiệp tư nhân; trách nhiệm hữu hạn; cổ phần..)**Bảng 1. Những gương mặt sinh viên có ý tưởng khởi nghiệp xuất sắc trong năm 2016**

STT	Họ và tên	Trường ĐH	Ý tưởng	Năm
1	Dương Quang Đạt Trương Phương Nam Nguyễn Đức Tú	ĐH Công nghệ thông tin và truyền thông, ĐH Thái Nguyên.	Ứng dụng Smart Water,	2016
2	Phan Hồng Mực Nguyễn Hữu Huy Hào	ĐH Cần Thơ	Sản phẩm bún vi sinh	2016
3	Phan Thanh Tùng Trần Nguyên Trọng	ĐH Khoa học Tự nhiên, ĐH Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM		2016

Ý TƯỞNG KINH DOANH

Nguyễn Lương Ngân, Nguyễn T. Hoàng Oanh, Lê T. Thanh Hà, Nguyễn T. Thu Trang

Khoa QTKD&DL, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm Tp. HCM

TÓM TẮT

Ý tưởng kinh doanh là một ý tưởng có thể được sử dụng để có được các lợi ích về tài chính, thường tập trung vào một sản phẩm hoặc dịch vụ. Một ý tưởng kinh doanh tốt mang lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp/cá nhân. Nếu không muốn thất bại khi kinh doanh hay khởi nghiệp, cần đánh giá một ý tưởng kinh doanh với nhiều tiêu chí khác nhau. Để tìm kiếm ý tưởng có thể bắt đầu việc giải quyết một vấn đề gì đó hay ý tưởng có thể bắt nguồn từ sự phát triển mạnh mẽ của internet và các thiết bị công nghệ thông minh. Xu hướng hiện nay ý tưởng kinh doanh tập trung vào các lĩnh vực mang lại những giải pháp giúp cuộc sống tốt đẹp hơn như sản phẩm Lowcarb, tiện ích cho trẻ em...

ABSTRACT

A business idea is a concept that can be used for financial gain that is usually centered on a product or service that can be offered for money. A good idea is the first milestone in the process of building a successful business and brings competitive advantage to the business. In order to avoid failing in startup, the evaluation of the business idea is needed with different criteria. The sources of ideas are from solving a problem or from the rapid development of the internet and smart devices. The current trend in business ideas focuses on areas that offer better living solutions such as Lowcarb products, baby apps...

Key words: *business idea, evaluation criteria, sources of ideas*

I. MỞ ĐẦU

Theo wiki, ý tưởng kinh doanh là một ý tưởng có thể được sử dụng để có được các lợi ích về tài chính, thường tập trung vào một sản phẩm hoặc dịch vụ. Một ý tưởng là bước ngoặt đầu tiên trong quá trình xây dựng một doanh nghiệp thành công.

Để khởi sự một công việc kinh doanh, phải bắt đầu từ những ý tưởng kinh doanh. Ý tưởng kinh doanh là suy nghĩ, tính toán, cân nhắc kỹ lưỡng về các sản phẩm/dịch vụ cụ thể mà bản thân có thể cung cấp cho thị trường. Ý tưởng kinh doanh thường liên quan đến người tạo ra nó, những người cần được thuyết phục thực sự về giá trị kinh doanh để làm cho nó xảy ra. Ý tưởng kinh doanh là ý tưởng làm cơ sở triển khai hoạt động kinh doanh. Nếu doanh nghiệp biết tạo ra những cái mới, cái khác biệt về sản phẩm của mình thì sẽ tạo ra những cơ hội thành công cho mình khi gia nhập thị trường.

Muốn phát triển kinh doanh, khởi nghiệp trước hết phải có ý tưởng kinh doanh, một ý tưởng độc đáo sẽ giúp đi đến thành công một cách dễ dàng.

Ý tưởng kinh doanh đóng vai trò quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp trong tương lai hay với sự khởi nghiệp của mỗi cá nhân. Xác định được ý tưởng kinh doanh giúp định hướng được hướng phát triển cho ý tưởng chi tiết khi tiến hành thực hiện ý tưởng, các kế hoạch hành động cũng như các chiến lược chức

năng. Nhờ đó giúp công ty hay người khởi nghiệp linh hoạt và chủ động thích ứng với những biến động của thị trường, đồng thời đảm bảo cho hoạt động của mô hình kinh doanh đi đúng hướng và nâng cao được vị thế trên thị trường.

Như vậy, làm thế nào để sáng tạo ra những ý tưởng kinh doanh độc đáo ?

Để có thể tồn tại được doanh nghiệp phải cung cấp các dịch vụ và hàng hoá phù hợp với nhu cầu của con người và giải quyết được các vấn đề của họ. Xin nêu một phương pháp hữu hiệu để tìm ý tưởng mới là suy nghĩ về những khó khăn mà mọi người đã gặp phải khi giải quyết nhu cầu hoặc các vấn đề của họ, Bạn có thể tìm ra cơ hội cho ý tưởng kinh doanh nếu sử dụng những cách sau.

- **Lồng ghép kết hợp:** Tạo ra ý tưởng kinh doanh mới bằng việc lồng ghép kết hợp giữa hai sản phẩm hoặc dịch vụ với nhau để tạo ra ý tưởng sản phẩm mới dựa trên ý tưởng cũ. Chẳng hạn như, chúng ta kết hợp radio với cassette để tạo ra radio cassette, hay sự kết hợp giữa cafe và nước tăng lực tạo nên sản phẩm wakeup247.

- **Giải quyết vấn đề:** Thế giới hiện nay có hàng tỷ vấn đề liên quan tới cuộc sống của con người, thế nhưng trong đó, có rất nhiều vấn đề không quá nghiêm trọng, nhưng lại có những vấn đề nhất thiết phải có phương pháp giải quyết. Chìa khoá cho thành công đầu tiên của các sáng lập viên và CEO nổi tiếng chính là đi tìm ra được những vấn đề và khó khăn trong vô vàn những thứ lặt vặt xung quanh.

Phát hiện những vấn đề bất tiện trong đời sống hàng ngày và tìm cách giải quyết. Chẳng hạn như, bút chì ngày xưa có thân hình tròn khiến nó hay bị lăn, rơi xuống làm gãy đầu mũi. Để giải quyết vấn đề đó, sản phẩm mới ra đời “bút chì thân hình lục giác”. Ổ cắm điện pivot power có thể bẻ cong theo nhiều hướng giúp giải quyết bất tiện của các ổ cắm thẳng truyền thống.

Câu chuyện thành công của Dropbox dịch vụ lưu trữ đám mây hàng đầu thế giới và Drew Houston, là một trong những tỷ phú trẻ nhất trong làng công nghệ điện tử là những cái tên luôn đứng trong top đầu những bảng xếp hạng công nghệ trên toàn thế giới, Ý tưởng kinh doanh độc đáo về Dropbox của Drew Houston xuất phát từ việc anh luôn bỏ quên USB ở nhà những lúc cần thiết. Thêm vào đó máy tính có thể bị hư hại bởi virus, các phần mềm độc hại có thể lây vào máy tính cá nhân của anh khi anh sử dụng USB để lưu giữ dữ liệu. Chính vì thế, Drew Houston đã tạo nên một chương trình cho mình sử dụng. Đúng lúc đó, anh cũng nhận thấy nhu cầu của mọi người xung quanh và Dropbox ra đời.

Câu chuyện thành công của hai hãng kem đánh răng colgate: khi thị trường xuất hiện rất nhiều hãng kem đánh răng thì trong đó có hai tên tuổi thương hiệu được nhắc

đến nhiều là colgate và kem đánh răng close up, nhận thấy rằng trên thị trường có đối thủ cũng đang kinh doanh sản phẩm là kem đánh răng close up với lợi ích mang lại cho khách hàng là đem lại hàm răng trắng sáng, hơi thở thơm tho cùng hương vị bạc hà mát lạnh, tuy nhiên colgate không làm giống những gì mà close up đang làm, colgate nhận thấy rằng nếu đi kinh doanh một sản phẩm giống hệt với đối thủ cạnh tranh của mình thì khả năng cơ hội thành công sẽ không cao, Với tư duy như vậy colgate đã tìm ra điểm yếu của closeup và vấn đề của khách hàng đang gặp phải đó là bên cạnh việc làm răng trắng sáng hơn thở thơm tho người dùng cũng cần phải quan tâm đến sức khỏe răng miệng, Vậy từ đó colgate đã cho ra đời một ý tưởng kinh doanh đó là sản phẩm kem đánh răng colgate ngừa sâu răng và colgate trở thành thương hiệu hàng đầu về kem đánh răng chăm sóc răng miệng.

- **Tư duy theo chiều ngang:** Thay đổi hình dạng sản phẩm ,tính năng, màu sắc, chất liệu, mục đích sử dụng của sản phẩm hoặc một bộ phận nào đó để tạo lên ý tưởng độc đáo mới lạ về sản phẩm. Chẳng hạn như: bóng đèn kem thay bóng đèn bằng cốc, lược chải tóc mở được nắp chai, gói hình bắp ngô...

Như chúng ta thấy, từ những ý tưởng cũ và những sản phẩm cũ chỉ cần chúng ta sáng tạo đổi mới công năng, hình thù, từ đó làm cho sản phẩm của chúng ta độc đáo mới lạ hơn. Trong kinh doanh không nhất thiết bạn phải có một ý tưởng tốt nhất, để cạnh tranh trên thị trường nhất thiết bạn phải tạo lên sự khác biệt trong ý tưởng kinh doanh của mình và cần có một tinh thần doanh nhân sáng tạo.

II. NỘI DUNG

2.1 Tiêu chí đánh giá ý tưởng kinh doanh

Năm 2016 được Việt Nam chọn là năm của “Quốc gia khởi nghiệp”, và trong năm 2016 nhiều sự kiện về khởi nghiệp được đánh dấu: (1) Standard Chartered Private Equity (SCPE) và Ngân hàng đầu tư toàn cầu Goldman Sachs rót 28 triệu USD vào ví điện tử MoMo; (2) ứng dụng dạy học ngôn ngữ cho trẻ em mang tên Monkey Junior giành giải Nhất tại cuộc thi Sáng kiến toàn cầu GIST Tech-I 2016 diễn ra tại Mỹ. Cuối tháng 11, Monkey Junior tiếp tục đạt giải vàng giải thưởng ASEAN ICT Awards, hạng mục “Startup xuất sắc nhất”; (3) phần mềm luyện nói tiếng Anh có tên gọi Elsa của 2 cô gái Việt là Văn Đình Hồng Vũ (33 tuổi) và Ngô Thùy Ngọc Tú (29 tuổi) cùng tiến sĩ Xavier Anguera (Tây Ban Nha)...Điểm chung của các cả dự án này là bắt nguồn từ một ý tưởng kinh doanh tốt. Bên cạnh đó, theo thống kê của cộng đồng khởi nghiệp, thì cứ mỗi năm có khoảng 50% dự án khởi nghiệp thất bại, mà nguyên nhân chính là do ý

tưởng kinh doanh không khả thi. Vậy vấn đề đặt ra là: như thế nào là ý tưởng kinh doanh tốt?

Cho dù các ý tưởng kinh doanh luôn xuất hiện quanh con người, thì việc tìm kiếm các ý tưởng kinh doanh tốt là việc không dễ dàng. Một vài ý tưởng kinh doanh xuất phát từ những phân tích rất cụ thể về khuynh hướng thị trường hoặc nhu cầu tiêu dùng; một vài ý tưởng khác lại xuất phát từ sự may mắn; có những ý tưởng lại xuất hiện một cách rất ngẫu nhiên ngoài sự tưởng tượng.

Theo đánh giá chung của các nhà chiến lược, một ý tưởng kinh doanh tốt là:

- Xuất phát từ nhu cầu của khách hàng (customers' Need) từ thị trường
- Có khả năng đáp ứng nhu cầu đó (Ability to satisfy customers)
- Tạo ra lợi thế cạnh tranh (Competitive advantage to survive)

Theo doanh nhân Manish Bhalla - Nhà sáng lập kiêm CEO của Công ty công nghệ FATbit Technologies thì sẽ có **5 cách xác định tính khả thi của ý tưởng kinh doanh**:

(i) Dựa vào lợi thế

Để tránh mắc sai lầm, trước tiên phải xây dựng ý tưởng kinh doanh dựa trên những sở thích và điểm mạnh của bản thân. Điều này sẽ giúp công ty tránh được những sai lầm cơ bản và biết cách giải quyết rắc rối trong công việc sau này nhờ vào những kỹ năng đã được trang bị sẵn. Nhờ đó, ý tưởng của chúng ta sẽ có lợi thế hơn hẳn so với những dự án "mới toanh" của các đối thủ.

Trước tiên, có thể tự nghĩ ra ý tưởng, thực hiện các cuộc khảo sát thăm dò hoặc tham khảo ý kiến của bạn bè. Đồng thời, nên tiến hành phân tích tài chính xem liệu công ty sẽ "trụ" được bao lâu trước khi thu về lợi nhuận. Bên cạnh đó, cũng cần phải xác định rõ mục tiêu, tầm nhìn của một doanh nghiệp.

(ii) Phân tích thị trường cạnh tranh

Nghiên cứu thị trường là bước chuẩn bị rất quan trọng, giúp chúng ta phân tích được những yếu tố then chốt có khả năng biến sản phẩm, dịch vụ trở nên độc nhất khi tung ra thị trường. Một ý tưởng kinh doanh có thành công hay không phụ thuộc vào nhu cầu xã hội đối với ý tưởng đó. Vì vậy, chúng ta cần khảo sát nhu cầu thị trường đối với sản phẩm đó. Nếu chúng ta kinh doanh truyền thống thì có thể khảo sát bằng những hình thức nghiên cứu thị trường qua những số liệu thống kê.

Bên cạnh việc tìm hiểu nhu cầu khách hàng thì phân tích đối thủ cạnh tranh cũng không kém phần quan trọng. Đối thủ cạnh tranh bao gồm cả đối thủ hiện tại và đối thủ tiềm năng. Khi phân tích đối thủ cạnh tranh cần phải xác định được thị phần hiện tại của họ, vị thế của doanh nghiệp mình so với đối thủ. Đồng thời, cũng phải đánh giá các

chiến lược marketing, thương hiệu trực tuyến, giá cả cũng như chất lượng sản phẩm, dịch vụ mà họ cung cấp.

Cách này có thể giúp chúng ta thấu hiểu được những mong muốn của khách hàng cũng như khám phá ra những nhu cầu mới chưa được khai thác để từ đó làm hài lòng các khách hàng mục tiêu sau này.

(iii) Lựa chọn mô hình kinh doanh

Hiện nay, có khá nhiều mô hình kinh doanh như bán hàng trực tuyến, bán hàng trực tiếp hay phân phối qua đại lý bán lẻ, v.v... Tuy nhiên, chúng ta không nên chọn đại một mô hình bất kỳ trong số này khi chưa có đủ cơ sở phân tích.

Bán hàng trực tuyến là một trong các hình thức kinh doanh khá phổ biến hiện nay. Dù chúng ta chọn mô hình phân phối kiểu liên kết, B2B hay cửa hàng thương mại điện tử thì mỗi thứ đều sở hữu những khách hàng mục tiêu, năng lực cốt lõi cũng như giá trị riêng. Việc kiểm tra xem khả năng đáp ứng của công ty đối với các yêu cầu riêng biệt của từng loại mô hình sẽ xác định được tỷ lệ thành công của nó, từ đó dễ dàng nhận diện được đâu là mô hình phù hợp với dự án kinh doanh của mình.

Tức khi lựa chọn một loại hình kinh doanh cụ thể, chúng ta cần thu thập thêm thông tin về doanh thu tiềm năng, cấu trúc chi phí cũng như những giải pháp giá trị của công ty.

(iv) Kiểm tra tính bền vững

Tính bền vững của một ý tưởng kinh doanh phụ thuộc vào nhiều yếu tố, bao gồm nhu cầu của khách hàng và nguồn cung sẵn có. Nếu sản phẩm, dịch vụ của bạn chưa có ai làm, hoặc chúng ta cung cấp những thứ tốt hơn các giải pháp hiện có thì chắc chắn ý tưởng này sẽ có tiềm năng phát triển lâu dài. Đồng thời, việc kiểm tra nguồn cung trước khi biến ý tưởng thành hiện thực sẽ giúp bạn ngăn chặn bớt những thất bại trong tương lai. Ngoài ra, cũng cần quan tâm đến giai đoạn mở rộng sản phẩm, dịch vụ của ý tưởng này và tính toán khả năng chi trả của khách hàng trong tương lai. Tất cả những yếu tố này sẽ giúp chúng ta xác định được khả năng sinh lợi từ thu nhập kỳ vọng của ý tưởng.

(v) Tham khảo ý kiến chuyên gia marketing

Khi xây dựng ý tưởng, lời khuyên từ một chuyên gia marketing ngay từ lúc đầu sẽ góp phần rất hữu ích cho chúng ta. Những kiến thức chuyên sâu về chiến lược quảng cáo, khuyến mại đó giúp chúng ta hạn chế bớt những rủi ro cũng như giảm thiểu được chi phí thâm nhập thị trường.

Bên cạnh đó, từ kinh nghiệm thực tế, Kedma Ough giới thiệu **7 công cụ** giúp các DN có thể chủ động kiểm định tính khả thi trong các ý tưởng kinh doanh của mình.

(1). Công cụ ATAP

ATAP đại diện cho 4 bước: Awareness (Nhận thức), Trial (Thử nghiệm), Availability (Nhu cầu sẵn có) và Repeat (Lặp lại).

Công cụ này được sử dụng cho mọi loại sản phẩm kinh doanh và nhất là những sản phẩm cần được đánh giá trước khi đưa ra thị trường. Phương pháp này có 4 câu hỏi giúp DN quyết định mức tiềm năng của ý tưởng:

- Awareness: Ai là người hiện có nhận thức đầy đủ nhất về sản phẩm sắp ra mắt?
- Trial: Ai sẽ hứng thú khi dùng thử sản phẩm?
- Availability: Ai có tiềm năng tiếp cận với sản phẩm?
- Repeat: Ai sẵn sàng trả tiền để mua sản phẩm thêm nhiều lần nữa?

(2) Danh sách các khía cạnh cần phân tích

Phòng Nghiên cứu Sáng tạo thuộc ĐH Princeton (Mỹ) đã công bố danh sách các câu hỏi nhằm hỗ trợ DN kiểm tra các khía cạnh cần thẩm định đối với một ý tưởng kinh doanh.

- Bạn có cân nhắc hết mọi ưu điểm hoặc lợi nhuận có thể mang lại từ ý tưởng này chưa? Liệu có tồn tại nhu cầu thị trường thực sự không?
- Bạn có định vị được chính xác những vấn đề hoặc khó khăn chính mà ý tưởng của bạn sẽ cung cấp giải pháp chưa?
- Ý tưởng này là hoàn toàn mới trên thị trường hay là một ý tưởng cải tiến từ những ý tưởng khác?
- Trong ngắn hạn, các kết quả hoặc lợi nhuận nào có thể thu được từ ý tưởng này? Những lợi nhuận có được ước lượng đầy đủ chưa? Những rủi ro có xứng đáng với những lợi nhuận dự đoán này không?
- Trong dài hạn, ý tưởng này sẽ mang đến lợi nhuận gì?
- Liệu có bất kỳ vấn đề nào ý tưởng này có thể tạo ra khi ứng dụng vào thực tế không? Những yếu tố liên quan nào sẽ thay đổi khi xảy ra vấn đề?
- Ý tưởng khi đưa vào hiện thực sẽ được đơn giản hóa hoặc phức tạp hóa thế nào?
- Bạn có thể tạo ra những biến thể khác nào từ ý tưởng này? Những phương án thay thế tối ưu khác là gì?
- Liệu ý tưởng của bạn có đủ hấp dẫn đối với sức mua tự nhiên không? Thị trường đã sẵn sàng cho ý tưởng này chưa? Các khách hàng có đủ tiền để

mua không? Nếu đủ, họ có sẵn sàng mua không? Có yếu tố thời gian nào tác động đến ý tưởng không?

- Đây là những đối thủ cạnh tranh với bạn trong lĩnh vực này? Công ty của bạn có thể cạnh tranh với các đối thủ này không?
- Bạn đã xem xét đến khả năng thị trường từ chối ý tưởng này chưa?
- Liệu ý tưởng của bạn có phục vụ cho một nhu cầu có thực không? Nhu cầu đó được tạo ra từ các chương trình khuyến mãi hay các chiến dịch quảng cáo?
- Khi nào thì ý tưởng có thể đưa vào hiện thực?

(3). Bản đồ đồng thuận

Mục tiêu của phương pháp này là giới thiệu ý tưởng một cách hiệu quả đến với từng nhóm khách hàng tiềm năng hoặc các đối tác liên quan.

Nhà sản xuất sản phẩm sẽ thu thập toàn bộ những ý kiến đồng thuận từ các bên liên quan. Sau đó, DN cần liệt kê tất cả các đóng góp cùng với các nhiệm vụ và thời hạn phải hoàn thành trong một sơ đồ. Điều này sẽ giúp DN chọn ra được những gợi ý tốt nhất cho quá trình cải tiến ý tưởng của mình.

(4). Kỹ thuật Delphi

Đây là phương pháp kỹ thuật thẩm định dựa vào quan điểm của những chuyên gia phân phối độc lập. Kỹ thuật này giúp giải mã sức mạnh của ý tưởng trong một thị trường cụ thể.

(5). Phân tích chi phí - lợi nhuận

Kỹ thuật này áp dụng cho những nhà đầu tư đang có nhiều ý tưởng khả thi nhưng chưa quyết định sẽ đầu tư vào đâu. Cách thức chung của phương pháp này là tính toán tất cả các chi phí cần đầu tư trong trường hợp đưa từng ý tưởng vào sản xuất. Sau đó, so sánh mức độ cho phí cần đầu tư của từng ý tưởng và ra quyết định.

Các chi phí cần cân nhắc bao gồm: chi phí sản xuất mẫu thử, bảo vệ thương hiệu, chi phí giấy phép, chi phí sản xuất, phân phối và tiếp thị.

(6). Phản biện nhóm

Câu ngạn ngữ "hai cái đầu luôn tốt hơn một" là nền tảng chính của phương pháp này. Cụ thể, bạn sẽ giới thiệu các ý tưởng đang có đến những nhóm khác nhau và cho phép các nhóm cùng tham gia thảo luận để chọn ra ý tưởng tốt nhất dựa trên những tính chất và nhu cầu đặc biệt.

Phương pháp này là chiến thuật rất tốt để DN áp dụng khi có quá nhiều ý tưởng để lựa chọn. Thông qua các phần phản biện sâu với mỗi nhóm, DN cũng sẽ nắm bắt được nhu cầu, sở thích của từng nhóm tính cách khách hàng cụ thể.

(7). Cây quyết định

Đây là phương pháp đồ thị hóa những quyết định khả thi và những hậu quả đi kèm theo mỗi quyết định đó. Bằng cách so sánh từng trực với nhau, DN sẽ định ra được đâu là cơ hội tốt nhất để thành công, dựa trên cùng một nguồn lực, chi phí và thời gian sẵn có.

Đã có rất nhiều người nghĩ ra những ý tưởng kinh doanh mới nhưng không phải tất cả chúng đều được phát triển thành các công ty thành công. Vì vậy, cần phải đảm bảo rằng dự án có tính khả thi trước khi tiến hành hoạt động kinh doanh của mình.

2.2. Cách thức tìm kiếm ý tưởng kinh doanh

Ý tưởng kinh doanh được xem là có giá trị hiện thực hóa khi có đáp ứng các tiêu chí sau: đáp ứng đúng nhu cầu (hoặc tạo ra được nhu cầu); Khả thi về nguồn lực thực hiện; Có khả năng tạo ra thế mạnh về cạnh tranh; Có tiềm năng phát triển trong tương lai. Đi tìm ý tưởng trong kinh doanh không phải là một việc đơn giản, khi một ý tưởng tốt không chỉ cần mở ra một cơ hội thực sự, mà còn cần phù hợp với các kỹ năng và các nguồn lực mà chủ thể có thể tận dụng hoặc huy động được.

Một vài ý tưởng kinh doanh đến từ sự phân tích về các xu hướng thị trường lại có những ý tưởng kinh doanh đến một cách rất tình cờ. Dưới đây trình bày 1 vài kênh thông tin để có hình thành 1 tưởng kinh doanh ban đầu:

Dự án xuất phát từ sở thích hay một yếu tố: Đôi khi những ý tưởng tuyệt vời xuất phát từ một dự án bạn đã ấp ủ từ rất lâu mà đã bị lãng quên hoặc đơn giản là ý tưởng đó xuất phát từ sở thích.

Luôn bám sát những sự kiện đang diễn ra và sẵn sàng ngay khi thấy các cơ hội kinh doanh. Nếu bạn chịu khó theo dõi tin tức trên báo chí, ti vi có thể bạn sẽ thấy ngạc nhiên là sao có nhiều ý tưởng kinh doanh xuất hiện trong đầu mình đến vậy. Bám sát các thông tin nhất là những thông tin tài chính sẽ khiến bạn nắm rõ về xu hướng thị trường, giá cả nguyên vật liệu,...

Phát minh ra một hàng hóa hay dịch vụ mới hoặc phát triển ý tưởng kinh doanh từ những sản phẩm/ dịch vụ đã tồn tại: Có những sản phẩm hay dịch vụ không thể thay đổi được nhưng cũng có những sản phẩm/dịch vụ vẫn có thể làm cho tốt hơn và bạn sẽ thu lợi từ việc này. Nghiên cứu thị trường khai thác khác vì có những mặt hàng/dịch vụ không thu hút được đối tượng này nhưng lại thu hút được đối tượng khách hàng khác.

Hãy thử làm việc theo nhóm hay tập thể: Hai cái đầu làm việc bao giờ cũng tốt hơn một. Đó là lý do tại sao bạn nên có một nhóm hoặc vài người thực hiện ý tưởng cùng bạn. Những ý kiến khác nhau luôn giúp tối ưu được nhiều đầu công việc hơn thay vì làm một mình. Giao lưu, học hỏi, vận dụng những ý tưởng đã sẵn có để thiết lập một mạng lưới kinh doanh, hãy hỏi ý kiến của những người có kinh nghiệm, chắc chắn bạn sẽ nghiệm ra nhiều điều.

Rõ ràng, để có một ý tưởng kinh doanh độc đáo không phải là điều dễ dàng, nếu bạn có khả năng phân tích và óc sáng tạo, có lẽ các ý tưởng sẽ đến với bạn nhanh hơn. Tuy nhiên việc thực hiện hóa ý tưởng nhiều khi không phải là đơn giản, ngay cả khi bạn đã lên kế hoạch cụ thể. Hãy giải quyết từng vấn đề phát sinh, tìm đến những người mà có thể giúp bạn tháo gỡ một vài vấn đề, đưa ra các lời khuyên. Chắc chắn sẽ có những hướng đi đúng đắn.

Liệt kê và giải quyết các vấn đề: Hãy tìm kiếm những vấn đề mà chưa ai giải quyết, bạn sẽ có cơ một thành công cao hơn. Hoặc bạn có thể tìm kiếm đến những sản phẩm, dịch vụ mà người tiêu dùng đang cần. Bạn có thể tiếp cận được ý tưởng của mình một cách nhanh chóng nếu bạn có kinh nghiệm trong lĩnh vực đó từ trước hoặc bạn đang tiếp xúc với những con người có chung ý tưởng giống bạn.

Bản thân bạn có những gì? Để có được một ý tưởng kinh doanh hợp lý hãy đặt cho mình những câu hỏi: “Tôi đã có kinh nghiệm làm gì?”, “Tôi có thể làm được gì?”, “Khách hàng có sẵn sàng trả tiền cho những hàng hóa và dịch vụ của tôi không?”, “Tôi có thể lo được đủ tiền để bắt đầu công việc kinh doanh đó hay không?”,...

Sử dụng Internet và các thiết bị thông minh: Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của internet và các thiết bị công nghệ thông minh, có vô vàn ý tưởng kinh doanh được bắt đầu từ đây. Các ý tưởng kinh doanh sản phẩm, dịch vụ được nhiều người thực hiện và rất thành công. Bạn hoàn toàn có thể học hỏi, trao đổi, lên ý tưởng cho riêng mình nếu thấy có khả năng thực hiện ý tưởng này.

2.3. Các ý tưởng kinh doanh của năm 2017

Cung cấp sản phẩm Lowcarb

Hiện nay số người phải ăn kiêng và duy trì luyện tập thể thao để đảm bảo sức khỏe là khá lớn. Lowcarb đang là chế độ ăn kiêng giảm cân phổ biến nhất hiện nay với hiệu quả cao giúp nhiều người lấy lại vóc dáng thon gọn mà không gặp quá nhiều áp lực.

Phát triển các ứng dụng dành cho trẻ em trong tương lai

Một nghiên cứu cho thấy gần 75% trẻ em được tiếp cận với các thiết bị di động từ rất nhỏ. Tuy nhiên, hầu như điện thoại mà các bé sử dụng đều là của cha mẹ và đương

những ứng dụng trên đó không phù hợp với lứa tuổi trẻ nhỏ, và khiến trẻ dễ bị sinh hư khi mãi mê chơi game hay truy cập vào những ứng dụng “độc hại”.

Nếu bạn là một lập trình viên và yêu thích việc xây dựng các ứng dụng di động thì có thể tận công vào mảng ứng dụng di động dành cho trẻ nhỏ và đây là sẽ xu hướng kinh doanh công nghệ nên đầu tư. Nếu nghĩ trẻ em không phải là khách hàng tiềm năng của bạn thì hoàn toàn sai rồi đấy. Đây lại là một cơ hội mà bạn có thể khai thác, tạo các ứng dụng giáo dục và ứng dụng giúp trẻ phát triển trí tuệ khi chơi.

Dịch vụ đi chợ thuê, đưa đón trẻ đi học

Ở các thành phố lớn, hầu như mọi người ai cũng bận rộn với công việc và đồng nghĩa với chuyện mua sắm thực phẩm hàng ngày bị sao nhãng. Hơn nữa, với những người làm văn phòng thì việc có mặt ở trường lúc 5h chiều để đón con là vô cùng khó khăn. Vì vậy, bạn có thể thành lập một doanh nghiệp chuyên giúp những gia đình bận rộn việc đi chợ hàng ngày, vừa đưa đón con cái của họ đi học đúng giờ. Hiện tại, dịch vụ này ở Việt Nam vẫn chưa phát triển mạnh, nhưng sẽ sớm thôi, dịch vụ này bắt buộc phải có để đáp ứng nhu cầu cho mọi người. Vì vậy, đây cũng có thể coi là xu hướng đáng để đầu tư nếu như bạn chưa biết cách kinh doanh năm 2017 tới.

Viết Ebook trực tuyến

Công nghệ và internet phát triển, mọi người đang bắt đầu thích dần với cách đọc sách điện tử trên các thiết bị thông minh thay vì sách truyền thống. Chỉ cần lưu lại trên thiết bị thông minh nhỏ, họ có thể đọc bất cứ nơi đâu, khi nào mà không cần mang theo một cuốn sách dày cộp bên mình. Hiện tại, ở Việt Nam cũng đang có nhiều trang điện tử đã triển khai hệ thống đọc sách trả phí tại thư viện online nên ý tưởng viết Ebook sẽ là một xu hướng kinh doanh năm 2017 và cho những năm tiếp theo.

Dịch vụ content

Viết nội dung hay content marketing đang dần trở thành một phương pháp tiếp cận hiệu quả được hầu hết các nhà marketing tận dụng cho doanh nghiệp của họ. Một nghiên cứu đã chỉ ra rằng, 23% thời gian người dùng truy cập internet để đọc thông tin trên mạng, và nếu tính trung bình mỗi người online 5 tiếng/ngày thì họ sẽ có 60 phút tiếp cận nội dung mỗi ngày. Vì vậy, content hiện tại rất được coi trọng không chỉ trong marketing mà ngay cả ngành công nghiệp SEO cũng luôn coi nội dung là vua. Content là quan trọng, nhưng không phải ai cũng có khả năng viết, và đặc biệt thay vì chi ngân sách để tuyển biên tập viên, copywriter full time, các công ty đang có xu hướng thuê dịch vụ viết bên ngoài, thông qua các influencer để tiết kiệm ngân sách.

TÍNH QUY LUẬT CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Phan Xuân Cường, Nguyễn Thị Thu Trang

Khoa LLCT, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

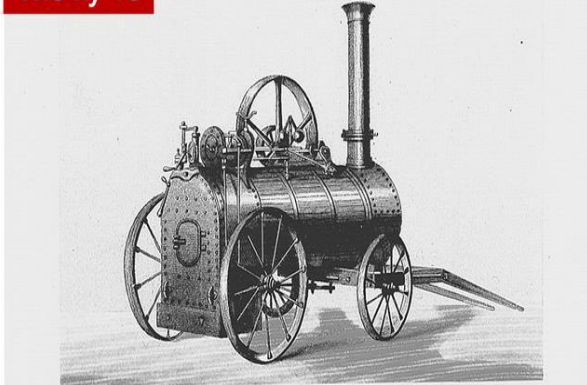
1. Khái quát các cuộc cách mạng công nghệ

Lịch sử loài người đến nay đã và đang chứng kiến bốn cuộc cách mạng công nghiệp:

Cuộc CMCN lần thứ Nhất từ khoảng năm 1784 sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hoá sản xuất. Cuộc CMCN lần thứ Nhất được bắt đầu bằng việc xây dựng các tuyến đường sắt và phát minh ra động cơ hơi nước. Phát minh này của James Watt, được công bố vào khoảng năm 1775, đã châm ngòi cho sự bùng nổ của công nghiệp thế kỷ 19 lan rộng từ Anh đến châu Âu và Hoa Kỳ. Cuộc CMCN đầu tiên đã mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại - kỷ nguyên sản xuất cơ khí. Cuộc CMCN lần thứ Nhất đã thay thế hệ thống kỹ thuật cũ có tính truyền thống của thời đại nông nghiệp (kéo dài 17 thế kỷ), chủ yếu dựa vào gỗ, sức mạnh cơ bắp (lao động thủ công), sức nước, sức gió và sức kéo động vật bằng một hệ thống kỹ thuật mới với nguồn động lực là máy hơi nước và nguồn nguyên, nhiên vật liệu và năng lượng mới là sắt và than đá.

Cuộc CMCN lần thứ Hai từ khoảng năm 1870 đến khi Thế Chiến I nổ ra, sử dụng năng lượng điện để tạo nên nền sản xuất quy mô lớn. Cuộc CMCN lần thứ Hai diễn ra khi có sự phát triển của ngành điện, vận tải, hóa học, sản xuất thép, và (đặc biệt) là sản xuất và tiêu dùng hàng loạt. Yếu tố quyết định của cuộc cách mạng này là chuyển sang sản xuất trên cơ sở điện - cơ khí và sang giai đoạn tự động hoá cục bộ trong sản xuất, tạo ra các ngành mới trên cơ sở khoa học thuần túy, biến khoa học thành một ngành lao động đặc biệt. Cuộc cách này đã mở ra kỷ nguyên sản xuất hàng loạt, được thúc đẩy bởi sự ra đời của điện và dây chuyền lắp ráp. Công nghiệp hóa thậm chí còn lan rộng hơn tới Nhật Bản sau thời Minh Trị Duy Tân, và thâm nhập sâu vào nước Nga, nước đã phát triển bùng nổ vào đầu Thế Chiến I. Về tư tưởng kinh tế - xã hội, cuộc cách mạng này tạo ra những tiền đề thắng lợi của chủ nghĩa xã hội ở quy mô thế giới.

Thế kỷ 18



Nước Anh đã sử dụng than đá và động cơ hơi nước để biến mình thành “công xưởng của thế giới”

Đầu Thế kỷ 20



Thời kì phổ cập năng lượng điện và sản xuất hàng loạt, đi đầu là hãng Ford của Mỹ

Cuối Thế kỷ 20



Thời kì tự động hóa sản xuất hàng loạt với sự giúp sức của máy tính, đi đầu là các doanh nghiệp Nhật Bản

2015~



Cuộc cách mạng IoT và công xưởng thông minh được khởi xướng bởi nước Đức thông qua Công nghiệp 4.0

Cuộc CMCN lần thứ 3 xuất hiện vào khoảng từ 1969, với sự ra đời và lan tỏa của công nghệ thông tin (CNTT), sử dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hoá sản xuất. Cuộc cách mạng này thường được gọi là cuộc cách mạng máy tính hay cách mạng số bởi vì nó được xúc tác bởi sự phát triển của chất bán dẫn, siêu máy tính, máy tính cá nhân (thập niên 1970 và 1980) và Internet (thập niên 1990). So với các cuộc CMCN lần thứ Nhất và lần thứ Hai trước đây chỉ thay thế một phần chức năng lao động chân tay của con người bằng máy móc cơ khí, hoặc tự động hoá một phần, hay tự động hoá cục bộ, thì khác biệt cơ bản nhất của cuộc Cách mạng KH&CN hiện đại là sự thay thế phần lớn và hầu hết chức năng của con người (cả lao động chân tay lẫn trí óc) bằng các thiết bị máy móc tự động hoá hoàn toàn trong quá trình sản xuất nhất định.

Cuộc CMCN lần thứ 4 (The Fourth Industrial Revolution) đang được hình thành trên nền tảng của CMCN lần thứ 3, đó là cuộc cách mạng số, đã bắt đầu xuất hiện từ

giữa thế kỷ trước. Cuộc cách mạng này có đặc trưng là sự kết hợp các công nghệ giúp xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, số hóa và sinh học. Chúng ta đang ở giai đoạn đầu của Cuộc CMCN lần thứ 4, đã bắt đầu vào thời điểm chuyển giao sang thế kỷ này và được xây dựng dựa trên cuộc cách mạng số, đặc trưng bởi Internet ngày càng phổ biến và di động, bởi các cảm biến nhỏ và mạnh hơn với giá thành rẻ hơn, bởi trí tuệ nhân tạo. Một số chuyên gia gọi đây là CMCN thế hệ 4.0. Đó là xu hướng kết hợp giữa các hệ thống thực và ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và các hệ thống kết nối Internet (IoS). Nói một cách ngắn gọn thì viễn cảnh các nhà máy thông minh trong đó các máy móc được kết nối Internet và liên kết với nhau qua một hệ thống có thể tự hình dung toàn bộ quy trình sản xuất rồi đưa ra quyết định có vẻ sẽ không còn xa xôi nữa.

2. Tính quy luật của các cuộc cách mạng công nghiệp

Cơ sở của các cuộc cách mạng công nghiệp là ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất. Lực lượng sản xuất bao gồm bốn yếu tố: người lao động, công cụ, phương tiện, đối tượng sản xuất. Cách mạng công nghiệp là sự đột phá về công cụ, phương tiện sản xuất. Sau mỗi cuộc cách mạng thì công cụ, phương tiện sản xuất, cách thức sản xuất thay đổi, đồng nghĩa với sự xuất hiện một Thời đại kinh tế mới, đúng như C.Mác đã nhận xét: *"Những thời đại kinh tế khác nhau không phải ở chỗ chúng sản xuất ra cái gì, mà là ở chỗ chúng sản xuất bằng cách nào với những tư liệu lao động nào."*(C. Mác và Ph. Ăngghen: Toàn tập, Nxb Chính trị quốc gia, 2002, t23, tr269). Do đó, có thể nói, nếu tiếp cận dưới góc độ chủ nghĩa Mác – Lê nin thì cách mạng công nghiệp thực chất là cách mạng của lực lượng sản xuất, mà cụ thể hơn là cách mạng về công cụ, phương tiện, cách thức sản xuất. Sau mỗi cuộc cách mạng, nhu cầu lao động cơ bắp giảm dần, lao động đòi hỏi hàm lượng trí tuệ cao chiếm ưu thế. Việc tự động hoá khiến cho người lao động trong sản xuất trực tiếp ít được sử dụng, tuy nhiên năng suất lao động lại tăng lên và đó là lý do các cuộc cách mạng công nghiệp thay thế nhau, bởi xét cho cùng sự thắng thế của thời đại này so với thời đại khác là sự thắng thế của năng suất lao động.

2.1 Sự phát triển của lực lượng sản xuất

Cách mạng công nghiệp 4.0 với những tiến bộ vượt bậc về công nghệ thông tin, về điều khiển học, về sinh học, về khoa học vũ trụ, về sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, quá trình tự động hóa các quá trình sản xuất và dịch vụ xã hội đã bắt đầu. Lực lượng sản xuất xã hội của loài người đã bước sang một giai đoạn phát triển mới về chất. một nền kinh tế tri thức đã hình thành và đặt cơ sở cho sự phát triển hợp quy luật của chủ nghĩa xã hội – giai đoạn thấp của chủ nghĩa cộng sản. Điều này cho thấy, ở bất kỳ giai đoạn phát triển nào của chủ nghĩa cộng sản cũng cần được đảm bảo bởi trình độ phát triển

của một nền kinh tế tri thức, trong đó khoa học, thông tin, tri thức trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp. Công nghệ thông tin, điều khiển học, trí tuệ nhân tạo và các cuộc cách mạng trong hóa học, sinh học,... sẽ tạo ra một nền sản xuất tự động hóa ngày càng cao. Năng suất lao động sẽ tăng không ngừng, thời gian lao động tất yếu sẽ giảm tối đa. Người lao động sẽ làm việc tự giác hơn, có trách nhiệm hơn với tất cả năng lực của mình. Công cách mạng công nghiệp lần thứ tư sẽ hoàn thành vai trò lịch sử của nó – xây dựng và hoàn thiện lực lượng sản xuất tiên tiến, hiện đại, đặt cơ sở vững chắc cho chủ nghĩa cộng sản.

Theo định hướng này, quá trình phát triển, hoàn thiện của lực lượng sản xuất của chủ nghĩa cộng sản sẽ phát triển qua hai giai đoạn.

Giai đoạn thứ nhất, khi nền kinh tế tri thức hình thành, chủ nghĩa cộng sản bước vào giai đoạn 1 – giai đoạn xây dựng chủ nghĩa xã hội. Ở giai đoạn này, trình độ phát triển của lực lượng sản xuất sẽ được đảm bảo bởi thành quả của hai cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba và thứ tư. Trong đó, thước đo quan trọng nhất của sự gia tăng mạnh mẽ của các phát minh khoa học, biến khoa học trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp. Nhiều phát minh khoa học được kỹ thuật hóa hoặc ứng dụng ngay vào trong quá trình sản xuất và dịch vụ xã hội. Cuộc cách mạng công nghiệp sẽ lan sang cả các lĩnh vực hóa học, sinh học, y học... Các robot sẽ thay thế một phần không nhỏ hoạt động sản xuất của con người. Trí tuệ nhân tạo sẽ phát triển giúp con người nâng cao khả năng sáng tạo đến những trình độ mới – giai cấp tri thức – chủ nhân thực sự của xã hội xã hội chủ nghĩa. Nhà nước chuyên chính của một giai cấp sẽ chuyển dần thành cơ quan tự quản xã hội trong quá trình này, đúng như dự báo của C Mác và các nhà kinh điển mácxít. Giai đoạn này được dự báo sẽ kết thúc vào nửa cuối thế kỷ XXI.

Giai đoạn thứ hai, giai đoạn phát triển cao của chủ nghĩa cộng sản. Trong giai đoạn này, các cuộc cách mạng công nghiệp thứ năm và thứ sáu sẽ diễn ra. Trong đó, đa số các phát minh khoa học sẽ được áp dụng ngay vào sản xuất và đời sống xã hội. Hầu hết, các hoạt động sản xuất và dịch vụ xã hội được tự động hóa hoàn toàn. Lao động chân tay sẽ được thay thế bằng lao động trí óc. Các robot sẽ gánh vác tất cả những hoạt động sản xuất và dịch vụ xã hội của con người. Các hoạt động giao thông và dịch vụ cũng sẽ được tự động hóa. Trí tuệ nhân tạo sẽ thay thế con người trong nhiều mặt của quá trình sản xuất và quản lý xã hội. Thời gian lao động tất yếu của con người sẽ giảm xuống tối đa. Mỗi tuần người ta có thể chỉ phải lao động một vài giờ. Lao động trở thành nhu cầu tư thân, tất yếu, là giá trị xã hội được mỗi người tôn trọng tuyệt đối. Đây là giai đoạn mà khoa học và công nghệ có những thành tựu to lớn, bất ngờ, làm thay đổi

tư duy và hoạt động của con người. Các khái niệm về thời gian, không gian và quan niệm về thế giới vật chất, tinh thần có thể có những thay đổi có tính đột biến. Sự tự do của con người được tôn trọng nhờ những hiểu biết đầy đủ hơn về bản chất của thế giới và sự tuân thủ trong hoạt động của con người với những quy luật cả tự nhiên, xã hội. Đây là giai đoạn mà loài người sẽ tiến bước từ những thập kỷ cuối của thế kỷ XXI sang thế kỷ XXII. Chủ nghĩa công sản – hình thái kinh tế xã hội mà loài người mong ước được C. Mác dự báo sẽ trở thành hiện thực – Thế giới “Đại đồng”.

Theo quan điểm của chủ nghĩa Mác – Lênin thì khi lực lượng sản xuất thay đổi thì sớm hay muộn quan hệ sản xuất cũng phải thay đổi theo. Ba cuộc cách mạng công nghiệp đầu tiên đã chứng minh điều này và sự thay đổi chủ yếu là thay đổi về mặt tổ chức sản xuất.

2.2 Tác động của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến các mặt của quan hệ sản xuất xã hội.

Quan hệ sản xuất với tư cách là hệ thống các quan hệ giữa các chủ thể của chu trình tái sản xuất xã hội được biểu hiện trên ba mặt là quan hệ sở hữu, quan hệ tổ chức quản lý và quan hệ phân phối. Sự thay đổi mang tính chất cách mạng của lực lượng sản xuất dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đồng thời tác động đến tất cả các mặt của hệ thống quan hệ sản xuất xã hội.

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư thể hiện trình độ mới của xã hội hóa sản xuất, sự hình thành và phát triển của hệ thống sản xuất mới với các nhà máy thông minh có thể đòi hỏi phải tập trung được những lượng vốn đủ lớn mà từng chủ thể kinh doanh riêng lẻ không đủ sức. Công ty cổ phần sẽ là một trong số các mô hình phù hợp để phát triển trong cả hiện tại và tương lai. Do đó, Cách mạng công nghiệp lần thứ tư sẽ thúc đẩy các hình thức sở hữu cổ phần phát triển.

Đồng thời, trong suốt chiều dài lịch sử nhân loại, các yếu tố sản xuất, đặc biệt là tư liệu sản xuất luôn mang những hình thái xã hội nhất định, thể hiện thông qua những quan hệ sở hữu cụ thể và từ đó tạo ra tiền đề, điều kiện nhất định cho việc thực hiện quá trình sản xuất, cũng như trao đổi, phân phối, tiêu dùng. Tuy nhiên, trong từng hệ thống quan hệ sở hữu lịch sử cụ thể, yếu tố quyết định thể hiện tác động của sự phát triển của lực lượng sản xuất tới sở hữu luôn là đối tượng sở hữu chủ yếu.

Trước cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đối tượng chủ yếu của sở hữu là vốn tài chính. Các chủ thể sở hữu vốn có vai trò quyết định trong mối quan hệ với các chủ thể khác của quá trình sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, với những sự thay đổi vô cùng mạnh mẽ vai trò của khoa học – công nghệ trong quá trình sản xuất kinh doanh, vị thế của yếu

tổ tài chính có xu hướng giảm xuống so với yếu tố khoa học - công nghệ. Trong cách mạng công nghiệp lần thứ tư, chủ thể nắm công nghệ ngày càng có vị trí quyết định. Nếu trong điều kiện hiện tại, giá trị gia tăng của ngành sản xuất phụ thuộc chủ yếu vào việc gia công vật liệu như kim loại thành sản phẩm, đưa vào đó phần mềm hoặc hệ thống điều khiển, thì trong tương lai hệ thống kết nối Internet sẽ thu thập nhu cầu của khách hàng, dựa trên cơ sở đó nhà sản xuất sẽ chỉ cập nhật phần mềm để lên đời sản phẩm như những chiếc điện thoại thông minh hiện nay. Không chỉ những sản phẩm, mà thiết bị sử dụng trong sản xuất chỉ cần cập nhật phần mềm để thêm tính năng mới mà không cần thay đổi các chi tiết hay bộ phận. Do đó, vai trò của các doanh nghiệp công nghệ thông tin sẽ thay đổi trong mối quan hệ với các doanh nghiệp sản xuất trực tiếp, thế giới sẽ chứng kiến một cuộc “lật đổ” ngoại mục của các doanh nghiệp công nghệ thông tin khi họ biến các doanh nghiệp sản xuất thành “tay sai” cho mình. Hiện tại, hầu hết các doanh nghiệp sản xuất đang chủ động phát triển sản phẩm riêng của mình và vai trò của các doanh nghiệp công nghệ thông tin chỉ là hỗ trợ. Tuy nhiên, với khả năng thu thập và phân tích dữ liệu, các doanh nghiệp công nghệ thông tin sẽ nắm được nhu cầu khách hàng và tự đưa ra được những sản phẩm tương ứng, sau đó họ sẽ thuê doanh nghiệp sản xuất làm sản phẩm giúp mình. Như vậy, trong tương lai thì tài năng, chứ không phải là vốn sẽ là yếu tố quan trọng bậc nhất, cốt lõi của sản xuất. Do đó, vai trò đối tượng sở hữu chủ yếu sẽ thuộc về trí tuệ. Trong bối cảnh đó, vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ được đặt lên hàng đầu. Các vấn đề pháp lý liên quan đến bản quyền, bằng sáng chế, bí mật kinh doanh và thương hiệu hàng hóa vẫn cần được tiếp tục nghiên cứu giải quyết.

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư có tác động rất lớn đến quan hệ tổ chức quản lý kinh doanh. Với sự hình thành, phát triển và gắn kết các nhà máy thông minh qua Internet kết nối vạn vật thì không những tất cả máy móc thiết bị trong công xưởng được kết nối với nhau thông qua Internet, các máy móc có thể tự giao tiếp với nhau mà không cần có sự có mặt của con người, dây chuyền sản xuất sẽ được vận hành tự động một cách hợp lý với lượng tồn kho... mà cả các doanh nghiệp cũng được kết nối với nhau từ các doanh nghiệp sản xuất các chi tiết đến các doanh nghiệp lắp ráp, doanh nghiệp vận chuyển, cửa hàng phân phối và tiêu thụ thành một thể thống nhất. Sản xuất công nghiệp phát triển với tốc độ nhanh chóng song cũng đặt ra những thách thức rất lớn đối với công tác tổ chức quản lý là phải liên tục nâng cao hiệu quả, đáp ứng ngay lập tức đến những sự thay đổi của thị trường và đáp ứng nhu cầu cho tùy chỉnh sản phẩm theo nhu cầu thị trường. Việc nghiên cứu nhu cầu thị trường, thông tin sản phẩm và hợp tác đổi

mới và các mô hình hoạt động mới, các dịch vụ và mô hình kinh doanh, độ tin cậy và năng suất liên tục, an toàn công nghệ thông tin, an toàn trong hoạt động cơ khí, vòng đời sản phẩm, chuỗi giá trị công nghiệp, giáo dục và kỹ năng lao động cho công nhân... ngày càng trở lên quan trọng. Sự tăng tốc của đổi mới, sự thay đổi không tránh khỏi từ số hóa đơn giản sang đổi mới dựa trên sự kết hợp của các công nghệ đang buộc các doanh nghiệp phải xem xét lại cách thức kinh doanh. Từ đó, đòi hỏi đội ngũ quản lý phải hiểu môi trường thay đổi của họ, thách thức các giả định của nhóm điều hành của họ, đổi mới không ngừng và liên tục. Các chuyên gia cho rằng, trong tương lai không xa, sản phẩm, con người và máy móc sẽ giao tiếp với nhau như trên mạng xã hội. Để duy trì tính cạnh tranh, các nhà máy sẽ phải cung cấp các thiết bị tùy chỉnh và có khả năng thay đổi sản phẩm nhanh chóng; sử dụng IoT và các công nghệ khác để số hóa toàn bộ quy trình, rút ngắn thời gian đưa sản phẩm ra thị trường; hợp nhất mạng lưới sản xuất dùng giải pháp quản lý vòng đời sản phẩm (PLM) dựa trên Internet để nhân viên có thể làm việc thông qua mạng; dùng robot bán tự động làm việc bên cạnh con người để tăng năng suất và vẫn đảm bảo chất lượng; phân tích dữ liệu thu thập được về khách hàng để cung cấp các dịch vụ kỹ thuật số mới.

Về quan hệ phân phối, mặc dù cách mạng công nghiệp lần thứ tư được dự báo là có tiềm năng nâng cao thu nhập toàn cầu và cải thiện chất lượng cuộc sống cho người dân trên toàn thế giới, tuy nhiên sự phân chia thu nhập sẽ có thể trở lên ngày càng thiên lệch, đặc biệt, đặt ra thách thức rất to lớn đối với đội ngũ lao động trình độ thấp, đối với các doanh nghiệp, quốc gia thiếu sức cạnh tranh

Kết luận

Tóm lại, cách mạng công nghiệp lần thứ tư không những thể hiện là trình độ phát triển mới về chất của lực lượng sản xuất, nhanh chóng biến khoa học – công nghệ trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp, mà còn thông qua đó tạo ra những yêu cầu mới đối với quan hệ sản xuất trên cả ba mặt sở hữu, tổ chức quản lý và phân phối. Do đó, đòi hỏi không những các chủ thể kinh doanh phải năng động, sáng tạo hơn, mà còn đòi hỏi nhà nước trong từng quốc gia phải thay đổi thích ứng với xu thế đó nhằm tạo lập những điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế - xã hội của đất nước

Các cuộc cách mạng công nghiệp đều nằm trong chu kỳ vận động, phát triển nhất định. Đó thực chất là cuộc cách mạng về lực lượng sản xuất dựa trên sự phát triển của khoa học công nghệ. Mà khoa học công nghệ cũng có chu kỳ vận động của nó (phát triển – đình trệ, khủng hoảng – cách mạng). Khi cách mạng xuất hiện lại bắt đầu một chu kỳ phát triển mới. Mỗi cuộc cách mạng công nghiệp xuất hiện báo hiệu đã kết thúc

một chu kỳ và bước sang chu kỳ mới. Trong sự vận động của các chu kỳ đó, nhìn chung dù mức độ khác nhau nhưng các cuộc cách mạng công nghiệp sau đều có sự phủ định và kế thừa các cuộc cách mạng công nghiệp trước đó.

Thực tế cho thấy, cách mạng công nghiệp lần thứ tư cũng sẽ phát triển không đều trên phạm vi thế giới, có những nước nhanh chóng trải qua, nhưng có những nước không bắt kịp và vẫn còn đang bắt đầu với cách mạng công nghiệp lần thứ ba. Do đó không có sự song hành về cách mạng công nghiệp ở các nước, nước nào nắm được khoa học tiên tiến và ứng dụng nhanh vào phát triển lực lượng sản xuất. Như vậy là, nếu nhìn nhận các cuộc cách mạng công nghiệp từ thế kỷ XVIII đến nay, dưới quan điểm mácxít về lực lượng sản xuất sẽ thấy Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất và thứ hai là hai cuộc cách mạng tạo nền tảng kinh tế, kỹ thuật của chủ nghĩa tư bản. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba và thứ tư là hai cuộc cách mạng công nghiệp tạo ra tiền đề kinh tế kỹ thuật cho hình thái kinh tế xã hội mới – chủ nghĩa công sản.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Cục Thông tin khoa học và công nghệ: Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, <http://vista.vn/>
- [2]. Larry Hatheway: Làm chủ Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, <http://nghiencucquocte.org>
- [3]. Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà nội, 2016.
- [4]. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI): Tổng hợp báo cáo doanh nghiệp năm 2014, 2015, 2016, Hà nội.
- [5]. Chu Ngọc Anh: Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Cơ hội và thách thức đối với các mục tiêu tăng trưởng bền vững của Việt Nam, <http://www.tapchiconsan.org.vn>
- [6]. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư bối cảnh, các xu hướng lớn và những sản phẩm điển hình, Tạp chí Tự động hóa ngày nay, 5/2016;
- [7]. Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios, Hermann, Pentek, Otto, 2015.
- [8]. Only One-Tenth of Germany's High-Tech Strategy, Bill Lydon, Industry 4.0, 2014.
- [9]. Only One-Tenth of Germany's High-Tech Strategy, Deloitte, Industry 4.0, 2015

TRƯỜNG ĐH CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM VỚI CUỘC CÁCH MẠNG
CÔNG NGHIỆP 4.0 – XU THẾ CỦA SỰ PHÁT TRIỂN

Nguyễn Thị Thu Thoa

Khoa LLCT, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

Việt Nam là quốc gia đang trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra nhiều cơ hội trong việc nâng cao trình độ công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất và cạnh tranh trong chuỗi sản phẩm, tạo ra sự thay đổi lớn về hình thái kinh doanh dịch vụ; tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo; giảm đáng kể chi phí giao dịch, vận chuyển; tạo cơ hội đầu tư hấp dẫn và đầy tiềm năng trong lĩnh vực công nghệ số và Internet đồng thời cũng là cơ hội lớn cho sản xuất công nghiệp với trình độ khoa học và công nghệ tiên tiến. Việt Nam tích cực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, vai trò giáo dục và đào tạo ở thế kỉ XXI có nhiều thay đổi trong kỷ nguyên số hóa, giảng viên chuyển từ chỗ chỉ thuyết giáo sang quản lý hành vi xã hội và tình cảm của sinh viên, là những nhà cố vấn thông thái cho sinh viên để sinh viên trở thành công dân phát triển cân đối toàn diện.

1. Vài nét về cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Từ thế kỷ XIX loài người trải qua 3 cuộc cách mạng công nghiệp lớn, tất cả đều để lại dấu ấn vô cùng to lớn làm tiền đề cho nhân loại phát triển nhảy vọt.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất (từ 1784) xảy ra khi loài người phát minh động cơ hơi nước, tác động trực tiếp đến các ngành nghề như dệt may, chế tạo cơ khí, giao thông vận tải. Động cơ hơi nước được đưa vào ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại. **Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai** (từ 1870) đến khi loài người phát minh ra động cơ điện, mang lại cuộc sống văn minh, năng suất tăng nhiều lần so với động cơ hơi nước. **Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba** (từ 1969) xuất hiện khi con người phát minh ra bóng bán dẫn, điện tử, kết nối thế giới liên lạc được với nhau. Vệ tinh, máy bay, máy tính, điện thoại, Internet... là những công nghệ hiện nay chúng ta thụ hưởng là từ cuộc cách mạng này. **Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra từ những năm 2000 gọi là cuộc cách mạng số**, thông qua các công nghệ như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR), mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, phân tích dữ liệu lớn (SMAC)... để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số.

Năm 2013, một từ khóa mới là "**Công nghiệp 4.0**" (Industrie 4.0) bắt đầu nổi lên xuất phát từ một báo cáo của chính phủ Đức đề cập đến cụm từ này nhằm nói tới chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa ngành sản xuất mà không cần sự tham gia của con người. Thủ tướng Đức Angela Merkel tiếp tục nhắc tới Industrie 4.0 tại Diễn đàn Kinh tế thế giới ở Davos tháng 1/2015. Công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của

Đức với sự tham gia của nhiều nước và trở thành một phần quan trọng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Vậy cách mạng công nghiệp 4.0 là gì? Đó là cuộc cách mạng dựa trên công nghiệp 3.0 của kỹ thuật số và điện tử (máy tính, ICT và Internet)

Đặc trưng của cách mạng công nghiệp 4.0 là sự hợp nhất các loại công nghệ làm xóa nhòa ranh giới giữa lĩnh vực vật lý, kỹ thuật số và sinh học với trung tâm là phát triển trí tuệ nhân tạo, robot hóa, Internet vạn vật (IOT) khoa học vật liệu, sinh học, công nghệ di động không dây liên ngành sâu rộng cho tự động hóa sản xuất chế tạo.

Việt Nam không nằm ngoài tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng này. Cách mạng 4.0 sẽ làm thay đổi về phân bố nguồn nhân lực sản xuất, cơ hội việc làm của người lao động, cách thức sản xuất và tiêu dùng của xã hội.

Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg, ngày 4 tháng 5 năm 2017 về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Chỉ thị nêu rõ, cuộc CMCN 4.0 với xu hướng phát triển dựa trên nền tảng tích hợp cao độ của hệ thống kết nối số hóa - vật lý - sinh học với sự đột phá của Internet vạn vật và Trí tuệ nhân tạo đang làm thay đổi căn bản nền sản xuất của thế giới. CMCN 4.0 với đặc điểm là tận dụng một cách triệt để sức mạnh lan toả của số hoá và CNTT. Làn sóng công nghệ mới này đang diễn ra với tốc độ khác nhau tại các quốc gia trên thế giới, nhưng đang tạo ra tác động mạnh mẽ, ngày một gia tăng tới mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội, dẫn đến việc thay đổi phương thức và lực lượng sản xuất của xã hội. Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Giáo dục và Đào tạo thúc đẩy triển khai giáo dục về khoa học, công nghệ, kỹ thuật và toán học (STEM) trong chương trình giáo dục phổ thông; tổ chức thí điểm tại một số trường phổ thông ngay từ năm học 2017 - 2018. Nâng cao năng lực nghiên cứu, giảng dạy trong các cơ sở giáo dục đại học; tăng cường giáo dục những kỹ năng, kiến thức cơ bản, tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với những yêu cầu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4...

Tuy nhiên, nếu không bắt kịp nhịp độ phát triển của thế giới và khu vực, Việt Nam sẽ phải đối mặt với những thách thức, tác động tiêu cực như: sự tụt hậu về công nghệ, suy giảm sản xuất, kinh doanh; dư thừa lao động có kỹ năng và trình độ thấp gây phá vỡ thị trường lao động truyền thống, ảnh hưởng tới tình hình kinh tế xã hội đất nước; mất an toàn, an ninh thông tin, xâm phạm bản quyền, thiếu hụt nguồn nhân lực trình độ cao. Mặt khác có khả năng xuất hiện làn sóng đẩy công nghệ lạc hậu từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển và chậm phát triển.

2. Ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp 4.0 trong lĩnh vực Giáo dục và đào tạo?

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang làm giãn rộng khoảng cách giữa việc đào tạo của các trường Đại học và những gì xã hội thực sự cần. Việt Nam tồn tại nghịch lý “*hàng vạn cử nhân thất nghiệp nhưng các doanh nghiệp lại không đủ người làm việc cho họ*“. Cách mạng công nghệ 4.0 đã làm thay đổi bức tranh của thị trường lao động: “*lao động giản đơn đã có robot đảm nhiệm, thị trường chủ yếu chỉ cần những việc đòi hỏi lao động sáng tạo ở trình độ cao*”

2.1 Cách mạng công nghiệp 4.0 đối với nguồn nhân lực tại trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tạo ra nhiều thay đổi về tiêu dùng, lao động và việc làm, qua đó trực tiếp tác động đến lĩnh vực giáo dục, đào tạo. Theo cách truyền thống, nhà tuyển dụng thường dựa vào bằng cấp, bằng điểm. Tuy nhiên, những doanh nghiệp lớn hàng đầu thế giới hiện lại dựa nhiều vào kỹ năng tại chỗ khi phỏng vấn tuyển dụng. Thói quen sính bằng cấp, chọn trường uy tín để học hay bằng điểm cao mới dễ được tuyển dụng sẽ bị thay đổi trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra trên toàn cầu.

Vì vậy, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư này có thể đưa đến tình trạng bất bình đẳng lớn hơn, đặc biệt là nguy cơ phá vỡ thị trường lao động. Khi tự động hóa thay thế con người trong nhiều lĩnh vực của nền kinh tế, người lao động chắc chắn sẽ phải thích ứng nhanh với sự thay đổi của sản xuất nếu không sẽ bị dư thừa, thất nghiệp.

Đứng trước cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, trí tuệ nhân tạo hay những thay đổi nhanh chóng về nhu cầu lao động sẽ gây ra sức ép lớn cho ngành giáo dục. Các trường ĐH không thể dự đoán được kỹ năng mà thị trường lao động cần trong tương lai gần, do tốc độ thay đổi công nghệ quá nhanh, trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM cũng không nằm ngoài xu thế đó.

Để thay đổi kịp với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, nhiều trường chú trọng đổi mới mô hình, chương trình đào tạo và phương thức tuyển sinh. Bên cạnh đó, đầu tư thêm cơ sở vật chất, trang thiết bị để sinh viên có điều kiện nghiên cứu tốt hơn. Công nghệ đang từng bước giúp cá nhân hóa việc đào tạo thay vì giảng dạy một chương trình chung như hiện nay, công nghệ trí tuệ nhân tạo sẽ giúp xác định rõ các điểm mạnh, yếu của từng sinh viên để đưa ra chương trình đào tạo riêng cho phù hợp. Hiện nay một số trường học đã có các kênh truyền thông riêng để sinh viên, nghiên cứu sinh chủ động nắm bắt cơ hội, lựa chọn chương trình học phù hợp. Hình thức đào tạo trực tuyến như MOOC (Massive Open Online Course) có thể sẽ ngày càng trở nên thịnh hành hơn. Cơ sở đào tạo với những chương trình học được cập nhật hay hợp tác

sâu rộng với giới công nghệ trong đào tạo và nghiên cứu sẽ có ưu thế trong việc thu hút người học.

Người học có thể chủ động lựa chọn chương trình học để phù hợp với vị trí công tác đào tạo, giảng dạy, nghiên cứu khoa học hoặc theo công việc tại các cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức kinh tế. Hoặc mô hình đào tạo với mục tiêu tăng cường chất lượng đào tạo thạc sĩ theo định hướng nghiên cứu, đáp ứng yêu cầu cao về chuẩn đầu ra chương trình đào tạo tích hợp đại học và sau đại học. Sinh viên ngay từ năm thứ 3 đã được tham gia các nhóm nghiên cứu, thực hiện các đề tài nghiên cứu cùng giáo viên hướng dẫn. Hướng nghiên cứu đề tài tốt nghiệp đại học sẽ được phát triển tiếp tục ở bậc thạc sĩ. Sinh viên có thể lập kế hoạch học tập, đăng ký học các học phần trong chương trình tích hợp để quá trình học tập từ bậc đại học lên thạc sĩ không ngắt quãng thí điểm gắn chặt đào tạo với nghiên cứu khoa học của sinh viên.

Ảnh hưởng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tác động rất lớn, các trường đại học đang đứng trước thách thức đó là cạnh tranh nguồn lực không chỉ trong nước mà cả toàn cầu như chảy máu chất xám, rất nhiều sinh viên giỏi của trường ĐH đi nghiên cứu tiến sĩ ở nước ngoài không trở về, các trường ĐH đã đưa nhiều giải pháp để thu hút giảng viên trẻ, nhà nghiên cứu, chuyên gia tới hợp tác giảng; tạo điều kiện tốt nhất cho các giảng viên trong trường tham gia hoạt động nghiên cứu, đặc biệt về cơ sở vật chất, môi trường làm việc, thực hiện tự chủ ...

Bên cạnh đó cần sự thay đổi trong quản trị nhà trường, cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi phương thức và phương pháp đào tạo thay đổi với sự ứng dụng mạnh mẽ của CNTT. Đào tạo ảo, mô phỏng, số hóa bài giảng sẽ là xu hướng đào tạo nghề nghiệp trong tương lai. Điều này tác động đến bố trí cán bộ quản lý, phục vụ và đội ngũ giáo viên của các cơ sở giáo dục nghề nghiệp.

Song song với việc thay đổi chất lượng “máy cái”, đổi mới mô hình nhà trường chính là giải pháp cần thiết. Cần chuyển đổi mạnh mẽ sang mô hình chỉ đào tạo “những gì thị trường cần” và hướng tới chỉ đào tạo “những gì thị trường sẽ cần”. Theo mô hình mới này, việc gắn kết giữa cơ sở giáo dục nghề với doanh nghiệp là yêu cầu được đề ra; đồng thời, đẩy mạnh việc hình thành các cơ sở đào tạo trong doanh nghiệp để phân chia các nguồn lực chung.

2.2 Vai trò của giảng viên trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Với sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, trường Đại học phải đào tạo cho người học những kỹ năng và kiến thức cơ bản lẫn

tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi khi công việc thay đổi liên tục để tránh nguy cơ bị đào thải.

Người giảng viên không dạy cho người học cái mình đang có, mà phải hướng tới dạy người học sáng tạo ra cái mới. Học tập để cạnh tranh chứ không phải để lấy bằng như xưa, mục tiêu đào tạo của Đại học không phải là để tạo ra những người lao động làm công việc mà rô bốt sẽ làm mà phải đạt tới trình độ con người làm ra được rô bốt. Vai trò giảng viên trong thế kỉ XXI trở nên phức tạp ở một thế giới thay đổi nhanh chóng; nơi mà tri thức hầu như vô tận, giảng viên phải định hướng vào công nghệ và chịu trách nhiệm không chỉ với việc dạy mà còn với việc học của trò

Giảng viên phải quan tâm nhu cầu của từng sinh viên trong lớp học không đồng nhất, tạo môi trường học tập lấy sinh viên làm trung tâm để học xuất sắc và có cơ hội học tập theo lối truy vấn, năng động. Giảng viên cần đáp ứng chuẩn chương trình đào tạo để tăng cường tính sáng tạo, óc tò mò ham hiểu biết và động cơ học tập của trò. Giảng viên phải duy trì mối quan hệ với sinh viên, phụ huynh và cán bộ nhân viên. Giảng viên có những năng lực cần phải trang bị là kiến thức nền tảng, chuyên môn vững vàng; khả năng tự học và khả năng sáng tạo; phương pháp, kỹ năng làm việc chuyên nghiệp; ngoại ngữ và các kỹ năng mềm; hiểu biết văn hóa rộng, đạo đức và ứng xử trong môi trường quốc tế.

Thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, việc học không chỉ ở trên giảng đường, lớp học mà phải học mọi nơi, mọi lúc; học thông qua trải nghiệm, nghiên cứu khoa học. Trong xã hội dựa trên tri thức và số hóa của thế kỉ XXI, giáo dục phải đương đầu với thách thức to lớn chuyển từ học truyền thống sang đổi mới phương pháp học. Nó đặt ra yêu cầu lớn biến đổi vai trò giảng viên – truyền thụ kiến thức theo cách truyền thống sang vai trò xúc tác và điều phối.

Sự biến đổi này buộc giảng viên đổi diện với nhiệm vụ mới một cách linh hoạt hơn và cần được đào tạo bồi dưỡng lại cho các nhiệm vụ rất mới mẻ này. Vai trò giảng viên đã và đang tiếp tục thay đổi từ địa vị người dạy sang người thiết kế, cố vấn, huấn luyện và tạo ra môi trường học tập. Trong kỷ nguyên số hóa, giảng viên phải giúp sinh viên điều chỉnh chất lượng và độ giá trị nguồn thông tin, kiến thức mới, phải là nhà chuyên nghiệp có đầu óc mở, biết phê phán độc lập, hợp tác, cộng tác tích cực và điều giải giữa người học với những gì họ muốn biết.

Muốn cho từng cá nhân tồn tại và phát triển nhanh trong kỷ nguyên số hóa, con người phải được trang bị kỹ năng giải quyết vấn đề, tư duy sáng tạo và xóa mù thông tin. Cách dạy cổ truyền không thể tạo ra những công dân thích hợp cho thế kỉ XXI, giá

trị của giảng viên không phải là giảng bài mà là hướng dẫn, xúc tác giúp sinh viên biết tự định hướng trong học tập. Sinh viên cần được tăng cường giáo dục những kỹ năng, kiến thức cơ bản, tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với những yêu cầu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Vậy giảng viên ở thế kỉ XXI phải cải tiến phương pháp dạy và không những trau dồi học hỏi nghiệp vụ mà còn nỗ lực tự bồi dưỡng một cách hợp lý khi có sự thay đổi diễn ra.

3. Xu thế và những thách thức của trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm trước cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Trong xu thế phát triển hiện nay, tự chủ trường đại học là điều kiện cần thiết để thực hiện các phương thức quản trị đại học tiên tiến nhằm cải tiến và nâng cao chất lượng đào tạo. Tự chủ sẽ tạo động lực để các trường đổi mới nhằm đạt hiệu quả cao hơn trong hoạt động của mình, đồng thời cũng làm tăng tính cạnh tranh giữa các cơ sở giáo dục đại học, tạo điều kiện để đa dạng hóa các hoạt động giáo dục. Ngày 23/6/2015, Thủ tướng ban hành Quyết định 901/QĐ-TTg phê duyệt Đề án đổi mới cơ chế hoạt động của Trường theo hướng tự chủ tự chịu trách nhiệm. Nghị quyết số 05/NQ-HĐKĐCLGD ngày 27/3/2017 của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục của Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục – Đại học Quốc gia TP.HCM đã công nhận Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM đạt tiêu chuẩn chất lượng giáo dục đây là cơ hội để trường thể hiện trách nhiệm về chất lượng đào tạo của mình.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư tác động mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực, với sự xuất hiện của robot có trí tuệ nhân tạo mang lại nhiều ứng dụng trong xã hội. Công nghệ thực tế ảo sẽ thay đổi cách dạy và học, đòi hỏi giáo dục đại học phải đem lại cho người học những kỹ năng và kiến thức cơ bản lẫn tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với các thách thức và yêu cầu công việc thay đổi liên tục để tránh nguy cơ bị đào thải. Dù phải đối mặt với các nguy cơ nhưng cơ hội sẽ còn lớn hơn cho những Trường nhận thức sớm được xu hướng chuyển đổi. Khi đó việc đào tạo đúng hướng về hành vi nghề nghiệp sẽ mang lại sự chiếm lĩnh cơ hội cao hơn.

Trường đã ban hành chiến lược phát triển đội ngũ và tăng cường cơ sở vật chất. Hiện trường có 2 GS, 8 PGS và 54 TS giúp tăng tỉ lệ giảng viên có trình độ TS từ 9.4% lên 16.5%; đồng thời quyết tâm đưa vào sử dụng Trung tâm thí nghiệm thực hành với 36 phòng thí nghiệm và “khu vườn tự học” cho sinh viên khoảng 0,5ha vào đầu năm học 2017 – 2018. Trong xu hướng hội nhập quốc tế và đặc biệt là hội nhập cộng đồng ASEAN đòi hỏi nhà trường phải duy trì và cải tiến chất lượng thường xuyên, không chỉ

là đào tạo và nghiên cứu khoa học mà còn chủ động kết nối, hỗ trợ và phục vụ cộng đồng. Đối với chương trình đào tạo, Trường đã xây dựng lộ trình đến năm 2018 sẽ đánh giá 02 chương trình đào tạo theo tiêu chuẩn AUN-QA (đó là chương trình đào tạo Công nghệ Thực phẩm và Công nghệ Kỹ thuật Hóa học); từng bước tiến đến năm 2020 sẽ đánh giá toàn bộ chương trình đào tạo trình độ đại học theo chuẩn MOET và AUN-QA.

Trước những tác động tiềm năng của cách mạng công nghiệp 4.0, để làm tốt vai trò của ngành giáo dục và đào tạo, là nơi cung cấp nguồn nhân lực cho nền kinh tế phía Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa càng sâu rộng như hiện nay, khi mà trong một số lĩnh vực nhất định, lao động có thể di chuyển giữa các nước theo những cam kết của AEC, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM cần có những chính sách quyết liệt và mạnh mẽ theo các hướng cơ bản sau:

- **Thứ nhất**, cần xây dựng chiến lược phát triển giáo dục đào tạo rõ ràng trong đó chỉ rõ sự chuyển dịch của các ngành nghề đào tạo cũng như nâng cao kỹ năng của nhân lực được đào tạo. Coi chiến lược phát triển giáo dục và đào tạo như là một chiến lược quan trọng để thực hiện chiến lược phát triển KHCN và kinh tế.

- **Thứ hai**, cần có các chính sách rõ ràng trong việc cải thiện chỉ số giáo dục đào tạo và nguồn nhân lực thông qua việc nâng cao kỹ năng làm việc cho học sinh sinh viên đặc biệt là kỹ năng làm việc và kỹ năng tiếng Anh để có thể tận dụng được cơ hội do cách mạng công nghiệp 4.0 đem lại. Tăng các chương trình đào tạo bằng tiếng Anh, nâng cao năng lực sử dụng tiếng Anh của học sinh, sinh viên; Đào tạo và nâng cao năng lực tiếng Anh cho giảng viên, đào tạo đội ngũ giảng viên chuyên nghiệp có trình độ tiếng Anh tốt; Kết nối chặt chẽ giữa cơ quan thực tế và cơ sở đào tạo. Coi quá trình đào tạo nguồn nhân lực là trách nhiệm chung của các bên chứ không phải của riêng trường; Tăng dung lượng các học phần giảng dạy do các nhà làm thực tế đảm nhiệm trong các chương trình đào tạo để tăng tính thực tiễn của các chương trình đào tạo; Tăng các bài báo công bố trong các tạp chí có uy tín trong nước và thế giới theo các danh mục chuẩn như ISI và Scopus, tăng tỉ lệ trích dẫn các bài báo, các công trình đối với các trường đào tạo khoa học cơ bản; Có những chính sách định hướng nghề nghiệp rõ ràng để tránh tình (trạng) trạng học lệch, học chỉ học lý thuyết mà không chịu rèn luyện kỹ năng cũng như thái độ làm việc.

- **Thứ ba**, cần đầu tư đổi mới công nghệ, áp dụng công nghệ mới trong đào tạo và quản lý đào tạo. Đổi mới cách thức quản lý đào tạo, ứng dụng các hệ thống quản lý thông minh; Phải đặt trọng tâm vào gắn kết với các doanh nghiệp để thực hiện nghiên cứu triển khai để nâng cao khả năng hấp thụ, và nếu tốt hơn là tạo ra các bằng phát minh

sáng chế, và để lôi cuốn sinh viên tham gia các hoạt động đổi mới sáng tạo ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

- **Thứ tư**, đầu tư vào các chương trình, các chính sách để cải thiện chỉ số Công nghệ thông tin và truyền thông qua các hình thức như : Tăng cường đào tạo về công nghệ thông tin cho các cán bộ giảng viên. Xây dựng chuẩn đầu ra tin học đáp ứng yêu cầu và chuẩn mực quốc tế, qua đó làm căn cứ và mục tiêu rèn luyện kỹ năng sử dụng công nghệ thông minh trong quá trình học tập; Xây dựng các nguồn dữ liệu mở để chia sẻ tri thức; Xây dựng xã hội học tập thông qua việc phát triển các chương trình đào tạo trực tuyến chất lượng cao đáp ứng nhu cầu học tập suốt đời của mỗi cá nhân. Sinh viên phải học một số học phần trực tuyến để rèn luyện và tăng khả năng thích ứng linh hoạt, tăng kỹ năng sử dụng các thiết bị công nghệ thông minh cho sinh viên.

Như vậy, cách mạng công nghiệp 4.0 đang đặt ra những yêu cầu mới cho hệ thống giáo dục Việt Nam, đặc biệt Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM, vậy nhà trường cần đổi mới để có thể tạo ra những nguồn nhân lực, những cán bộ, giảng viên có năng lực vượt trội, có năng lực chuyên môn, có khả năng làm việc với công nghệ thông minh và khả năng ngoại ngữ để có thể “đứng trên vai những người khổng lồ” và tận dụng tốt các cơ hội của cuộc cách mạng này đưa nước ta phát triển mạnh mẽ hơn trong tương lai./.

CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ VAI TRÒ CỦA GIẢNG VIÊN

Nguyễn Phước

Khoa LLCT, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

1. Thực trạng giáo dục Việt Nam trước cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang đặt ra những yêu cầu vô cùng cấp bách cho sự nghiệp đổi mới toàn diện giáo dục và đào tạo của Việt Nam.

Đến nay, sau 30 năm thực hiện đổi mới, Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đặc biệt là trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo. Tỷ lệ người dân biết chữ tăng cao, đạt trên 95% - vào loại cao nhất thế giới, đồng thời tỷ lệ tái mù thấp. Việt Nam đã hoàn thành 3/8 mục tiêu Thiên niên kỷ trước thời hạn, trong đó có mục tiêu phổ cập tiểu học. Tổng chi phí cho giáo dục ở Việt Nam so với GDP thuộc loại cao nhất thế giới.

Theo Tổng cục Thống kê, giai đoạn 2008-2013, tổng chi của xã hội cho giáo dục (bao gồm chi từ ngân sách Nhà nước và chi từ người học) trong GDP trung bình là 7,2%, cao hơn bình quân các nước phát triển (5,7%) và nước mới phát triển (5,3%).

Tuy nhiên, các chỉ số giáo dục của Việt Nam được đánh giá là chậm chuyển biến và đang tồn tại những hạn chế nhất định đặc biệt là còn nặng về lý thuyết, chưa coi trọng kỹ năng làm việc, kỹ năng mềm, thiếu gắn kết với thực tế, cơ sở vật chất phục vụ đào tạo như các phòng thí nghiệm còn lạc hậu...v.v

Theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới, năm 2012, chỉ số Giáo dục và Nguồn nhân lực của Việt Nam đạt 2,99 điểm – xếp thứ 106 trong tổng số 146 nước và vùng lãnh thổ tham gia xếp hạng trên thế giới. Ở khu vực châu Á Thái Bình Dương, Việt Nam xếp thứ 15 trong số 18 nước tham gia xếp hạng. Riêng trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đứng thứ 6 trên Lào, Campuchia và Myanmar.

Mặc dù Việt Nam cũng có các chính sách khuyến khích phát triển khoa học công nghệ(KHCN) và nguồn lực cán bộ KHCN của Việt Nam khá đông đảo nhưng sự phát triển của KHCN và ứng dụng KHCN vào các lĩnh vực của đời sống còn rất hạn chế.

Cũng theo báo cáo của Ngân hàng thế giới, năm 2012, chỉ số đổi mới công nghệ đạt 2,8 điểm đứng thứ 113 trong tổng số 146 nước tham gia xếp hạng. Ở khu vực Châu Á Thái Bình Dương, Việt Nam đứng thứ 15 trong tổng số 18 nước và trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam cũng đứng thứ 6 trên Lào, Campuchia và Myanmar. Khoảng cách chênh lệch về chỉ số đổi mới công nghệ của Việt Nam so với các nước Singapore, Malaysia và Thái Lan còn quá lớn.

Về công nghệ thông tin và truyền thông, việc triển khai chiến lược phát triển hạ tầng viễn thông và công nghệ thông tin giai đoạn 2011-2020 đã giúp nước ta có những bước chuyển biến mạnh mẽ, nhiều mặt đạt trình độ tiên tiến của thế giới.

Tuy nhiên, theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới, năm 2012 chỉ số Công nghệ thông tin của Việt Nam vẫn đứng thứ 75 trên tổng số 146 nước tham gia xếp hạng, ở khu vực Châu Á Thái Bình Dương, Việt Nam xếp thứ 10 trong tổng số 18 nước tham gia xếp hạng và nếu tính trong khu vực Đông Nam Á thì Việt Nam đứng trên Lào, Campuchia, Myanmar, Phillipines và Indonesia. [4]

2. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

2.1. Bối cảnh lịch sử

Cách mạng công nghiệp là gì ?. Cách mạng công nghiệp được hiểu là cuộc cách mạng trong lĩnh vực sản xuất được bắt đầu bằng cách mạng kỹ thuật. Cách mạng công nghiệp là sự thay thế lao động thủ công, giản đơn, quy mô nhỏ bằng lao động máy móc, kỹ thuật mà chủ yếu và phổ biến là kỹ thuật cơ khí và quy mô lớn [5]

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất trải dài từ năm 1760 đến khoảng năm 1840, được bắt đầu bằng việc xây dựng các tuyến đường sắt và phát minh ra động cơ hơi nước, mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại – kỷ nguyên sản xuất cơ khí.

Tiếp theo, Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai được bắt đầu vào cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20, với sản xuất hàng loạt, được thúc đẩy bởi sự ra đời của điện và dây chuyền lắp ráp.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba bắt đầu vào những năm thập niên 1960 và thường được gọi là cuộc cách mạng máy tính hay cách mạng số bởi vì nó được xúc tác bởi sự phát triển của chất bán dẫn, siêu máy tính (thập niên 1960), máy tính cá nhân (thập niên 1970 và 1980) và Internet (thập niên 1990). [1]

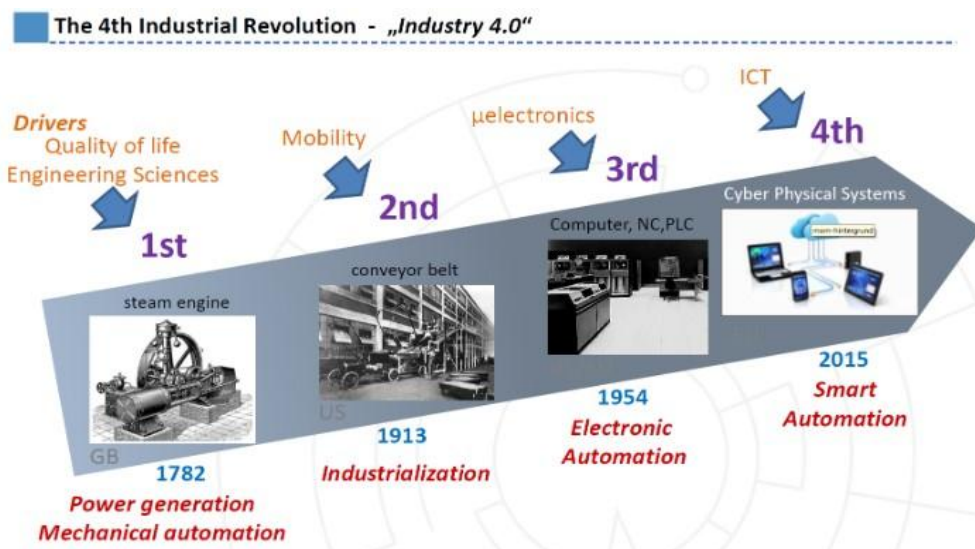
Ngày nay chúng ta đang ở giai đoạn đầu của Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (thường gọi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, hay công nghiệp 4.0, Fourth Industrial Revolution – FIR)

Ngày 20/01/2016, Diễn đàn kinh tế Thế giới (World Economic Forum) lần thứ 46 tại thành phố Davos – Kloster, Thụy Sĩ, với chủ đề “ *Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4*” với tham dự 40 nguyên thủ quốc gia và hơn 2.500 quan khách đến từ 100 quốc gia. Khái niệm Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 hay công nghiệp 4.0 đã được làm rõ tại diễn đàn

Theo GS Klaus Schwab, Chủ tịch Diễn đàn, Industry 4.0 (tiếng Đức là Industrie 4.0) hay Cuộc CMCN 4.0, là một thuật ngữ bao gồm một loạt các công nghệ tự động hóa hiện đại, trao đổi dữ liệu và chế tạo. Cuộc CMCN 4.0 được định nghĩa là một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (Internet of Things, IoT) và Internet của các dịch vụ (Internet of Services, IoS)

Thuật ngữ “Industrie 4.0” bắt nguồn từ một dự án trong Chiến lược công nghệ cao của Chính phủ Đức. Trong đó, khuyến khích việc tin học hóa sản xuất. Thuật ngữ Industrie 4.0 được sử dụng lần đầu vào năm 2011 tại Hội chợ Hannover. Hội chợ hàng đầu thế giới về công nghệ và công nghiệp. Khái niệm Industrie 4.0 này lần đầu tiên được đề cập trong bản Kế hoạch hành động chiến lược công nghệ cao được Chính phủ Đức thông qua năm 2012. Tháng 10/2012, nhóm công tác về Industrie 4.0 dưới sự chủ trì của Siegfried Dais và Henning Kagerman đã trình bày một tập hợp các nguyên tắc về Industrie 4.0 đề xuất thực hiện với Chính phủ Đức.

Ngày 8/4/2013 tại Hội chợ Hannover, bản báo cáo cuối cùng của Nhóm công tác Industrie 4.0 đã được trình bày. Thuật ngữ Industrie 4.0 là tên gọi làn sóng thay đổi sản xuất đang diễn ra tại Đức. Ở một số nước khác, nó được gọi là “công nghiệp IP (Intelligent Production)”, “sản xuất thông minh” hay “sản xuất số”. Ở Việt Nam thời đó chúng ta hay gọi là “Thời buổi kỹ thuật số hay thời đại kỹ thuật số”. Dù ở mỗi nước có tên gọi khác nhau, nhưng chung quy lại một ý tưởng là: sản xuất tương lai mang thế giới ảo (mạng) và thế giới thực (máy móc) xích lại gần nhau. [2]



Hình: Bốn cuộc cách mạng công nghiệp [7]

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư không chỉ là về các máy móc, hệ thống thông minh và được kết nối, mà còn có phạm vi rộng lớn hơn nhiều. Đồng thời là các làn sóng của những đột phá xa hơn trong các lĩnh vực khác nhau từ mã hóa chuỗi gen cho tới công nghệ nano, từ các năng lượng tái tạo tới tính toán lượng tử. FIR là sự dung hợp của các công nghệ này và sự tương tác của chúng trên các lĩnh vực vật lý, số và sinh học, làm cho Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư về cơ bản khác với các cuộc cách mạng trước đó.

Trong cuộc cách mạng này, các công nghệ mới nổi và sự đổi mới trên diện rộng được khuếch tán nhanh hơn và rộng rãi hơn so với những lần trước. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai chưa đến được với 17% dân số của thế giới, tức ước tính khoảng gần 1,3 tỷ người vẫn chưa tiếp cận với điện. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba vẫn chưa đến được với hơn nửa dân số thế giới, 4 tỷ người, phần lớn đang sống trong các nước đang phát triển, thiếu tiếp cận Internet.

2.2.Đặc trưng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Nhìn lại lịch sử, thời kỳ cuối thế kỷ XVIII chứng kiến cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất, sự ra đời của động cơ hơi nước và năng lượng nước đã thay đổi diện mạo nền công nghiệp thế giới với việc cơ giới hoá sản xuất, mở ra kỷ nguyên sản xuất cơ khí. Giai đoạn sau của thế kỷ IXX là sự bùng nổ của kỹ thuật điện, dây chuyền lắp ráp và sản xuất hàng loạt, đánh dấu cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai. Giữa thế kỷ IXX là thời điểm bắt đầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba, công nghệ thông tin bắt đầu bùng nổ nhanh chóng và quá trình sản xuất được tự động hóa dựa trên hệ thống quản lý máy tính, được xúc tác bởi sự phát triển của chất bán dẫn, siêu máy tính, máy tính cá nhân và Internet.

Thời điểm hiện tại là giai đoạn đầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư có các đặc trưng sau:

Một là. Cuộc cách mạng này được hình thành trên nền tảng thành tựu vượt bậc của cuộc cách mạng thứ ba, xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, kỹ thuật số và sinh học với *trung tâm là sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, tự động hóa – rô bốt, và Internet of Things (IoT)*. Sự dịch chuyển khoa học kỹ thuật này mới bắt đầu và rục rịch chuyển mình, nhưng sẽ phức tạp và phạm vi ảnh hưởng vô cùng sâu rộng, sẽ phát triển và lan truyền với tốc độ chưa từng có tiền lệ so với ba cuộc cách mạng công nghiệp trước đây.

[3]

Hai là, Các hệ thống sản xuất thực - ảo (Cyber – Physical System, CPS). Trong đó các sản phẩm thông minh gắn đầy cảm biến báo cho nhà máy biết chúng cần được xử lý

như thế nào, các quy trình sẽ có quyền tự trị trong một hệ thống mô đun phân cấp và các thiết bị nhúng thông minh làm việc với nhau qua mạng không dây hoặc thông qua đám mây dữ liệu. [2]

2.3. Nội dung và xu hướng của cuộc cách mạng công nghiệp lần 4.0

Nội dung và các xu thế lớn của công nghệ có thể được chia thành 3 nhóm: vật lý (physical), kỹ thuật số (digital) và sinh học (biology). Cả ba đều liên quan chặt chẽ với nhau và với các công nghệ khác để đem lại lợi ích cho nhau dựa vào những khám phá và tiến bộ của từng nhóm. [2]

2.3.1 Vật lý

Có bốn đại diện chính của xu hướng lớn về phát triển công nghệ, dễ dàng nhận thấy nhất là: xe tự lái, công nghệ in 3D, robot cao cấp và vật liệu mới.

2.3.2 Kỹ thuật số

Từ Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, sự hội tụ giữa ứng dụng vật lý và ứng dụng kỹ thuật số là sự xuất hiện Internet của vạn vật (Internet of Things, IoT). có thể coi IoT là mối quan hệ giữa vạn vật (các sản phẩm, dịch vụ, địa điểm, v.v...) và con người thông qua các công nghệ kết nối và các nền tảng khác nhau.

Thiết bị cảm biến và các giải pháp kết nối thế giới thực vào mạng không gian ảo đang phát triển với tốc độ đáng kinh ngạc.

Ngày nay, có hàng tỷ thiết bị trên toàn thế giới như điện thoại thông minh, máy tính bảng và máy tính được kết nối internet. Điều này sẽ thay đổi hoàn toàn cách thức mà chúng ta quản lý chuỗi cung ứng bằng cách cho phép chúng ta giám sát và tối ưu hóa tài sản và các hoạt động đến một mức rất chi tiết. Trong quá trình này, IoT sẽ tác động làm biến đổi tất cả các ngành công nghiệp, từ sản xuất đến cơ sở hạ tầng đến chăm sóc sức khỏe.

2.3.3 Sinh học

Những đổi mới trong lĩnh vực sinh học nói chung và di truyền nói riêng thật sự đáng kinh ngạc. Trong những năm gần đây, chúng ta đã và đang thành công trong việc giảm chi phí và dễ dàng hơn trong việc giải trình bộ gen và mới đây là việc kích hoạt hay chỉnh sửa gen. Hiện nay, một gen có thể được giải mã trong vài giờ với chi phí không tới một ngàn USD. Với sức mạnh của máy tính, các nhà khoa học thử nghiệm cách thức mà các biến dị gen gây ra các bệnh lý đặc thù .

Sinh học tổng hợp là bước tiếp theo. Công nghệ này sẽ giúp chúng ta có khả năng tùy biến cơ thể bằng cách sửa lại DNA. Sinh học tổng hợp sẽ phát triển hơn nữa, những

tiền bộ này sẽ không chỉ tác động sâu và ngay tức thì về y học mà còn về nông nghiệp và sản xuất nhiên liệu sinh học.

Như vậy, các công nghệ sẽ mang tính liên ngành sâu rộng, sức mạnh tiếp cận và xử lý số lượng lớn các yêu cầu từ khách hàng tại cùng một thời điểm, dung lượng lưu trữ dữ liệu không giới hạn, những bước tiến ấn tượng trong lĩnh vực tương tác giữa máy móc và thế giới sinh học, trí thông minh nhân tạo, và *từ đó sẽ là nền tảng để xuất hiện các mô hình kinh doanh mới.*

Ví dụ các tổ chức, hình thức kinh doanh mà rô bốt sẽ là nhân lực chủ đạo thay thế cho con người trong tương lai.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 có xu hướng là sẽ tạo ra sản phẩm theo yêu cầu cụ thể của khách hàng với chi phí phù hợp và xây dựng hệ thống sản xuất hàng loạt có khả năng linh hoạt điều chỉnh theo thay đổi của nhu cầu xã hội, tạo ra lợi ích và tối ưu nhất cho các bên liên quan.

3. Tác động cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đến giảng viên

Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tới giáo dục đào tạo đặc biệt là vai trò của giảng viên trong quá trình dạy - học thời đại kỹ thuật số, thực - ảo (Cyber - Physical System, CPS) cụ thể:

Trong kỷ nguyên số hóa, vai trò của giảng viên làm việc ở cơ sở giáo dục Đại học:

Một là, giảng viên phải hiểu được sự khác nhau giữa “học về” và “học để”; phải thực hiện cái “học để” nhằm đạt kết quả đầu ra hiệu quả trong sinh viên. Việc lôi cuốn đúng đắn người học đảm bảo theo ngành môn học nhằm mục đích “học để”, nghĩa là, nếu sinh viên được tuyển vào chương trình đào tạo luật thì họ phải bộc lộ được các kỹ năng tranh luận hoặc kỹ năng hùng biện, chương trình đào tạo quản trị kinh doanh thì họ phải bộc lộ kỹ năng quản trị, kỹ năng quản lý, chương trình đào tạo sư phạm thì họ phải bộc lộ kỹ năng dạy học.

Hai là, Giảng viên có thể sẵn sàng giúp sinh viên khai thác nội dung làm việc bên ngoài bài giảng dưới dạng số hóa và vai trò người thầy trên quan điểm kỹ thuật dạy học là có quan trọng cốt yếu.

Ba là, Giảng viên phải tìm ra các phương thức và cấu trúc hỗ trợ sinh viên phát triển các kỹ năng học tương tác, học cộng tác và học độc lập với nhau.

Bốn là, Giảng viên nuôi dưỡng lối tư duy, óc sáng tạo và nhiệt tình khoa học trong sinh viên để làm cho họ trở thành người biết cách tự học và tự đổi mới suốt đời.

Chẳng hạn như giảng viên Đại học Indiana, Hoa Kỳ, họ đều quản lý các công nghệ, phương tiện có sẵn để dạy học hiệu suất - phòng thí nghiệm ảo, nguồn lực điện

toán từ Chương trình quốc gia học tập theo công nghệ tiên tiến với sứ mệnh quốc gia về Giáo dục bằng ICT (Information Communication Technology), nguồn lực giáo dục mở, giáo dục qua mobile phone,...v.v.

Năm là, Giảng viên được trang bị lệnh kỹ thuật số để nuôi dưỡng tư duy, óc sáng tạo và nhiệt tình khoa học cho sinh viên trở thành tự học và tự đổi mới suốt đời. Đó là vai trò của giảng viên biết làm lộ sáng sinh viên ở trình độ tiên tiến của kiến thức và kỹ năng (chuyên gia học đan quện, giảng bài, tổ chức seminar, hội thảo...).

Sáu là, Giảng viên đóng vai trò chủ chốt trong đào tạo ra kho chứa hoàn chỉnh gồm học thuật hỗ trợ tâm lý con người và tâm lý xã hội, các dịch vụ hướng dẫn (tư vấn, cố vấn và hướng dẫn nghiệp vụ chuyên môn) để cung cấp cho sinh viên.

Bảy là, Giảng viên bắt buộc phải sử dụng nguồn lực thư viện điện tử để gia tăng quá trình dạy-học. Đó là chức năng sống còn của giảng viên am hiểu công nghệ nhằm trao quyền và cho phép bản thân họ cũng như sinh viên sử dụng công cụ và công nghệ khác nhau để cải tiến dạy-học. Họ phải mài sắc kỹ năng của mình trên quan điểm, phương pháp dạy-học có tính cạnh tranh với công nghệ số.

Việc quản lý nội dung và kiến thức là tài khéo tay biết xoay sở chủ yếu để giảng viên tồn tại trong môi trường số. Họ phải chọn lựa, phát triển và làm giàu tư liệu dạy-học với cấu trúc số hóa theo phương thức ở bất kỳ mọi nơi, mọi lúc.

Giờ đây vai trò giảng viên đã thay đổi nhờ nâng cao công nghệ, và việc đánh giá học tập của sinh viên đã vượt ra ngoài 4 bức tường lớp học.

Một khi sinh viên lấy được thông tin và tri thức qua cửa sổ kỹ thuật số, thì việc đánh giá họ sẽ phải được thiết kế bằng chính hình thức đó. Ở đây vai trò giảng viên là cộng tác với sinh viên cũng như các cố vấn và giảng viên khác trên thế giới. [6]

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư: bối cảnh, các xu hướng lớn và những sản phẩm điển hình, Tạp chí Tự động hóa, 5/2016
- [2]. Cục Thông tin KH & CN Quốc gia, Cách mạng công nghiệp lần thứ 4
- [3]. Nguyễn Đình Đức, 2016, *Đặc trưng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4*, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [4]. Trần Thị Vân Hoa, Đỗ Thị Bông, 2016, *Giải pháp nào giúp trường đại học đón nhận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0*, Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội.
- [5]. Hồ Sĩ Quý, Phạm Văn Đức, Đồng chủ biên, 2015, *Giáo trình triết học (Dùng cho khối không chuyên ngành triết học trình độ đào tạo thạc sĩ, tiến sĩ các ngành khoa học tự nhiên và công nghệ*, NXB Chính trị Quốc gia.

[6]. Mai Văn Tính, 2016, *Tác động của cuộc cách mạng 4.0 tới giáo dục đào tạo*, Tạp chí Giáo dục Việt Nam

SỰ TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4 TỚI GIÁO DỤC VIỆT NAM THÔNG QUA XU HƯỚNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THỰC TẾ ẢO TRONG HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO

Phạm Xuân An, Nguyễn Phước Trọng

Khoa LLCT, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

Cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4 với sự bùng nổ của công nghệ số hóa, theo đó, các thiết bị công nghệ cao dần dần thay thế sự tham gia của con người. Đặc biệt, trong lĩnh vực giáo dục, Công nghệ thực tế ảo (Virtual Reality - VR) với ưu thế trình bày dữ liệu phức tạp một cách trực quan, dễ tiếp cận đã được ứng dụng hiệu quả trong huấn luyện quân sự, ứng dụng trong đào tạo ngành y tế, giảng dạy du lịch, ngoại ngữ, lịch sử, địa lý.... Hoạt động đào tạo ở Việt Nam hiện nay cũng đang chịu sự tác động mạnh mẽ của Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4, thông qua xu hướng ứng dụng Công nghệ Thực tế ảo.

1. Khái quát về Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4

1.1. Vị trí lịch sử

Cụm từ "cách mạng công nghiệp" hàm chứa sự thay đổi lớn lao, không chỉ biến đổi kinh tế mà cả văn hóa, xã hội một cách toàn diện.

Nhìn lại lịch sử, con người đã chứng kiến 3 cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lớn:

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất (từ 1784) xảy ra khi loài người phát minh động cơ hơi nước, tác động trực tiếp đến các ngành nghề như dệt may, chế tạo cơ khí, giao thông vận tải. Động cơ hơi nước được đưa vào ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai (từ 1870) đến khi loài người phát minh ra động cơ điện, mang lại cuộc sống văn minh, năng suất tăng nhiều lần so với động cơ hơi nước.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba (từ 1969) xuất hiện khi con người phát minh ra bóng bán dẫn, điện tử, kết nối thế giới liên lạc được với nhau. Vệ tinh, máy bay, máy tính, điện thoại, Internet... là những công nghệ hiện nay chúng ta thụ hưởng là từ cuộc cách mạng này.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra từ những năm 2000 gọi là cuộc cách mạng số, thông qua các công nghệ như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR), mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, phân tích dữ liệu lớn (SMAC)... để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số.

Năm 2013, một từ khóa mới là "Công nghiệp 4.0" (Industrie 4.0) bắt đầu nổi lên xuất phát từ một báo cáo của chính phủ Đức đề cập đến cụm từ này nhằm nói tới chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa ngành sản xuất mà không cần sự tham gia của con người. Thủ tướng Đức Angela Merkel tiếp tục nhắc tới Industrie 4.0 tại Diễn đàn Kinh tế thế giới ở Davos tháng 1/2015. Hiện nay, Công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của Đức với sự tham gia của nhiều nước và trở thành một phần quan trọng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

1.2. Sự tác động của Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4 đến các lĩnh vực

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư tác động mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực, với sự xuất hiện của robot có trí tuệ nhân tạo mang lại nhiều ứng dụng trong xã hội. Nhờ công nghệ AI, người máy làm việc càng thông minh, có khả năng ghi nhớ, học hỏi vô biên, trong khi khả năng đó ở con người càng già càng yếu đi. Ưu điểm làm việc 24/24, không cần trả lương, đóng thuế, bảo hiểm... của robot cũng đang đe dọa đến sự tương quan trong việc sử dụng lao động là người thật hay người máy. [2]

Trong cuộc cách mạng công nghiệp thứ tư, những yếu tố mà các nước như Việt Nam đã và đang tự coi là có ưu thế như lực lượng lao động thủ công trẻ, dồi dào sẽ không còn là thế mạnh nữa, thậm chí bị đe dọa nghiêm trọng. Trong tương lai, người dân có thể mất việc làm, bởi những lĩnh vực mà công nghệ robot có thể tác động tới trải dài từ dệt may, dịch vụ, giải trí cho đến y tế, giao thông, giáo dục...

Trong lĩnh vực Dệt may, trước đây các nước có ngành dệt may phát triển như Mỹ, Anh vì thiếu lao động nên đã dịch chuyển thuê nhân công sang Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam - nơi có lực lượng lao động thủ công giá rẻ dồi dào. Nhưng với công nghệ robot trong cuộc cách mạng lần thứ tư này, nhiều nhà máy dệt may trước đây đặt ở Việt Nam có thể quay ngược lại đặt ở Mỹ, bởi họ đã bắt đầu sử dụng rất nhiều robot. Báo cáo của Tổ chức lao động quốc tế (ILO) cung cấp số liệu đáng lo ngại khi mà hơn 2/3 trong số 9,2 triệu lao động ngành dệt may và da giày tại Đông Nam Á đang bị đe dọa bởi sự bùng nổ nhanh chóng của ứng dụng khoa học công nghệ trong ngành này.

Trong lĩnh vực Thương mại, dịch vụ, giải trí, robot cũng đã hiện diện ở những vị trí công việc vốn được cho rằng không thể thay thế con người như lễ tân khách sạn, cơ quan, nhà hàng... Khi có khách đến robot có thể tự động nhận dạng, ghi nhớ để chào hỏi, nhớ được sở thích, trả lời các nhu cầu của khách hàng bằng giọng nói hoàn toàn như con người.

Trong lĩnh vực Giao thông, thế hệ xe không người lái sẽ phát triển nhờ đảm bảo an toàn cao gấp nhiều lần vì không có tình trạng say rượu bia, vượt đèn đỏ, phóng nhanh vượt ẩu.

Trong lĩnh vực Y tế, cỗ máy IBM Watson có biệt danh "Bác sĩ biết tuốt" có thể lướt duyệt cùng lúc hàng triệu hồ sơ bệnh án để cung cấp cho các bác sĩ những lựa chọn điều trị dựa trên bằng chứng chỉ trong vòng vài giây nhờ khả năng tổng hợp dữ liệu khổng lồ và tốc độ xử lý mạnh mẽ. "Bác sĩ biết tuốt" này còn cho phép con người tra thông tin về tình hình sức khỏe của mình. Các bác sĩ chỉ cần nhập dữ liệu người bệnh để được phân tích, so sánh với kho dữ liệu khổng lồ có sẵn và đưa ra gợi ý hướng điều trị chính xác.

Công nghệ mua sắm Amazon Go được cho là thách thức với các siêu thị và đội ngũ nhân viên bán hàng khi người dùng chỉ cần cài ứng dụng, quét mã QR, chọn đồ và đi thẳng ra cửa mà không cần xếp hàng.

Lĩnh vực Nông nghiệp cũng không còn là nông nghiệp thuần túy. Công nghệ IoT với hàng loạt hệ thống cảm biến và đầu đo (sensor) có thể giúp tưới cây, bón phân đúng thời điểm và khoa học với lượng cần thiết vừa đủ cho cây, giúp tiết kiệm chi phí so với phương thức truyền thống hiện nay. Khi đó, nông dân - nhóm người vốn bấp bênh nhất về công việc - sẽ rơi vào tình trạng thất nghiệp.

Trong lĩnh vực Giáo dục, công nghệ thực tế ảo sẽ thay đổi cách dạy và học. Sinh viên có thể đeo kính VR và có cảm giác như đang ngồi trong lớp nghe bài giảng, hay nhập vai để chứng kiến những trận đánh giả lập, ngắm nhìn di tích, mang lại cảm xúc và sự ghi nhớ sâu sắc, giúp bài học thấm thía hơn. Hoặc khi đào tạo nghề phi công, học viên đeo kính và thấy phía trước là cabin và học lái máy bay như thật để thực hành đến khi nhuần nhuyễn rồi mới lái, giảm thiểu rủi ro. Trong tương lai, số lượng giáo viên ảo có thể nhiều hơn giáo viên thực rất nhiều. [3]

2. Công nghệ thực tế ảo – công nghệ đánh dấu sự tác động của cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đến giáo dục Việt Nam

2.1. Giới thiệu về công nghệ thực tế ảo

Thực tế ảo (Virtual Reality - VR) là một môi trường không gian ba chiều được giả lập bằng máy tính nhằm mô phỏng lại thế giới thực. Trong môi trường mô phỏng đó, con người có thể khám phá kịch bản ảo tương tự với kịch bản của thế giới thực, nghĩa là không chỉ quan sát quan sát mà còn có khả năng tác động và nhận phản hồi thời gian thực.

Khi nghiên cứu các ứng dụng của VR, cần nhấn mạnh đến ba đặc điểm chính của công nghệ này, đó là tính tương tác (interactive), tính đắm chìm (immersion) và tính tưởng tượng (imagination). Tính tương tác là khả năng người dùng giao tiếp với hệ thống, cho phép họ điều khiển hoặc làm thay đổi trạng thái của môi trường ảo bằng hành động, lời nói, ánh mắt... Tính đắm chìm là cảm giác như đang có mặt trong thế giới ảo hoặc là một phần của thế giới ảo do máy tính tạo ra và hoà lẫn vào thế giới đó. Tính tưởng tượng liên quan đến việc giải quyết các vấn đề trong thế giới thực, chẳng hạn người dùng tưởng tượng như đang điều khiển các thiết bị y tế, quân sự,...[1]

2.2. Tác động của công nghệ thực tế ảo đến giáo dục

VR giúp trình bày dữ liệu phức tạp theo cách trực quan, dễ tiếp cận. Sinh viên có thể tương tác với các đối tượng trong môi trường ảo để khám phá sâu hơn về chúng, điều này giúp người học vừa cảm thấy thú vị vừa dễ hiểu bài và ghi nhớ sâu hơn. Chẳng hạn, với môn thiên văn học, sinh viên có thể tìm hiểu hệ mặt trời bằng cách quan sát tiến trình hoạt động của các ngôi sao trong không gian ba chiều tương tác vật lý như “di chuyển” các hành tinh trong vũ trụ ảo. VR cũng thực sự hữu ích cho những môn học có tính trình diễn cao như: xây dựng, kiến trúc, du lịch, sinh học hay những môn cần tái tạo lại hình ảnh trong quá khứ như môn lịch sử.

Bên cạnh đó, VR được ứng dụng rất hiệu quả trong việc mô phỏng các tình huống nguy hiểm hoặc rủi ro trong một môi trường có kiểm soát. Trong huấn luyện quân sự, VR giúp đào tạo các tân binh tiếp xúc với các công cụ, vũ khí an toàn hơn hoặc trải nghiệm qua các môi trường chiến đấu khác nhau. Năm 2011, Học viện huấn luyện nhảy dù (căn cứ không quân Hoàng gia RAF Brize Norton, Anh) đã sử dụng thiết bị “virtual plunge” giúp học viên tập luyện các tình huống khẩn cấp nhưng không sợ gặp phải nguy hiểm như trong thực tế. Học viên sẽ mặc áo bảo hộ, đeo kính “thực tế ảo” và được treo lơ lửng trong thiết bị khi tiến hành tập luyện. Hay trong đào tạo khối ngành y tế, VR được sử dụng để phát triển các mô phỏng phẫu thuật hay hình ảnh ba chiều của cơ thể con người có cơ chế phản hồi thông tin như một cơ thể sống, giúp học viên có thể tiến hành một ca phẫu thuật ảo giống hệt như một ca mổ thực. Điều này giúp học viên tự tin hơn so với việc thực hành trên bệnh nhân thật vì có thể tránh được tổn thương nếu có sơ suất xảy ra.

Một lợi ích khác của VR là thúc đẩy mô hình đào tạo từ xa, một phương thức giáo dục hiện đại đang được nhiều nơi chú trọng phát triển do khắc phục hạn chế về ngăn cách địa lý và giảm được một lượng lớn chi phí do đi lại. Với VR, chỉ cần ngồi tại nhà và đeo kính VR, học viên sẽ có cảm giác như đang ngồi ngay tại lớp học, nghe giảng và

tương tác thời gian thực với giáo viên. Ở một hình thức khác, cả lớp học sẽ được ngồi nghe giảng bởi một chuyên gia từ xa thông qua công nghệ ảnh ảo Hologram - công nghệ độc đáo cho phép tạo ra một ảnh 3 chiều trong không khí mà không cần đến màn hình máy chiếu hay bất cứ loại kính đeo chuyên dụng nào. Tuy nhiên, hình thức này hiện nay khá tốn kém và đòi hỏi cao về kỹ thuật nên chưa được áp dụng nhiều.

Hiện nay, thiết bị VR được các nhà sản xuất chú trọng phát triển nhằm cải thiện những hạn chế trước đây, tăng khả năng ứng dụng thực tế. Kính VR chất lượng cao, không gây mệt mỏi sẽ tạo cơ hội cho các học sinh nhỏ tuổi tiếp cận công nghệ hiện đại này. Mới đây, trường tiểu học Newington Green (Anh) đã đưa mô hình đào tạo VR vào lớp học nhằm giúp học sinh hiểu sâu hơn về kiến thức học trên lớp. Newington Green đã mua 7 máy tính bỏ túi iPod Touch, 10 bộ kính VR, 10 bộ điều khiển bluetooth, và một số bộ sạc. Thiết bị này đã mở ra một phương pháp hoàn toàn mới, giúp học sinh có thể khám phá các địa điểm và tình huống mới trong những buổi học ở trường, kích thích trí tưởng tượng của học sinh. Các học sinh lớp 3 có thể khám phá các toà nhà ở Roma trong khi học sinh lớp 4 được học một bài học “dưới nước”.[1]

2.3. Xu hướng ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong hoạt động đào tạo tại Việt Nam

Giáo dục - đào tạo hiện đại đã và đang chuyển dịch từ sách, bút sang việc sử dụng các công nghệ tương tác giúp truyền đạt kiến thức. Thực tế ảo (hay còn gọi là thực tại ảo), một công nghệ đột phá trong vài năm trở lại đây đang được đưa vào ứng dụng trong ngành giáo dục trên thế giới và tại Việt nam đã bắt đầu khẳng định được hiệu quả của nó.

Ở Việt Nam, công nghệ VR cũng đã bắt đầu được một số cơ sở đào tạo triển khai ứng dụng.

Điển hình là Hệ thống mô phỏng huấn luyện bắn súng bộ binh (Trường bắn ảo) do Viện Công nghệ Mô phỏng - Học viện Kỹ thuật Quân sự nghiên cứu, thiết kế, chế tạo. Hệ thống được sử dụng để huấn luyện bắn và bắn kiểm tra súng bộ binh dựa trên công nghệ mô phỏng nhằm tăng cường kỹ năng ngắm bắn cho bộ đội trước khi thực hiện bắn đạn thật trên thao trường. Hệ thống mô phỏng các đối tượng mục tiêu, thực địa trong môi trường 3D, mô phỏng âm thanh, hình ảnh quá trình tương tác thực - ảo, mô phỏng hiện tượng giật của súng như khi bắn đạn thật. Bên cạnh việc tránh được những rủi ro, hệ thống này giúp giảm thời gian và chi phí huấn luyện trên vũ khí thật. Đồng thời việc huấn luyện thực hành không phụ thuộc vào thao trường và thời tiết, chỉ cần bố trí một phòng có kích thước 8m x 9m thay vì phải có thao trường với không gian có

đủ khoảng cách tối thiểu 100m từ người bắn đến mục tiêu thật trên thực địa. Hiện nay, hệ thống Trường bắn ảo đã được triển khai trên 60 trung tâm, phục vụ huấn luyện cho bộ đội chủ lực, dân quân tự vệ và cả đối tượng học sinh, sinh viên và công chức nhà nước trong chương trình giáo dục Quốc phòng toàn dân.

Trong đào tạo khối ngành y tế, Khoa Y - Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng đã áp dụng công nghệ VR để mô phỏng cơ thể ảo phục vụ công tác giảng dạy, học tập, nghiên cứu cho Bộ môn Giải phẫu. Mô hình mô phỏng các bộ phận chính của cơ thể con người như hệ xương, hệ cơ, hệ thần kinh, hệ tiêu hoá. Thông qua mô hình và hệ thống phần cứng điều khiển, tương tác, sinh viên làm quen với việc thực hành trên các thiết bị nội soi và thực hành giải phẫu thay vì học trực tiếp trên xác, tiêu bản hoặc tranh. Với 3 phiên bản: thứ nhất là phòng mô phỏng thực hành tại trường với chi phí đầu tư khá rẻ, chỉ khoảng 150 đến 200 triệu. Mỗi tiết thực hành có từ 25-30 bạn, được thực hành qua kính 3D. Thứ hai là phiên bản desktop, sinh viên có thể tự thực hành tại nhà và thứ ba là phiên bản mobile. Mô hình này đã được triển khai tại trường từ 2 năm nay, sinh viên tuy còn bỡ ngỡ vì đang quen với cách học truyền thống nhưng các em rất hứng thú với công nghệ mới này. Hiện nay, nhà trường cũng đã tổ chức các lớp tập huấn cho giảng viên ở một số trường khác đến học tập để về triển khai cho trường.

Viện Công nghệ thông tin và truyền thông CDIT (Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông), một trong những cơ sở đi đầu trong nghiên cứu ứng dụng công nghệ VR tại Việt Nam, đã xây dựng và đưa công cụ này vào hỗ trợ giảng viên giảng dạy môn kỹ thuật nhiếp ảnh và kỹ thuật quay phim. Mô hình này được áp dụng từ năm 2016 với việc mô phỏng lại các thiết bị thực tế dưới dạng thiết bị ảo có khả năng tương tác và chạy trên máy tính PC, cho phép sinh viên thực hành trước khi thao tác trên thiết bị thật. Việc ứng dụng công nghệ VR vào giảng dạy đã góp phần giải quyết hai vấn đề. Thứ nhất, giải quyết được tình trạng thiếu trang thiết bị thực hành cho sinh viên. Thứ hai, một lượng kiến thức cơ bản được số hoá vào trong ứng dụng do đó giáo viên không cần giảng đi giảng lại kiến thức mà chỉ tập trung giải thích, giải đáp những thắc mắc sinh viên nêu ra. Kết quả, buổi học hấp dẫn hơn, sinh viên hiểu bài hơn, đặc biệt kỹ năng quay phim và chụp ảnh cải thiện hơn trước.

Ngoài các cơ sở đào tạo chính quy, mới đây Tổ hợp Công nghệ giáo dục Topica đã phát triển mô hình học tiếng Anh trực tuyến thông qua công nghệ video 360o, một hình thức đơn giản của VR. Các giáo viên của Topica sẽ có mặt ở các địa danh nổi tiếng như Hollywood, Nhà trắng hay các show lễ hội và sử dụng camera 360 quay lại toàn bộ khung cảnh không gian 3 chiều ở đó trong khi dạy tiếng Anh. Học viên khi đeo kính 3D

lên sẽ có cảm giác như đang xuất hiện tại bối cảnh thực, được du lịch và khám phá cùng giảng viên tiếng Anh của mình, do đó tăng sự hứng khởi cho học viên. Mô hình này mới được Topica ứng dụng từ tháng 3 năm 2017 nhưng đã có gần 200 lượt học viên đăng ký chờ trải nghiệm và số lượng chính thức tham gia học là 10 người. [1]

Như vậy có thể thấy, việc ứng dụng công nghệ VR đã mang đến phương thức đào tạo hoàn toàn mới mẻ, trực quan, sinh động; góp phần nâng cao chất lượng dạy và học; tiết kiệm chi phí và phòng tránh rủi ro khi thực hành trong một số tình huống. Tuy nhiên, đến nay việc ứng dụng này còn chưa phổ biến, đặc biệt là ở Việt Nam do nhiều rào cản như nhận thức, nguồn nhân lực và trang thiết bị. Ngoài ra, việc xây dựng nội dung VR đòi hỏi đội ngũ phát triển ngoài kiến thức, kỹ năng lập trình tốt còn phải nắm được kiến thức sư phạm, phải hiểu người dùng thì mới có thể tạo ra sản phẩm đào tạo chất lượng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bùi Thị Vân Anh, Tạp chí *Tự động hóa ngày nay* số 194 (tháng 4/2017), **“Ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong hoạt động đào tạo”**, truy cập thứ 3 ngày 18 tháng 4 năm 2017, 10:01, tại <http://automation.net.vn>
- [2]. Hồ Tú Bảo, **“Hiểu về Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4”**, truy cập thứ hai, 24/4/2017, 07:36, GMT+7, tại <http://vnexpress.net>
- [3]. Lữ Thành Long, **“Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4 là gì?”**, truy cập Thứ ba, 18/4/2017, 07:00, GMT+7, tại <http://vnexpress.net>

**CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VÀ SỰ TÁC ĐỘNG ĐẾN XU HƯỚNG
KHỞI NGHIỆP Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

Phan Thị Ngọc Uyên, Phan Thị Thu Thúy

Khoa LLCT, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

Sự phát triển của thành tựu về khoa học kỹ thuật đã làm thay đổi sâu sắc đời sống xã hội, đặc biệt cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lần thứ 4, hay còn gọi là cách mạng 4.0 đã đặt con người trước những cơ hội lẫn thách thức vô cùng to lớn. Việt Nam là đất nước đang phát triển, việc tiếp cận những thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 là con đường ngắn nhất để tạo bước phát triển đột phá, rút ngắn khoảng cách về trình độ phát triển với các nước trên thế giới. Nó còn là cơ hội cho giới trẻ Việt Nam định hướng hành vi nghề nghiệp theo xu thế của khoa công nghệ hiện đại, biến thách thức thành thời cơ, thành công trong quá trình khởi nghiệp.

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang ảnh hưởng đến mọi mặt của đời sống xã hội từ sản xuất đến thương mại, y tế, giáo dục, các thành phần xã hội. Trong phạm vi bài viết này, tác giả chỉ đề cập đến những tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến xu hướng khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam hiện nay.

1. Những vấn đề cơ bản về cách mạng công nghiệp 4.0

1.1. Các cuộc cách mạng công nghiệp trong lịch sử

Lịch sử xã hội đã trải qua ba cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lớn (cách mạng công nghiệp) và đang diễn ra cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất (từ 1784) xảy ra khi loài người phát minh động cơ hơi nước, nó được đưa vào ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai (từ 1870) là sự phát minh ra động cơ điện, tạo ra các dây chuyền sản xuất công nghiệp tạo với năng suất lao động cao vượt bậc so với động cơ hơi nước.

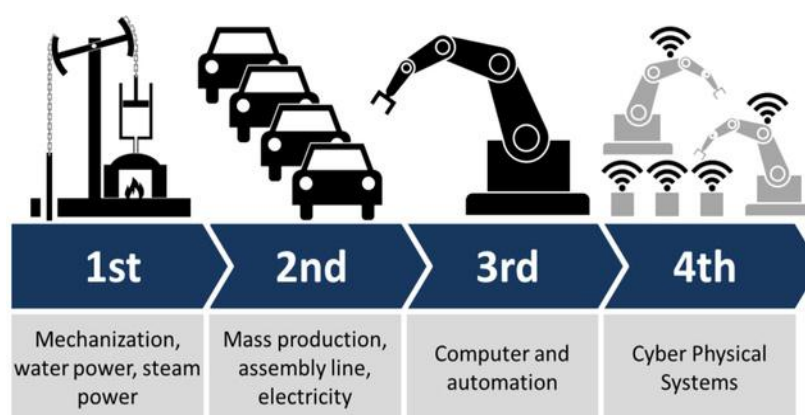
Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba (từ 1969) là sự xuất hiện của tự động hóa xuất hiện khi con người phát minh ra bóng bán dẫn, điện tử, kết nối thế giới liên lạc được với nhau. Vệ tinh, máy bay, máy tính, điện thoại, Internet... là những công nghệ hiện nay chúng ta thụ hưởng là từ cuộc cách mạng này.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra từ những năm 2000 gọi là cuộc cách mạng số, thông qua các công nghệ như Internet vạn vật (IoT – Internet of Things), trí tuệ nhân tạo (AI - Artificial Intelligence), thực tế ảo (VR - Virtual Reality) tương tác thực tại ảo (AR - Augmented Reality), xu hướng SMAC (SMAC –

Social, Mobile, Analytics, Cloud) ...để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số.

“Năm 2013, một từ khóa mới là "Công nghiệp 4.0" (Industrie 4.0) bắt đầu nổi lên xuất phát từ một báo cáo của chính phủ Đức đề cập đến cụm từ này nhằm nói tới chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa ngành sản xuất mà không cần sự tham gia của con người”. Tại Diễn đàn Kinh tế thế giới ở Davos tháng 1/2015, cựu thủ tướng Đức Angela Merkel tiếp tục nhắc tới Industrie 4.0. “Hiện nay, cách mạng công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của Đức với sự tham gia của nhiều nước và trở thành một phần quan trọng của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.” [2]

Hình 1. Các cuộc cách mạng công nghiệp trong lịch sử



1.2. Đặc điểm và ứng dụng của cách mạng công nghiệp 4.0

“Tốc độ phát minh những công nghệ đột phá hiện nay chưa từng có trong lịch sử. Khi so sánh với các cuộc cách mạng công nghiệp trước đó, cuộc cách mạng lần thứ tư đang phát triển theo hàm số mũ chứ không phải là tốc độ tuyến tính. Hơn nữa, nó đang phá vỡ cấu trúc của hầu hết các ngành công nghiệp ở mọi quốc gia. Chiều rộng và chiều sâu của những thay đổi này báo trước sự chuyển đổi của toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị.” [3]

Có thể khái quát đặc điểm và ứng dụng của cách mạng công nghiệp 4.0 như sau:

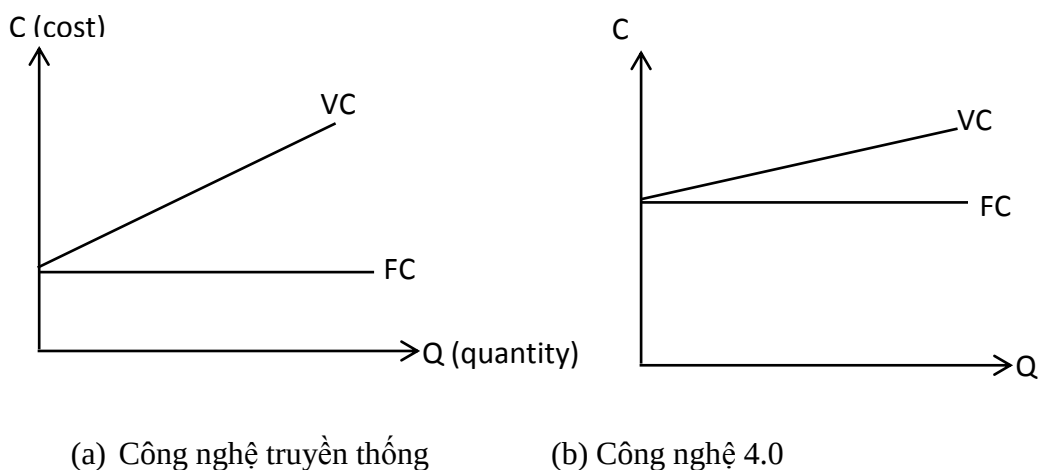
Một là, phạm vi và tốc độ kết nối rộng và nhanh nhất từ trước đến nay.

Những thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 cho phép con người kết nối không giới hạn với mọi người và vạn vật chỉ thông qua máy tính hoặc chiếc điện thoại thông minh có kết nối internet. Các thế hệ máy tính hiện nay đang có một sức mạnh xử lý chưa từng có với dung lượng lưu trữ tăng lên đáng kể giúp con người dễ dàng truy cập vào kho kiến thức không giới hạn. Những khả năng này được nhân lên nhờ những công nghệ đột phá trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, robot, Internet vạn vật, xe tự lái, in 3D, công nghệ nano, công nghệ sinh học, ...

Hai là, tạo ra những thay đổi to lớn trong các lĩnh vực sản xuất.

Có thể nhận thấy, công nghệ số đã làm thay đổi sâu sắc nền sản xuất của toàn thế giới. Nếu như nguyên liệu chủ đạo trong sản xuất vật chất ở các cuộc cách mạng công nghiệp trước đây phần lớn là tài nguyên thiên nhiên hoặc có nguồn gốc từ tự nhiên như đất đai, khoáng sản, gỗ, tài nguyên rừng biển... thì trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, “nguyên liệu” chủ yếu và quan trọng hàng đầu là *chất xám*. Những thuật ngữ trí tuệ nhân tạo, công nghệ nano, công nghệ sinh học, ... đều là những sản phẩm của cuộc cách mạng 4.0 này. Lợi thế tài nguyên mất dần và nhường chỗ cho sự sáng tạo không giới hạn của con người. Ở những lĩnh vực sản xuất trực tiếp ứng dụng thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0, cơ cấu vốn đầu tư trong từng sản phẩm cũng thay đổi theo hướng tỷ lệ chi phí cố định (FC – Fixed Cost) tăng dần và chiếm tuyệt đại bộ phận trong tổng vốn đầu tư. Tỷ lệ biến phí (VC – Variable Cost) ngày càng giảm dần, nó chỉ phát sinh sau mỗi chu kỳ công nghệ của doanh nghiệp.

Hình 2. Sự thay đổi cơ cấu chi phí sản xuất của doanh nghiệp



(a) Công nghệ truyền thống

(b) Công nghệ 4.0

Ba là, từ ứng dụng của công nghệ số, mọi tồn tại trong cuộc sống thực đều có một bản sao trong thế giới ảo. Những giao dịch trong thế giới ảo được thực hiện bằng việc kết nối internet. Sản xuất ảo, sản phẩm ảo, giao dịch ảo nhưng tác động nó mang lại là thật. Tính chất kết nối không giới hạn của vạn vật từ thế giới ảo tiến tới xóa bỏ rào cản địa lý giữa các quốc gia.

Bốn là, tốc độ toàn cầu hóa diễn ra nhanh chóng hơn bao giờ hết. Chỉ cần “kết nối”, sự đầu tư trực tiếp nước ngoài của các tập đoàn kinh tế đa quốc gia, xuyên quốc gia ở những ngành nghề, lĩnh vực đầu tư ứng dụng trực tiếp công nghệ 4.0 được thực hiện dễ dàng, nhanh chóng. Điều này tất yếu làm mất dần sự khác biệt trong phương thức kinh doanh truyền thống của mỗi nước, nhường chỗ cho sự hoạt động của các tập đoàn kinh tế lớn. Những tên gọi như Face Book, Zalo, Uber, Grab, Amazone, Alibaba,

... đã trở nên rất quen thuộc với người dân nhiều nước trên thế giới là những ứng dụng trực tiếp của cách mạng công nghiệp 4.0.

2. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến xu hướng khởi nghiệp ở Việt Nam hiện nay

2.1. Thời cơ và thách thức đối với xu hướng khởi nghiệp ở Việt Nam

Cách mạng công nghiệp 4.0 mới xuất hiện trong thời gian gần đây nhưng đã làm thay đổi sâu sắc mọi mặt của đời sống ở hầu hết các nước. Là nước đang phát triển, công nghệ 4.0 vừa là thời cơ để Việt Nam “bức phá”, đi tắt đón đầu nhằm rút ngắn khoảng cách phát triển với các nước khác. Nó cũng đặt nước ta trước những nguy cơ, thách thức lớn như tụt hậu về kinh tế, phân khúc thị trường sức lao động sâu sắc, thất nghiệp...

Về cơ hội, cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra những cơ hội như được tiếp cận dễ dàng với thế giới kỹ thuật số, tạo sản phẩm và dịch vụ mới giúp nâng cao chất lượng cuộc sống. Những ứng dụng từ cách mạng công nghiệp 4.0 như gọi taxi, đặt vé máy bay, đặt mua hàng hóa, thanh toán hóa đơn, mua vé nghe nhạc, xem phim, ... từ xa giúp cuộc sống mỗi cá nhân trở nên dễ dàng, thuận tiện và cũng rất cần thiết hơn bao giờ hết.

Những thành tựu rất mới mẽ này mở ra muôn vàn cơ hội cho những người trẻ tuổi đang nuôi dưỡng giấc mơ khởi nghiệp. Không cần quá nhiều khâu, công đoạn, nguyên liệu hay mặt bằng kinh doanh rộng lớn, hình thức kinh doanh online sẽ tạo nhiều việc làm cho thế hệ 9X với rất nhiều ngành nghề từ thời trang, ẩm thực, du lịch lữ hành đến công nghệ thông tin, truyền thông, cơ khí, điện tử, logistic ...

Bên cạnh những cơ hội quý báu cho hoạt động khởi nghiệp của giới trẻ, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra những thách thức lớn. Việt Nam là nước đang phát triển, việc tiếp cận trình độ công nghệ cao vẫn là khó khăn của nhiều doanh nghiệp trẻ. Bên cạnh đó, nguồn lực đầu vào quan trọng nhất của bất kỳ lĩnh vực sản xuất kinh doanh nào cũng là sự sáng tạo. Với tư duy lao động cũ, giới trẻ Việt Nam sẽ bị mất rất nhiều cơ hội khởi nghiệp. Đồng thời, “điều này sẽ khiến cho thị trường việc làm chia tách thành các phân khúc “kỹ năng thấp/giá rẻ” và “kỹ năng cao/lương cao”, từ đó sẽ dẫn đến gia tăng căng thẳng xã hội” [4]. Khi robot được sử dụng rộng rãi ở hầu hết các lĩnh vực trực tiếp sản xuất, tỷ lệ thất nghiệp cao sẽ không chỉ là nguy cơ, nó tất yếu sẽ là gánh nặng cho xã hội nếu lực lượng lao động không được đào tạo lại cho phù hợp với nhu cầu thị trường. “Theo Tổ chức Lao động quốc tế, 86% lao động trong ngành công nghiệp Dệt may và Giày dép của Việt Nam đối mặt với nguy cơ thất nghiệp cao do sự bùng nổ nhanh chóng của các ứng dụng công nghệ”. [5]

2.2. Xu hướng khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam hiện nay dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0

Năm 2017 là năm *quốc gia khởi nghiệp* của Việt Nam. Vấn đề khởi nghiệp nhận được sự quan tâm của nhiều tầng lớp dân cư, các cơ quản lý nhà nước về kinh tế đến các doanh nghiệp trẻ. Nắm bắt được xu thế và tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các startup Việt Nam đã bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của mình với những lĩnh vực có ứng dụng trực tiếp những thành tựu của công nghệ 4.0. Không thể so sánh với những “ông lớn” như Facebook, Booking, Alibaba, Uber, Booking, Central Group, ... nhưng Việt Nam vẫn có những dự án khởi nghiệp ấn tượng và được các nhà đầu tư cấp vốn kinh doanh thành công. Đầu tiên phải kể đến là Lozi – trang phát triển giải pháp công nghệ với mục đích liên kết trực tuyến giữa chủ nhà hàng với người dùng với khoản đầu tư được tiết lộ lên đến 7 chữ số (triệu USD). Tiếp theo là Tripi – trang kết nối cung cầu thị trường du lịch, lữ hành; Rudicaf – trang tìm bạn cho những người bận rộn; Iparking – bãi giữ xe thông minh (kết nối giữa khách tìm nơi gửi xe ô tô với các bãi giữ xe trong nội thành Tp.HCM và Hà Nội), ... Những khái niệm về bệnh viện thông minh, trường học thông minh, cửa hàng thông minh, ngân hàng thông minh... ngày càng trở nên phổ biến ở Việt Nam và đem lại những tiện ích lớn cho cuộc sống của người dân.

Đặc điểm nổi bật của những dự án khởi nghiệp trên là ứng dụng công nghệ kết nối; không phải là tài nguyên thiên nhiên, ý tưởng sáng tạo là “nguyên liệu” chủ đạo trong dự án kinh doanh, đặc biệt là các dự án với công nghệ IoT; không cần đến mặt bằng sản xuất kinh doanh rộng lớn, văn phòng làm việc của họ chỉ gói gọn trong một chiếc máy tính; các startup đều là những người rất trẻ tuổi.

Các startup Việt khởi nghiệp trong điều kiện những thành tựu về khoa học kỹ thuật nở rộ và mang tính ứng dụng cao, lại được sự quan tâm, hỗ trợ của các cơ quan nhà nước về xúc tiến đầu tư. Song, phần lớn các startup còn rất trẻ, đang học đại học hoặc vừa tốt nghiệp, họ gặp khó khăn rất lớn về vốn, không đủ năng lực tài chính để đương đầu với rủi ro, phải tốn nhiều thời gian công sức để tìm và thuyết phục nhà đầu tư.

Các startup phần lớn tập trung vào các lĩnh vực bán lẻ, du lịch, ẩm thực, ... với vai trò “kết nối” giữa những nhà sản xuất đã sẵn có với khách hàng. Còn rất thiếu những startup ứng dụng trực tiếp công nghệ 4.0 vào sản xuất như cơ khí, điện tử, y tế, nông nghiệp ... Việc bỏ trống những lĩnh vực sản xuất tiềm năng này bắt nguồn từ sự khan hiếm vốn đầu tư.

3. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Không phải là chuyện của tương lai, cách mạng công nghiệp 4.0 đang “gõ cửa” từng nhà, từng doanh nghiệp. Mỗi người, đặc biệt là những người trẻ tuổi không thể xem đó là chuyện không liên quan đến mình. Việc tìm hiểu, tiếp cận và tiến tới vận dụng sáng tạo những thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 là sự lựa chọn tối ưu để tồn tại và phát triển của những người trẻ tuổi trong thời đại ngày nay. Với những người đang nuôi dưỡng giấc mơ khởi nghiệp, việc tiếp cận càng trở nên tối quan trọng nhằm định hướng lĩnh vực kinh doanh của mình.

Để biến những thách thức thành cơ hội lớn trong hành trình khởi nghiệp kinh doanh của giới trẻ trước tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, loại bỏ nguy cơ tụt hậu, tiến tới làm chủ công nghệ tác giả có đề xuất các kiến nghị sau đây:

Về phía nhà nước

Cần hình thành quỹ đầu tư mạo hiểm nhằm hỗ trợ cho các startup trẻ có cơ hội tiếp cận với nguồn vốn đầu tư. Dễ nhận thấy rằng, thất bại là bạn đồng hành cùng khởi nghiệp. Lần đầu tiên bắt tay vào sự nghiệp kinh doanh, các startup không thể tránh khỏi những bỡ ngỡ, lúng túng vì họ chưa có kinh nghiệm trong kinh doanh. Sau lần đầu kinh doanh thất bại, họ sẽ dễ nản chí và không còn đủ nguồn vốn để thực hiện lại dự án của mình. Do đó, cần phải xây dựng quỹ đầu tư mạo hiểm để các startup trẻ có cơ hội tiếp cận nguồn vốn đầu tư, biến những ý tưởng sáng tạo thành hiện thực. Bên cạnh đó, tích cực giúp đỡ cho các startup trẻ tìm kiếm các quỹ hỗ trợ đầu tư từ nước đang “sẵn” ý tưởng kinh doanh. Cần có những chính sách cụ thể cho từng loại hình khởi nghiệp để sự hỗ trợ phát huy tác dụng thực sự cho các startup.

Lập hiệp hội các startup trẻ và duy trì hoạt động để có những hỗ trợ kịp thời, thiết thực để, giúp đỡ họ vượt qua những khó khăn trong thời gian đầu hiện thực hóa ý tưởng. Định hướng họ phát triển những ý tưởng kinh doanh ứng dụng những thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 nhằm góp phần hiện đại hóa cơ cấu ngành nghề của nền kinh tế Việt Nam. Đồng thời, cần tuyên truyền, phổ biến thông tin cho giới trẻ thấy rằng nếu không thay đổi duy duy kinh doanh, vẫn tiếp tục tư duy truyền thống về làm công tìm kiếm thu nhập bằng những việc làm thâm dụng lao động giản đơn thì thất nghiệp là điều tất yếu trong tương lai.

Cần phối hợp tìm kiếm và tổ chức các hội chợ triển lãm về những sản phẩm ứng dụng thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 để những nhà doanh nghiệp trẻ có cơ hội tiếp cận, làm nguồn lực cho những ý tưởng sáng tạo.

Về phía các startup

Nỗ lực không ngừng và kiên trì theo đuổi giấc mơ khởi nghiệp. Chấp nhận thất bại và xem nó như một phần tất yếu của khởi nghiệp, đặc biệt là những dự án kinh doanh ứng dụng công nghệ cao. Cần phải xác định rằng đầu tư kinh doanh vào những ngành, lĩnh vực công nghệ cao tuy khó khăn ban đầu nhưng nếu thành công thì khả năng tồn tại và phát triển trên thị trường là rất lớn. Đồng thời, nó còn tạo làn sóng lan truyền đến giới trẻ Việt Nam nhận thức được nguy cơ thất nghiệp nếu không chủ động tiếp cận với cách mạng công nghiệp mới nhất trong lịch sử này.

Đa số các startup Việt đang dừng lại ở những lĩnh vực là trung gian giữa các nhà cung cấp hàng hóa, dịch vụ với khách hàng. Lúc mới khởi nghiệp, các startup hết sức thận trọng và chọn lựa những nhà cung cấp uy tín, tạo sự niềm tin vững vàng của khách hàng đối với dịch vụ của mình.

Mạnh dạn đầu tư vào những vực sản xuất ứng dụng trực tiếp thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0, tạo bước đột phá trong công cuộc chinh phục sự nghiệp khởi nghiệp.

Tóm lại, sáng tạo và khởi nghiệp không thể tách rời. Cách mạng công nghiệp 4.0 là cơ hội rất to lớn để các ý tưởng sáng tạo trẻ của Việt Nam trở thành hiện thực. Khởi nghiệp trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 không chỉ là sự trải nghiệm, một quốc gia đang phát triển như Việt Nam cần sự nỗ lực không ngừng của thế hệ trẻ để tạo bước đột phá, hội nhập với xu thế chung của thế giới nhằm cải thiện vị trí của Việt Nam trên trường quốc tế.

CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4 – NHỮNG TÁC ĐỘNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VÀ NGUỒN NHÂN LỰC

TS. Bùi Hồng Điệp

Khoa Tài chính Kế toán, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

TÓM TẮT

Chúng ta đang đứng trên bờ vực của một cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) về cơ bản sẽ làm thay đổi cách chúng ta sống, làm việc và tương tác với nhau. Về quy mô, phạm vi và sự phức tạp của nó, sự chuyển đổi sẽ không giống với bất kỳ loài người nào đã từng trải nghiệm trước đó, tốc độ của đột phá công nghệ không có tiền lệ lịch sử. Khi so sánh với các cuộc CMCN trước đây, CMCN lần thứ 4 đang tiến triển theo một hàm số mũ chứ không phải là tốc độ tuyến tính. Hơn nữa, nó đang phá vỡ hầu hết các ngành công nghiệp ở mọi quốc gia. Chúng ta vẫn chưa biết nó sẽ diễn ra như thế nào, nhưng có một điều rõ ràng: sự chuẩn bị đón tiếp cuộc CMCN này phải được tích hợp và toàn diện, bao gồm tất cả các bên liên quan của chính phủ toàn cầu, từ khu vực công và tư, đến giới hàn lâm và cộng đồng xã hội. Bài viết phân tích sự tác động của cuộc CMCN lần thứ 4 đối doanh nghiệp và nguồn nhân lực nhằm đưa ra các khuyến nghị đối với Chính Phủ Việt Nam, doanh nghiệp và người lao động trong bối cảnh đột phá của công nghệ số.

Từ khóa: *Cách mạng công nghiệp, Công nghiệp 4.0, Công nghệ số, Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*

1. Cách mạng công nghiệp lần thứ 4

1.1 Quá trình định hình

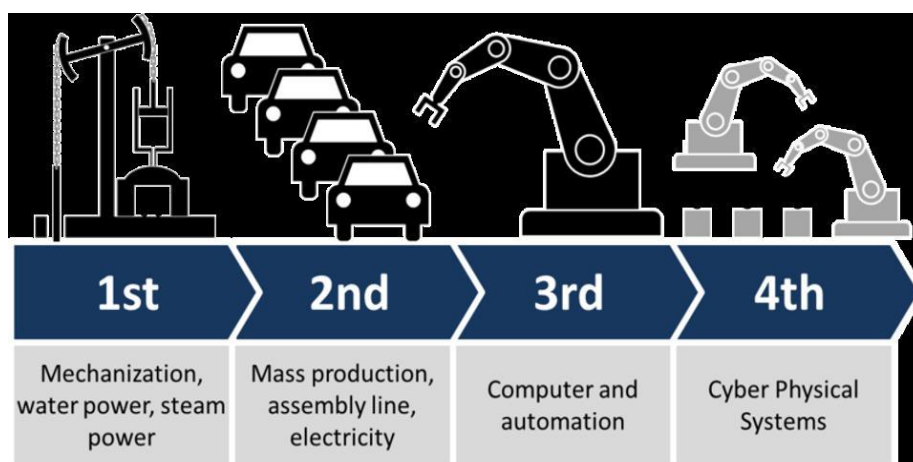
Cuộc CMCN lần thứ 1 từ khoảng năm 1784 sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hoá sản xuất. CMCN lần thứ 1 được bắt đầu bằng việc xây dựng các tuyến đường sắt và phát minh ra động cơ hơi nước. Phát minh này của James Watt, được công bố vào khoảng năm 1775, đã châm ngòi cho sự bùng nổ của công nghiệp thế kỷ 19 lan rộng từ Anh đến châu Âu và Hoa Kỳ. Cuộc CMCN đầu tiên đã mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại - kỷ nguyên sản xuất cơ khí. CMCN lần thứ 1 đã thay thế hệ thống kỹ thuật cũ có tính truyền thống của thời đại nông nghiệp kéo dài 17 thế kỷ, CMCN lần này nó thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển mạnh mẽ, tạo nên tình thế phát triển vượt bậc của nền công nghiệp và nền kinh tế.

Cuộc CMCN lần thứ 2 từ khoảng năm 1870 đến khi Thế Chiến I nổ ra, sử dụng năng lượng điện để tạo nên nền sản xuất quy mô lớn. CMCN lần thứ 2 diễn ra khi có sự phát triển của ngành điện, vận tải, hóa học, sản xuất thép, đặc biệt là sản xuất và tiêu dùng hàng loạt. CMCN lần thứ 2 đã tạo nên những tiền đề mới và cơ sở vững chắc để phát triển nền công nghiệp ở mức cao hơn nữa. Cuộc cách mạng này được chuẩn bị

bằng quá trình phát triển 100 năm của các lực lượng sản xuất trên cơ sở của nền sản xuất đại cơ khí và bằng sự phát triển của khoa học trên cơ sở kỹ thuật. Yếu tố quyết định của cuộc cách mạng này là chuyển sang sản xuất trên cơ sở điện - cơ khí và giai đoạn tự động hoá cục bộ trong sản xuất, tạo ra các ngành mới trên cơ sở khoa học thuần túy, biến khoa học thành một ngành lao động đặc biệt. Cuộc cách mạng này đã mở ra kỷ nguyên sản xuất hàng loạt, được thúc đẩy bởi sự ra đời của điện và dây chuyền lắp ráp.

Cuộc CMCN lần thứ 3 xuất hiện vào khoảng từ năm 1969, với sự ra đời và lan tỏa của công nghệ thông tin (CNTT), sử dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hoá sản xuất. Cuộc cách mạng này thường được gọi là cuộc cách mạng máy tính hay cách mạng số bởi vì nó được xúc tác bởi sự phát triển của chất bán dẫn, siêu máy tính, máy tính cá nhân (thập niên 1970 và 1980) và Internet (thập niên 1990). CMCN lần thứ 3 được thúc đẩy nhờ Cách mạng khoa học và công nghệ (KH&CN) hiện đại. So với các cuộc CMCN trước đó chỉ thay thế một phần chức năng lao động chân tay của con người bằng máy móc cơ khí, hoặc tự động hoá một phần, hay tự động hoá cục bộ. Khác biệt cơ bản nhất của cuộc Cách mạng KH&CN hiện đại là sự thay thế phần lớn và hầu hết chức năng của con người (cả lao động chân tay lẫn trí óc) bằng các thiết bị máy móc tự động hoá hoàn toàn trong quá trình sản xuất nhất định.

Cuộc CMCN lần thứ 4 được cho là đã bắt đầu từ vài năm gần đây, tập trung chủ yếu vào sản xuất thông minh dựa trên các thành tựu đột phá trong công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ nano,... với nền tảng là các đột phá của công nghệ số. Một số chuyên gia gọi đây là CMCN thế hệ 4.0. Cuộc cách mạng này có đặc trưng là sự kết hợp các công nghệ giúp xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, số hóa và sinh học. Chúng ta đang ở giai đoạn đầu của cuộc CMCN lần thứ 4, đã bắt đầu vào thời điểm chuyển giao sang thế kỷ này và được xây dựng dựa trên cuộc cách mạng số, đặc trưng bởi Internet ngày càng phổ biến và di động, bởi các cảm biến nhỏ và mạnh hơn với giá thành rẻ hơn, bởi trí tuệ nhân tạo. Các công nghệ số với phần cứng máy tính, phần mềm và hệ thống mạng đang trở nên ngày càng phức tạp hơn, được tích hợp nhiều hơn. Chính vì vậy CMCN lần thứ 4 đang làm biến đổi xã hội và nền kinh tế toàn cầu.



Hình 1. The 4 Industrial Revolutions (by Christoph Roser at All AboutLean.com)

1.2 Khái niệm về cách mạng công nghiệp lần thứ 4 – Công nghiệp 4.0

Khái niệm "công nghiệp 4.0" được đưa ra vào năm 2011 tại Hội chợ Hannover, giới thiệu các dự án chương trình công nghiệp 4.0 của nước Đức, nhằm nâng cao nền công nghiệp cơ khí truyền thống của Đức. Theo GS. Klaus Schwab, Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới, Industry 4.0 (tiếng Đức là Industrie 4.0) hay Cuộc CMCN lần thứ 4, là một thuật ngữ bao gồm một loạt các công nghệ tự động hóa hiện đại, trao đổi dữ liệu và chế tạo. Cuộc CMCN lần thứ 4 được định nghĩa là “*một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị*” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và hệ thống kết nối Internet (IoS).

Có thể nói rằng CMCN 4.0 đó chính là đột phá của công nghệ số trong những năm vừa qua, tiếp nối thành quả của cuộc cách mạng số hoá đã diễn ra mấy chục năm qua từ khi có máy tính. Sự ra đời của máy tính đã dẫn đến cuộc cách mạng số hoá, nhất là khi máy tính cá nhân và internet xuất hiện. “Phiên bản số” của các thực thể cho phép ta kết nối chúng với nhau trên các hệ thống máy tính hoặc nối chúng vào internet và tạo ra các không gian số. Những hệ thống kết nối các thực thể và “phiên bản số” của chúng được gọi là các hệ kết nối không gian số-thực thể, tạm dịch theo nghĩa của từ cyber-physical systems (CPS).



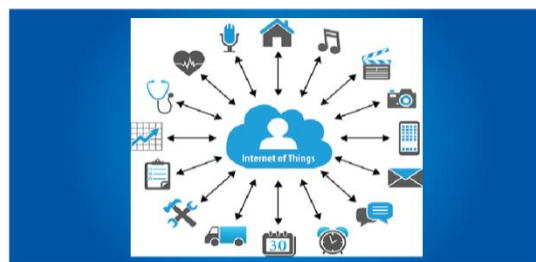
Trí tuệ nhân tạo (AI)



Thực tế ảo (VR), Thực tại ảo (AR)



Mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, phân tích dữ liệu lớn (SMAC)



Internet vạn vật (IoT)

Hình 2. Những yếu tố thúc đẩy cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4

Đây là một khái niệm cơ bản của CMCN 4.0, phản ánh mối liên hệ của sản xuất tiến hành trong thế giới các thực thể nhưng quá trình tính toán được làm trên không gian số và kết quả tính toán này được trả lại dùng cho sản xuất trong thế giới các thực thể. Đây là thay đổi cơ bản về phương thức sản xuất của con người, sản xuất được điều khiển và hỗ trợ quyết định từ không gian số.

1.3 Thách thức và cơ hội

CMCN 4.0 sẽ tạo ra sự kết nối giữa thế giới thực, thế giới ảo và thế giới sinh vật. Thế giới của cách mạng công nghiệp 4.0 là thế giới số, đó là thế giới của những ngôi nhà thông minh, thành phố thông minh, quốc gia thông minh. Với công nghệ vạn vật kết nối, những vật dụng trong nhà sẽ được trang bị cảm biến, kết nối và tương tác với nhau. Trên đường phố tràn ngập những chiếc xe tự hành, công nghệ in 3D đã chạm tới lĩnh vực y tế, lần đầu tiên một ca phẫu thuật đốt sống cổ được thực hiện thành công trong năm 2016. Robot với trí tuệ nhân tạo dần thay thế con người trong sản xuất, 47% công việc ngày hôm nay sẽ có tỷ lệ 75% tự động trong vòng 20 năm nữa. Năm 2016, phần mềm trí tuệ nhân tạo AlphaGo đã đánh bại nhà vô địch cờ vây thế giới Lee Se-dol. CMCN 4.0 sẽ làm thay đổi cơ bản lối sống, cách làm việc và cách thức giao tiếp. Câu hỏi lớn bây giờ là con người sẽ làm gì để thích nghi với những tiến bộ và cả thách thức của cuộc cách mạng này.

Công nghệ số đã và sẽ tiếp tục tác động đến ngành công nghiệp sản xuất. Các công ty sản xuất đứng trước cơ hội có một không hai để chuyển đổi hoặc bị bỏ lại phía

sau. Những công ty bỏ qua cơ hội này có thể sẽ bị loại khỏi thị trường. Những công ty biết tận dụng lợi thế của cuộc cách mạng kỹ thuật số và chuyển đổi sang mô hình doanh nghiệp CN 4.0 nhiều khả năng sẽ gặt hái quả ngọt.

Trí tuệ nhân tạo (AI) là lĩnh vực nhằm làm cho máy tính không những biết tính toán mà còn có các khả năng của trí thông minh con người, tiêu biểu là các khả năng lập luận, hiểu ngôn ngữ và biết học tập. Gần đây, nhóm nghiên cứu tại Viện Tương lai Nhân loại thuộc Đại học Oxford và Đại học Yale nhận định rằng trong vòng chưa đầy nửa thế kỷ tới, trí tuệ nhân tạo (AI) sẽ có thể đánh bại con người ở tất cả các nghề nghiệp, nhiệm vụ. Thậm chí bước chuyển này sẽ còn xảy ra sớm hơn thế. Máy móc nhân tạo được nhiều người tin rằng sẽ dịch ngôn ngữ tốt hơn chúng ta vào năm 2024, viết bài luận của trường trung học hay hơn học sinh vào năm 2026, lái xe tải thành thạo vào năm 2027 và làm việc trong ngành bán lẻ vào năm 2031. Tới năm 2049, AI sẽ có thể thay các nhà văn tên tuổi viết ra những cuốn sách bán chạy hàng đầu. Khoảng 4 năm tiếp theo, chúng sẽ “giành việc” của bác sĩ phẫu thuật. Theo các nhà khoa học, cơ hội để AI đảm nhiệm mọi công việc tốt hơn chúng ta trong 45 năm tới là 50%. Và dường như, máy móc sẽ tranh giành tất cả công việc trên thế giới này trong 120 năm tới.

Rất nhiều đột phá trong công nghệ sinh học và công nghệ nano những năm qua, các công nghệ này cũng liên quan rất nhiều đến công nghệ số. Gần đây việc số hoá trong sinh học phân tử đã trở nên dễ dàng với chi phí rẻ hơn rất nhiều. Lĩnh vực tin học, sinh học - dựa vào các phương pháp của học máy để phân tích nguồn dữ liệu sinh học khổng lồ nhằm khám phá các hiểu biết về sự sống - đang góp phần vào những tiến bộ của công nghệ sinh học, mở ra nhiều triển vọng cho y học và nông nghiệp. Công nghệ nano cũng có những bước tiến hứa hẹn dựa vào công nghệ số. Gần đây nước Mỹ khởi đầu chương trình nghiên cứu lớn về vật liệu tính toán, nhằm dùng các kỹ thuật của học máy để rút ngắn giai đoạn thử nghiệm trong phòng thí nghiệm khi chế tạo các vật liệu mới. Một chương trình tương tự ở Nhật cũng đã bắt đầu vài năm qua.

Bên cạnh đó, các nhà kinh tế Erik Brynjolfsson và Andrew McAfee đã chỉ ra, cuộc cách mạng có thể mang lại bất bình đẳng lớn hơn, đặc biệt là tiềm năng của nó sẽ phá vỡ thị trường lao động. Khi tự động hóa thay thế con người trong toàn bộ nền kinh tế, người lao động sẽ bị dư thừa và điều đó làm trầm trọng hơn khoảng cách giữa lợi nhuận so với đồng vốn và lợi nhuận so với sức lao động. Mặt khác, xét về tổng thể, các công việc an toàn và thu nhập cao hơn có thể sẽ gia tăng sau khi công nghệ thay thế dần con người [2].

2. Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đối với doanh nghiệp và người lao động

2.1 Tác động đối với doanh nghiệp

Cuộc CMCN lần thứ 4 sẽ có tác động sâu sắc đến các hoạt động của nền kinh tế, cụ thể một vài lĩnh vực điển hình:

Trong lĩnh vực Dệt may, trước đây các nước có ngành dệt may phát triển như Mỹ, Anh vì thiếu lao động nên đã dịch chuyển thuê nhân công sang Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam - nơi có lực lượng lao động thủ công giá rẻ dồi dào. Nhưng với công nghệ robot trong cuộc cách mạng lần thứ tư này, nhiều nhà máy dệt may trước đây đặt ở Việt Nam có thể quay ngược lại đặt ở Mỹ, bởi họ đã bắt đầu sử dụng rất nhiều robot. Báo cáo của Tổ chức lao động quốc tế (ILO) cung cấp số liệu đáng lo ngại khi mà hơn 2/3 trong số 9,2 triệu lao động ngành dệt may và da giày tại Đông Nam Á đang bị đe dọa bởi sự bùng nổ nhanh chóng của ứng dụng khoa học công nghệ trong ngành này. Cụ thể, khoảng 86% lao động của Việt Nam, 88% lao động của Campuchia và 64% lao động Indonesia trong ngành may mặc, da giày sẽ chịu ảnh hưởng nặng nề từ làn sóng tự động hóa, công nghiệp hóa trong ngành.

Trong lĩnh vực Thương mại, dịch vụ, giải trí, robot cũng đã hiện diện ở những vị trí công việc vốn được cho rằng không thể thay thế con người như lễ tân khách sạn, cơ quan, nhà hàng, trung tâm call center... Khi có khách đến robot có thể tự động nhận dạng, ghi nhớ để chào hỏi, nhớ được sở thích, trả lời các nhu cầu của khách hàng bằng giọng nói hoàn toàn như con người.

Trong lĩnh vực Giao thông, thế hệ xe không người lái sẽ phát triển nhờ đảm bảo an toàn cao gấp nhiều lần vì không có tình trạng say rượu bia, vượt đèn đỏ, phóng nhanh vượt ẩu. Hồi tháng 8/2016, người đàn ông Mỹ đang sử dụng xe tự lái của Tesla thì có triệu chứng đau tức ngực. Ông đã kịp thời liên hệ với vợ để gọi tới bệnh viện báo cho bác sĩ chờ đón sẵn rồi ra lệnh cho xe di chuyển tới bệnh viện. Các bác sĩ đã cấp cứu kịp thời, cứu sống người đàn ông này.

Trong lĩnh vực Y tế, cỗ máy IBM Watson có biệt danh "Bác sĩ biết tuốt" có thể lướt duyệt cùng lúc hàng triệu hồ sơ bệnh án để cung cấp cho các bác sĩ những lựa chọn điều trị dựa trên bằng chứng chỉ trong vòng vài giây nhờ khả năng tổng hợp dữ liệu khổng lồ và tốc độ xử lý mạnh mẽ. "Bác sĩ biết tuốt" này còn cho phép con người tra thông tin về tình hình sức khỏe của mình. Các bác sĩ chỉ cần nhập dữ liệu người bệnh để được phân tích, so sánh với kho dữ liệu khổng lồ có sẵn và đưa ra gợi ý hướng điều trị chính xác [3]. Đầu năm nay, một số bệnh viện tại TP.HCM và Hà Nội đã thực hiện ca

mổ với sự hỗ trợ của robot. Với bốn cánh tay, đầu camera thông minh, góc phẫu thuật rộng 540 độ, hình ảnh 3D, robot có thể phẫu thuật ở những vị trí khó, hỗ trợ các bác sĩ tiến hành ca mổ với sự xâm lấn tối thiểu và độ chính xác, hiệu quả an toàn hơn, giúp bệnh nhân ít mất máu, ít đau, giảm nguy cơ tai biến và mau hồi phục.

Trong lĩnh vực Giáo dục, công nghệ thực tế ảo sẽ thay đổi cách dạy và học. Sinh viên có thể đeo kính VR và có cảm giác như đang ngồi trong lớp nghe bài giảng, hay nhập vai để chứng kiến những trận đánh giả lập, ngắm nhìn di tích, mang lại cảm xúc và sự ghi nhớ sâu sắc, giúp bài học thấm thía hơn. Hoặc khi đào tạo nghề phi công, học viên đeo kính và thấy phía trước là cabin và học lái máy bay như thật để thực hành đến khi nhuần nhuyễn rồi mới lái, giảm thiểu rủi ro. Trong tương lai, số lượng giáo viên ảo có thể nhiều hơn giáo viên thực rất nhiều.

Lĩnh vực nông nghiệp, Không còn là nông nghiệp thuần túy, Công nghệ IoT với hàng loạt hệ thống cảm biến và đầu đo (sensor) có thể giúp tưới cây, bón phân đúng thời điểm và khoa học với lượng cần thiết vừa đủ cho cây, giúp tiết kiệm chi phí so với phương thức truyền thống hiện nay. Khi đó, nông dân - nhóm người vốn bấp bênh nhất về công việc - sẽ rơi vào tình trạng thất nghiệp.

Trong lĩnh vực điều khiển tự động, Cách mạng công nghiệp 4.0 bắt đầu xuất hiện với những ứng dụng của đô thị thông minh, nhiều ứng dụng tự động hóa của đô thị thông minh đã và chuẩn bị được triển khai rộng rãi trong công viên này. Ví dụ như hệ thống tìm và đỗ xe thông minh, nhận diện người ra vào, chiếu sáng tự động bật tắt...

Sản xuất thông minh (Intelligent Manufacturing) với nền tảng tự động hóa là yếu tố cơ bản dẫn dắt cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Theo ước tính của Đại học Oxford, đến 47% công việc ngày nay sẽ có tỷ lệ tự động hóa 75% trong 20 năm tới [3].

Sản xuất cơ khí, Công ty Công nghiệp chính xác Việt Nam (VPIC) mới vừa đưa về chiếc máy tạo mẫu hiện đại, chiếc máy to bằng nửa chiếc ô tô 16 chỗ với 40 máy con bên trong, vận hành hoàn toàn tự động bằng phần mềm máy tính, chỉ cần bỏ nguyên liệu thô vào rồi bấm nút là sáng mai sẽ có thành phẩm.

Như vậy, đây không phải câu chuyện tương lai mà là câu chuyện của hiện tại. Một cuộc cách mạng công nghiệp đang diễn ra mạnh mẽ trên thế giới, tác động lên nhiều lĩnh vực, quan trọng là mỗi nước, mỗi cá nhân có nhận thức được điều đó hay không. Thế giới thực mà ta biết, từ con người, xe cộ, nhà cửa, tài sản, công ty, trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư này sẽ chuyển đổi sang thế giới số. Sẽ có "bản sao của thế giới thực" trên nền thế giới số.

2.2 Tác động đối với việc làm và phân cực lực lượng lao động

Sự đột phá của các hệ thống quản lý ảo đã tạo ra một làn sóng và trở thành công cụ để phát triển kinh tế. Đặc tính nổi bật đầu tiên của cách mạng 4.0 đó là tốc độ, đặc biệt máy móc không chỉ thay thế công việc chân tay, mà đang học cả cách tư duy như con người. Không chỉ đẩy mạnh tự động hóa, nhiều công ty ở Việt Nam hiện nay đã bắt đầu quá trình số hóa, từ khâu thiết kế, sản xuất, cho tới giao hàng. Giám đốc cơ quan phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP) Việt Nam nhấn mạnh, xu hướng sản xuất tự động hóa trên toàn cầu sẽ làm giảm lương, do người công nhân phải cạnh tranh với máy móc và với chính cả những người đã mất việc do máy móc.

Một thực tế đáng lo ngại, theo đại diện UNDP Việt Nam, các nhà đầu tư đang trở lại đầu tư vào Mỹ, trong đó bang California sẽ trở thành thủ phủ của ngành công nghiệp. Hay như Adidas đã lên kế hoạch xây dựng nhà máy sản xuất giày dép tại Đức, chứ không phải tại một quốc gia có nhân công giá rẻ nào khác. Việc robot hóa và tự động hóa diễn ra nhanh, khiến cho những công việc giản đơn và được trả lương thấp sẽ được thay thế dần bởi các robot và các quy trình tự động hóa ở khắp nơi. Theo Business Insider, 3/10 doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động nhất toàn cầu đang và sẽ thay thế các nhân công của mình bằng robot. Cụ thể Foxconn, tập đoàn gia công chính cho Apple, Google và Amazon đã thay 60.000 nhân công bằng robot. Tập đoàn bán lẻ Walmart, với 2,1 triệu nhân công, muốn thay thế những nhân viên kiểm hàng, giao hàng bằng các máy bay không người lái.

Theo báo cáo của Citibank và Đại học Oxford với chủ đề “Công nghệ - Việc làm V.2.0 tương lai không như đã từng”, cho biết nhiều khả năng 77% việc làm ở Trung Quốc, 72% việc làm ở Thái Lan và 69% việc làm ở Ấn Độ sẽ được tự động hóa và thay thế bằng robot. Theo dự báo, đến cuối thế kỷ 21, tỷ lệ thất nghiệp sẽ là 75% vì phần lớn các công việc lặp đi lặp lại do con người làm sẽ bị thay thế bởi máy móc và xu hướng này ngày càng tăng với tốc độ rất nhanh. Một nghiên cứu của Frey và Osborne (Đại học Oxford) năm 2013 cho biết, những ngành nghề có lương thấp và yêu cầu ít đào tạo sẽ có nguy cơ cao bị thay thế bởi tự động hóa. Chính vì vậy, chính phủ các nước phương Tây và Mỹ đã xây dựng các chiến lược đáp ứng tình hình mới này.

Như vậy, các công ty có cơ hội đưa sản xuất về lại nước mình, giành lại công việc từ các nước có giá nhân công thấp, như Trung Quốc vốn được mệnh danh là “*công xưởng của thế giới*”. Đó là lý do tại sao CN4.0 đang được chính phủ các nước phương Tây quan tâm.

Tuy nhiên, một số chuyên gia lại cho rằng, cuộc CMCN lần thứ 4 sẽ tạo ra nhiều việc làm hơn là những việc làm mất đi do có cuộc cách mạng này. Bởi vì, *Thứ nhất*, tốc

độ thay đổi công nghệ nhanh hơn bao giờ hết. *Thứ hai*, thời đại của cuộc cách mạng kỹ thuật số đang bùng nổ với hàng loạt công nghệ mới. Trong thời gian tới danh sách này có thể sẽ được nối dài và làn sóng công nghệ mới ra đời sẽ tạo ra những làn sóng kinh doanh mới và việc làm mới. *Thứ ba*, hàng triệu người trên khắp thế giới có thể truy cập vào những cơ sở dữ liệu rất lớn và vì vậy những thử nghiệm và đổi mới sáng tạo sẽ không chỉ được thực hiện tại các trung tâm nghiên cứu, mà có thể ở mọi nơi và cơ hội khởi nghiệp rộng mở. *Thứ tư*, các khoản đầu tư rất lớn, lên tới hàng tỉ USD, đang được thực hiện bởi các công ty ở châu Âu, châu Á và Mỹ để nghiên cứu và phát triển những công nghệ trên. Trong năm 2015, 17,8 tỷ USD đã được đầu tư cho khởi nghiệp theo yêu cầu (ondemand start-ups), con số này năm 2014 là 6,5 tỉ USD.

2.3 Chiến lược và chính sách công nghiệp của một số nước trước cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4

Với cuộc CMCN 4.0, robot sẽ thay thế con người hoàn toàn. Chỉ cần "số hóa", "robot hóa" nền sản xuất, các công ty đã có cơ hội đưa sản xuất trở về nước mình, giành lại công việc từ các nước có giá nhân công thấp. Đây cũng chính là lý do quan trọng nhất, khiến chính phủ nhiều nước hết sức quan tâm và lập ra các chiến lược 4.0 cho riêng mình. Từ năm 2011, Đức đã đưa ra chiến lược Công nghiệp 4.0, tạo ra một khuôn khổ chính sách chặt chẽ, thiết lập vị thế là nhà cung cấp các hệ thống sản xuất tiên tiến hàng đầu thế giới. Chính phủ Hàn Quốc lên kế hoạch cung cấp vốn cho hơn 2.000 doanh nghiệp nhỏ và vừa trong năm nay để thúc đẩy sự thành lập của "những nhà máy thông minh", nơi mà dây chuyền sản xuất được tự động hóa hoàn toàn, máy móc và hệ thống thông minh được kết nối. Năm 2015, Trung Quốc đưa ra chiến lược công nghiệp Made in China 2025, mục tiêu biến Trung Quốc thành người khổng lồ về sản xuất bằng cách sử dụng các công nghệ tiên tiến như robot, cảm biến và trí tuệ nhân tạo. Dự kiến vào năm 2020, Trung Quốc có khả năng sản xuất 100.000 robot mỗi năm. Một phần trong chiến lược xây dựng quốc gia thông minh của Singapore là nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững trong thời kỳ cuộc CMCN thứ 4. Chính phủ Singapore dành 450 triệu USD trong 3 năm tới để phát triển ứng dụng robot phục vụ đời sống.

CMCN 4.0 đang trở thành cuộc chạy đua giữa các nước, các công ty và tập đoàn, bắt đầu từ việc hình thành các xưởng thông minh và các sản phẩm thông minh có thể hoạt động hoàn hảo trong môi trường công nghệ Internet (Industrial Internet) và Internet vạn vật (Internet of Things). Đây cũng là những công cụ phát triển nền Kinh tế nối mạng (Networked Economy) mà giá trị nền kinh tế mới này được dự kiến đạt đến 90.000 tỷ USD/năm. Để duy trì tính cạnh tranh, các nhà máy phải cung cấp các thiết kế

tùy chỉnh và có khả năng thay đổi sản phẩm nhanh chóng; sử dụng IoT và các công nghệ khác để số hóa toàn bộ quy trình, rút ngắn thời gian đưa sản phẩm ra thị trường; hợp nhất mạng lưới sản xuất, dùng giải pháp quản lý vòng đời sản phẩm dựa trên Internet để nhân viên có thể làm việc thông qua mạng; dùng robot bán tự động làm việc bên cạnh con người để tăng năng suất và vẫn đảm bảo chất lượng; phân tích dữ liệu thu thập được về khách hàng để cung cấp các dịch vụ kỹ thuật số mới. Từ đó, các công ty có cơ hội đưa sản xuất về lại nước mình, giành lại công việc từ các nước có giá nhân công thấp, đó là lý do tại sao công nghiệp 4.0 đang được chính phủ các nước phương Tây quan tâm. Người Anh kỳ vọng việc số hóa các nhà máy có thể khôi phục lại sản xuất. Riêng Đức đặc biệt chú trọng công nghiệp 4.0 vì sản xuất là xương sống của nền kinh tế nước này.

Nhiều lĩnh vực kinh tế mới và ngành nghề mới xuất hiện trong công nghiệp 4.0 khiến nhiều nước ráo riết chuẩn bị nguồn nhân lực cho những lĩnh vực kinh tế và ngành nghề mới này. Tại Mỹ, Ủy ban Giáo dục các hệ thống thực - ảo thế kỷ 21 đã và đang hoạch định chiến lược chuẩn bị một môn học mới ở cấp phổ thông và một chuyên ngành đào tạo mới ở cấp đại học gọi là Giáo dục các hệ thống thực - ảo thế kỷ 21 (21st Century Cyber - Physical Systems Education: CPS). Không chỉ nước Mỹ mà các nước khác cũng ráo riết chuẩn bị nguồn nhân lực cho các ngành nghề mới này. Chương trình công nghiệp 4.0 của Đức tập trung chuẩn bị nguồn nhân lực lãnh đạo của lĩnh vực CPS, đào tạo nguồn nhân lực dịch vụ, công nghiệp thiết kế hay các hệ thống trí tuệ nhân tạo. Liên minh châu Âu bằng nguồn kinh phí công và tư, chi 7 tỷ USD để nghiên cứu về hệ thống trí tuệ nhân tạo, tạo nền tảng công nghệ châu Âu dựa trên các hệ thống tích hợp thông minh (EPoSS). Hàn Quốc cũng là nước tiên phong trong lĩnh vực này và CPS là trọng tâm thảo luận của họ về chính sách phát triển công nghệ thông tin và truyền thông.

3. Kết luận và một số khuyến nghị

3.1 Kết luận

Trong cuộc CMCN lần thứ 4, chúng ta sẽ đến với sự kết hợp giữa thế giới thực, thế giới ảo và thế giới sinh vật. Những công nghệ mới này sẽ gây ảnh hưởng to lớn đến nhiều chính sách, các nền kinh tế, các ngành công nghiệp, đồng thời cũng thách thức ý niệm của chúng ta về vai trò thực sự của con người. Những công nghệ này có tiềm năng kết nối hàng tỷ người trên thế giới, gia tăng đáng kể hiệu quả hoạt động cho các tổ chức, doanh nghiệp, tái tạo các nguồn tài nguyên thiên nhiên hay thậm chí là khôi phục lại những tổn thất mà các cuộc CMCN trước gây ra. Tuy nhiên, cái gì cũng đi kèm với

những rủi ro. Các tổ chức, doanh nghiệp có thể sẽ chưa sẵn sàng đón nhận các công nghệ tối tân hay các chính phủ sẽ gặp khó khăn trong việc tuyển dụng người cũng như quản lý các công nghệ này một cách toàn diện. Trong lịch sử, các cuộc CMCN đều xảy ra với bất công gia tăng kéo theo hàng loạt, có thể nói ở thời điểm hiện tại chúng ta chưa thực sự sẵn sàng đón nhận làn sóng chuyển đổi mà cuộc cách mạng này sẽ mang lại, nhưng trong tương lai những biến đổi sâu sắc sẽ là điều tất yếu xảy ra.

3.2 Một số khuyến nghị

CMCN lần thứ 4 đang mở ra nhiều cơ hội cho các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam cần nâng cao năng suất và rút ngắn khoảng cách phát triển. Trong bối cảnh Việt Nam đang hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới với việc hoàn tất nhiều hiệp định thương mại tự do quy mô lớn như FTA, EU, Liên minh kinh tế Á-Âu..., việc tiếp cận thành tựu cách mạng sản xuất mới để tham gia hiệu quả chuỗi giá trị toàn cầu và đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa là nhu cầu cấp thiết.

Các chuyên gia của OECD khuyến nghị các nước đang phát triển như Việt Nam cần đầu tư cho khoa học và công nghệ, đổi mới công nghệ, tạo môi trường kinh doanh năng động để thúc đẩy lan tỏa công nghệ, cải cách thị trường lao động, hệ thống giáo dục - đào tạo. Một số chuyên gia OECD nhấn mạnh các chính sách về đào tạo, nâng cao kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực để thích ứng với biến đổi nhanh của công nghệ và sự phát triển của CMCN mới.

Một số khuyến nghị trong bối cảnh CMCN lần thứ 4 đang diễn ra trên toàn cầu nên chăng chúng ta cần có các định hướng sau:

Thứ nhất, cần xác định vị trí của Việt nam trên bản đồ công nghệ 4.0

Việt Nam cần biết mình đang ở đâu trong cuộc CMCN đã và đang xảy ra, chúng ta muốn đến đâu, muốn có vị trí nào trên bản đồ phát triển của thế giới khi rất nhiều quốc gia khác cũng đang đẩy mạnh tiến trình CMCN 4.0.

Thứ hai, tăng cường công tác phát triển, đào tạo nhân lực KH&CN

Con người luôn là một yếu tố vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của các ngành khoa học công nghệ. Để đón bắt được cơ hội đột phá từ cuộc CMCN lần thứ 4, cần tập trung mọi nguồn lực để hỗ trợ, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực KH&CN

Điều may mắn là CMCN 4.0 diễn ra trên các tiến bộ của công nghệ số, của học máy và khoa học dữ liệu, những lĩnh vực cần có nền tảng của toán học sâu sắc. Việt Nam có nguồn lực tốt về toán học, công nghệ thông tin và có khả năng đào tạo tốt hơn. Việt nam có một lực lượng chuyên gia về học máy và khoa học dữ liệu cũng như rất

hiều người Việt trẻ tuổi có kiến thức và kỹ năng trong các lĩnh vực này đang làm việc ở nước ngoài, kết nối được lực lượng này với trong nước là điều rất cần thiết.

Thứ ba, hoàn thiện cơ chế chính sách hỗ trợ khởi nghiệp

Chính phủ cần hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm hỗ trợ cho doanh nghiệp khởi nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp trong lĩnh vực KH&CN. Bên cạnh đó, nghiên cứu phương án hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp thông qua công tác truyền thông để nâng cao hình ảnh, thương hiệu doanh nghiệp, tạo sự thuận lợi trong việc kêu gọi, thu hút vốn đầu tư từ các tổ chức trong nước và quốc tế.

Thứ tư, phát triển hạ tầng CNTT và viễn thông

Chúng ta cần đẩy nhanh, mạnh việc phát triển các dịch vụ viễn thông, CNTT có tính sáng tạo, đặc trưng của Việt Nam để có thể đón đầu xu thế của cuộc CMCN lần thứ 4, tạo ra nền tảng để đưa ngành Viễn thông, CNTT của Việt Nam vươn tầm ra thế giới.

Thứ năm, phát triển Chính phủ điện tử và nâng cao hiệu quả hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước

Chính phủ cần xây dựng các chính sách để phát triển đồng bộ hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông trong nước, đẩy mạnh phát triển Chính phủ điện tử, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các cơ quan nhà nước, quyết tâm phối hợp với các bộ, ngành liên quan triển khai các giải pháp đồng bộ để nâng vị trí của Việt Nam về Chính phủ điện tử trong bảng xếp hạng của Liên Hợp Quốc.

Thứ sáu, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về giao dịch điện tử

Với tốc độ phát triển vượt bậc trên phạm vi toàn cầu, Internet đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hằng ngày của đại đa số người dân trên toàn thế giới trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện nay, sự phát triển của các loại hình giao dịch điện tử vẫn gặp nhiều khó khăn, hạn chế đặc biệt là vấn đề xác thực, bảo mật trong giao dịch điện tử. Đây là một yếu tố quan trọng bậc nhất, quyết định sự thành công của giao dịch điện tử ở Việt Nam. Để có thể giải quyết được vấn đề này, công tác chứng thực điện tử đóng một vai trò vô cùng quan trọng để thúc đẩy sự phát triển các hoạt động về giao dịch điện tử.

Thứ bảy, tăng cường bảo đảm an toàn thông tin (ATTT)

ATTT tại các nước tiên tiến hàng đầu trên thế giới thì việc chỉ tập trung đầu tư các giải pháp công nghệ là chưa đủ mà phải đẩy mạnh đầu tư các yếu tố con người như nâng cao nhận thức, kỹ năng và tầm nhìn quản lý an toàn thông tin. Lực lượng nhân lực an toàn thông tin phải mạnh thì mới có thể vận hành hiệu quả các hệ thống kỹ thuật hiện đại và từng bước cải thiện hình ảnh của Việt Nam trên bản đồ an toàn thông tin thế giới.

Thứ tám, hợp tác quốc tế trong nghiên cứu phát triển và chuyển giao công nghệ

Triển khai hợp tác khoa học và công nghệ tầm quốc gia với các nước tiên tiến về khoa học và công nghệ, là đối tác chiến lược của Việt Nam.

Thứ chín, cần nhìn cách mạng công nghiệp 4.0 là cuộc cách mạng của sản xuất thông minh nhưng không nhất thiết chỉ là các lĩnh vực của sản xuất công nghiệp.

Cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra cơ hội phát triển cho Việt Nam, bởi cuộc cách mạng công nghiệp này không chỉ riêng về công nghiệp, lĩnh vực chúng ta còn khoảng cách rất lớn so với các nước phát triển. Nếu xét về công nghiệp ô-tô, công nghiệp robot... chúng ta có thể cách xa các nước phát triển vài chục năm, thậm chí cả trăm năm, nhưng ở một số lĩnh vực công nghệ số thì chúng ta có thể thu hẹp khoảng cách này nếu có cách làm và định hướng tốt.

**ẢNH HƯỞNG SỞ HỮU TỔ CHỨC TÁC ĐỘNG ĐẾN TÍNH THANH KHOẢN
CỦA DOANH NGHIỆP: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI CÁC DOANH
NGHIỆP NGÀNH THÉP VIỆT NAM**

Bùi Nguyên Khá, Trương Thị Tình

Khoa Tài chính-Kế toán, Trường Đại học Công Nghiệp Thực Phẩm TP HCM

Tóm tắt

Thanh khoản được xem là huyết mạch của thị trường tài chính. Việc điều tiết một mức thanh khoản hợp lý là nhiệm vụ hết sức quan trọng và cần thiết cho nền kinh tế phát triển. Trong thị trường tài chính liên kết chặt chẽ như hiện nay, chỉ cần sự suy giảm đột ngột của tính thanh khoản ở một phân khúc thị trường đơn lẻ hay trong một khu vực tư nhân có thể gây nên sự gián đoạn cho toàn bộ cả hệ thống. Ngành thép Việt Nam là một trong những ngành giữ một vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân bởi ba đặc thù chính: ngành có quy mô lớn nhất nước, ngành cung cấp phần lớn các hàng hóa đầu tư và Chính phủ là khách hàng phần lớn thông qua các công trình của ngành. Bài nghiên cứu dựa trên mô hình hồi quy tuyến tính bội, cho thấy sở hữu tổ chức có mối quan hệ chặt chẽ và tác động nghịch chiều đến tính thanh khoản của doanh nghiệp ngành thép Việt Nam

Abstract

Liquid is considered as the key of the financial market. The condition of a legal liquid is a priority of tasks and required for the development of the economic. In the directories of a financial market as a whole, only to think about the collision of an entire sector. The Vietnamese steel industry is one of the key field in the national economy, with three characteristics: the industry is the largest in the country, providing the bulk of the surplus and the government is the major customer through constructions industries. Research based on the model regression model shows that the ownership of the organization has a close and contradictory relationship with the liquid of Vietnamese steel industries.

1. Sở hữu tổ chức và tính thanh khoản của doanh nghiệp

Theo Davis &Steil (2001), sở hữu tổ chức có thể được định nghĩa là các tổ chức tài chính chuyên dụng, dùng số tiền nhân rồi của mình thay mặt các nhà đầu tư khác trên thị trường mua một số lượng cổ phiếu lớn với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận và rủi ro thấp. Một định nghĩa rộng hơn, dựa trên cơ sở lý thuyết của doanh nghiệp, sở hữu tổ chức có thể là các nhà đầu tư tổ chức hợp tác đầu tư được thiết lập để giảm chi phí giao dịch giữa các nhà đầu tư và quản lý theo cách tiếp cận chuyên nghiệp (Bjuggren và cộng sự, 2007)

Tính thanh khoản là một trong những yếu tố đánh giá về mức độ hấp dẫn mà các nhà đầu tư quan tâm đến doanh nghiệp. Những thông số liên quan đến tính thanh khoản của doanh nghiệp mà các tổ chức quan tâm bao gồm:

Quy mô doanh nghiệp chính là dấu hiệu đầu tiên khi nhà đầu tư biết đến doanh nghiệp. Các nghiên cứu tác động của quy mô doanh nghiệp đến tính thanh khoản của doanh nghiệp cho thấy rằng quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực (cùng chiều) đến

tính thanh khoản của cổ phiếu. Theo các nghiên cứu này thì một doanh nghiệp có quy mô càng lớn, tính thanh khoản cổ phiếu thường của doanh nghiệp đó càng cao bởi nhiều lý do, như nhà đầu tư có thể tìm hiểu thông tin rõ ràng hơn ở các doanh nghiệp quy mô lớn (Omori, 2004), các doanh nghiệp lớn có kinh nghiệm quản lý dòng tiền ngắn hạn và dài hạn (Zayani & Loukil, 2004), doanh nghiệp quy mô lớn thường đa dạng hóa các danh mục đầu tư để hạn chế rủi ro (Lischewski & Voronkava, 2010)

Hiệu quả sản xuất kinh doanh có mối quan hệ với tính thanh khoản được tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau. Trước hết, theo lý thuyết đại diện (agency theory), các nhà nghiên cứu đã chứng minh rằng các doanh nghiệp có hiệu quả quản trị mạnh tạo hiệu quả sản xuất kinh doanh cao là những doanh nghiệp có tính thanh khoản cao (Maug, 1988; Palimeter, 2002). Những nghiên cứu của Coffe (1991), Bhide (1993), Fang và các cộng sự (2009) đã chứng minh được mối quan hệ hai chiều giữa tính thanh khoản của cổ phiếu và hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Theo các nghiên cứu này, một doanh nghiệp có hiệu quả sản xuất kinh doanh cao sẽ phát các tín hiệu tích cực cho các nhà đầu tư bên ngoài, tăng cường uy tín tài chính, tăng sức hấp dẫn của cổ phiếu và kết quả là tính thanh khoản của cổ phiếu tăng. Ngược lại, các doanh nghiệp có tính thanh khoản cổ phiếu cao là những doanh nghiệp rất tích cực trong việc công bố các thông tin về hiệu quả sản xuất kinh doanh. Điều này tạo áp lực ngược lại cho các nhà quản trị cần cải thiện và cải thiện hơn nữa hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Như vậy, tính thanh khoản của cổ phiếu lại có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Chính sách cổ tức là một doanh nghiệp có thể thực hiện việc chi trả cổ tức của mình sau một năm hoạt động bằng tiền mặt hay giữ lại tái đầu tư hoặc chi trả bằng cổ phiếu. Nghiên cứu của Dong, Robinson và Veld (2003) chứng minh rằng các nhà đầu tư cá nhân thích nhận được cổ tức bằng tiền mặt hơn do chi phí giao dịch phải trả cho cổ tức thấp hơn khi bán chứng khoán. Mặt khác, các doanh nghiệp có chính sách chi trả cổ tức bằng tiền mặt cao nhằm phát tín hiệu về hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ra thị trường và ảnh hưởng đến tính thanh khoản của doanh nghiệp đó.

Cơ cấu vốn của doanh nghiệp đề cập đến sự kết hợp giữa sử dụng nợ và vốn chủ sở hữu để tài trợ cho tài sản (Titman và Wessels, 1988). Các hình thức tài trợ và các nguồn tài trợ ảnh hưởng đến cơ cấu vốn của các doanh nghiệp. Quá trình tài trợ vốn của doanh nghiệp phải đảm bảo được tính liên tục của dòng tài chính cần thiết cho sự tăng trưởng của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Roswati (2007) đã chứng minh tỷ số nợ có tác động đáng kể và cùng chiều đến tính thanh khoản của doanh nghiệp trên thị trường;

Nghiên cứu của Mais (2005) với mẫu là các doanh nghiệp cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Jakarta lại đưa ra kết luận ngược lại với tỷ số nợ có tác động ngược chiều với tính thanh khoản của doanh nghiệp trên thị trường.

Khả năng thanh toán doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến hệ số tín nhiệm của doanh nghiệp trên thị trường. Theo lý thuyết đánh đổi thì doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán cao sẽ tăng uy tín tài chính, tăng khả năng huy động vốn trong tương lai với chi phí vốn thấp, rủi ro thanh toán của doanh nghiệp thấp. Điều này giúp tăng tính hấp dẫn của doanh nghiệp, tăng khối lượng và giá trị giao dịch liên quan đến doanh nghiệp đó. Nghiên cứu của Mohammad và các cộng sự (2013) với mẫu là các doanh nghiệp cổ phần ngành thực phẩm niêm yết trên thị trường chứng khoán Iran chỉ ra rằng khả năng thanh toán của doanh nghiệp có tác động tích cực đến giá trị thị trường của doanh nghiệp. Mặt khác, khi doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán ngắn hạn cao, doanh nghiệp sử dụng ít nguồn ngắn hạn do đó chi phí tài chính gia tăng. Kết quả là hiệu quả sản xuất kinh doanh không cao. Điều này làm giảm tính hấp dẫn của doanh nghiệp nên khối lượng giao dịch và giá trị giao dịch của doanh nghiệp đó giảm. Khi phân tích khả năng thanh toán cần xem xét trị số của các chỉ tiêu qua các thời điểm khác nhau. Thông qua nhóm chỉ tiêu này, nhà đầu tư có thể phân tích được rủi ro thanh toán của doanh nghiệp trước khi ra một quyết định.

2. Mô hình nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này, nhóm tác giả lựa chọn các doanh nghiệp hoạt động liên quan đến ngành thép được niêm yết trên hai Sở giao dịch chứng khoán Việt Nam. Trong bài nghiên cứu này, để kiểm định giả thiết về sự tác động của sở hữu tổ chức đến tính thanh khoản của cổ phiếu, tác giả cũng sử dụng mô hình hồi qui tuyến tính bội và ước lượng các hệ số của mô hình hồi qui theo phương pháp bình phương tối thiểu OLS - Ordinary Least Squares. Mô hình cụ thể trong nghiên cứu này như sau:

$$ILLIQ = f(LEV;M/B;PROFIT;SIZE;TANG;NDTS;PRC;IOWN;SOWN;FOWN)$$

Trong đó:

Tỷ lệ đòn bẩy tài chính (LEV) được quy định trong nghiên cứu này là một chỉ số của biến kiểm soát cấu trúc vốn. Đòn bẩy của một doanh nghiệp được tính bằng cách chia giá trị sổ sách của các khoản nợ cho tổng tài sản.

$$LEV = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ lệ giá trị thị trường trên giá trị sổ sách (M/B) được sử dụng để đo lường tỷ lệ cơ hội tăng trưởng và được chọn như là một biến kiểm soát. Biến này được tính toán bằng cách chia giá trị thị trường của cổ phiếu cho giá trị sổ sách của nó.

$$M/B = \frac{\text{Giá trị thị trường của cổ phiếu}}{\text{Giá trị sổ sách của cổ phiếu}}$$

Biến kiểm soát này cũng được sử dụng trong nghiên cứu thực hiện bởi Fama và French (2002), và Baker & Wurgler (2002). Jensen (1976) nói rằng trong trường hợp một doanh nghiệp có nhiều cơ hội phát triển, chi phí đại diện của dòng tiền tự do của doanh nghiệp giảm. Các doanh nghiệp có triển vọng tăng trưởng trong tương lai thường dựa vào tài trợ bằng vốn chủ sở hữu. Điều này có thể giải thích bằng lý thuyết chi phí đại diện.

Tỷ lệ lợi nhuận (PROFIT) được sử dụng là một biến kiểm soát. Biến này được tính toán bằng cách lợi nhuận ròng chia cho tổng tài sản.

$$PROFIT = \frac{\text{Lợi nhuận Ròng}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Theo lý thuyết trật tự phân hạng thì các nhà quản lý thích tài trợ cho các dự án bằng nguồn vốn từ nội bộ hơn rồi mới đến nguồn vốn từ bên ngoài. Theo đó đầu tư sẽ được tài trợ trước tiên bằng vốn nội bộ, chủ yếu là lợi nhuận tái đầu tư, rồi mới đến phát hành nợ mới, và cuối cùng bằng phát hành vốn cổ phần mới. Ngoài ra, các doanh nghiệp hoạt động có lời không thích huy động thêm vốn chủ sở hữu nhằm tránh việc pha loãng quyền sở hữu. Như vậy theo lý thuyết trật tự phân hạng, có một mối quan hệ ngược chiều (-) với tính thanh khoản

Quy mô của Doanh nghiệp (SIZE) được sử dụng là một biến kiểm soát. Biến này được tính toán bằng lôgarit tự nhiên của tổng tài sản của doanh nghiệp.

$$SIZE = \ln(\text{Tổng tài sản})$$

Lý thuyết về chi phí đại diện cũng cho rằng có chi phí đại diện có quan hệ cùng chiều với quy mô của doanh nghiệp vì các doanh nghiệp càng nhỏ thì sự bất cân xứng thông tin càng lớn. Trong khi đó, các doanh nghiệp có quy mô lớn có chi phí đại diện thấp, chi phí kiểm soát thấp, ít chênh lệch thông tin hơn so với các doanh nghiệp nhỏ hơn. Vì vậy tính thanh khoản cổ phiếu ở các doanh nghiệp có quy mô lớn sẽ cao hơn các doanh nghiệp có quy mô nhỏ.

Tỷ lệ hữu hình (TANG) được sử dụng là một biến kiểm soát. Biến này được tính toán bằng cách chia tài sản cố định hữu hình cho tổng tài sản.

$$TANG = \frac{\text{Tài sản cố định hữu hình}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Lý thuyết chi phí đại diện dự báo rằng những doanh nghiệp với món nợ không lồ có xu hướng chuyển tài sản từ các chủ nợ cho các cổ đông. Vì vậy, các chủ nợ phải có một cái gì đó để bảo đảm thanh toán theo các yêu cầu của mình. Nếu tỷ lệ này là thấp, chi phí tài chính thông qua vay nợ tăng cao do đó tỷ lệ này có quan hệ cùng chiều (+) với tính thanh khoản doanh nghiệp

Tỷ lệ khấu hao trên tổng tài sản (NDTS) được sử dụng như là một biến kiểm soát và là chỉ số đại diện cho tầm chắn thuế phi nợ. Biến này được tính toán bằng cách chi chi phí khấu hao cho tổng tài sản.

$$\text{Khấu hao NDTS} = \frac{\text{Khấu hao}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Giá thị trường của cổ phiếu (PRC) được sử dụng là một biến kiểm soát. Lôgarit tự nhiên của giá giao dịch bình quân trong năm tài chính đã được dùng để đo lường cho mức giá.

$$\text{PRC} = \text{Ln}(\text{Giá giao dịch bình quân trong năm})$$

Theo lý thuyết thời gian thị trường, các doanh nghiệp có xu hướng sử dụng các khoản vay nhiều hơn trong cơ cấu vốn cổ phần của họ khi giá cổ phiếu của họ được tăng lên trên thị trường chứng khoán kèm theo đó tính thanh khoản cũng tăng

Sở hữu nước ngoài (FOWN) được sử dụng là một biến kiểm soát .Tỷ lệ cổ phần được nắm giữ bởi các cổ đông nước ngoài dùng để đo lường cho biến sở hữu nước ngoài.

Sở hữu nhà nước (SOWN) được sử dụng là một biến kiểm soát .Trong bài này tác giả sử dụng tỷ lệ cổ phần được nắm giữ bởi các cổ đông nhà nước dùng để đo lường cho biến sở hữu nhà nước.

Dựa vào lược khảo nghiên cứu trước đây và điều kiện nền kinh tế Việt Nam, nhóm tác giả đặt giả thuyết của nghiên cứu: "Có một mối quan hệ ngược chiều đáng kể giữa sở hữu tổ chức và tính thanh khoản cổ phiếu các doanh nghiệp ngành thép niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam".

3. Kết quả nghiên cứu

3.1 Kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố đối với tính thanh khoản doanh nghiệp

Sở hữu tổ chức của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 có ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp. Với hệ số hồi quy -7.24E -05 ta có thể kết luận rằng biến IOWN tỷ lệ nghịch với tính thanh khoản của cổ phiếu .

Tỷ lệ lợi nhuận của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 có ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp. Với hệ số hồi quy -0.000591 ta có thể kết luận rằng biến PROFIT tỷ lệ nghịch với tính thanh khoản của cổ phiếu .

Tỷ lệ giá thị trường trên giá trị sổ sách cổ phiếu các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 có ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp. Với hệ số hồi quy -0.000591 ta có thể kết luận rằng biến MB tỷ lệ nghịch với tính thanh khoản của cổ phiếu .

Quy mô doanh nghiệp các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp..

Tỷ lệ hữu hình của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

Tỷ lệ khấu hao của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

Tỷ lệ lợi nhuận của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

Giá trị thị trường của cổ phiếu của các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 có ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

Tỷ lệ cổ phần nắm giữ của cổ đông nhà nước các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

Tỷ lệ nắm giữ cổ phiếu của cổ đông nước ngoài các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2011-2015 có ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu doanh nghiệp.

3.2 Mô hình hồi quy

Sau khi loại bỏ những biến không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của cổ phiếu ta có mô hình hồi quy 1:

$$LID=0.000107 * IOWN - 3.56E-14 * PRC - 0.000485 * PROFIT+ 0.000209$$

Khi có sự thay đổi của sở hữu tổ chức (tăng hay giảm) 1 % thì tính thanh khoản của doanh nghiệp (giảm hay tăng) 0.000107%, điều này phù hợp với giả thuyết nhóm tác giả đặt ra khi nghiên cứu. Hay khi giá thị trường của doanh nghiệp tăng hay giảm 1 đồng thì tính thanh khoản của doanh nghiệp giảm hay tăng $3.36E-14$ đồng. Tỷ lệ lợi nhuận của doanh nghiệp tăng giảm 1% đồng nghĩa với tính thanh khoản của doanh nghiệp sẽ giảm hay tăng 0.000209%

4. Kết luận và hàm ý chính sách

4.1 Kết luận

Bài nghiên cứu dựa trên cơ sở lý luận là các lý thuyết tài chính quan trọng nhất về sở hữu tổ chức và tính thanh khoản của doanh nghiệp, khởi đầu là lý thuyết về sở hữu tổ chức và tính thanh khoản của doanh nghiệp, tiếp theo lý thuyết trật tự phân hạng và lý thuyết về chi phí đại diện. Ngoài ra bài nghiên cứu cũng tìm hiểu kết quả các nghiên cứu thực nghiệm của nhiều tác giả trên thế giới về tính thanh khoản cổ phiếu, đặc biệt là về mối quan hệ sở hữu tổ chức và tính thanh khoản của doanh nghiệp. Từ đó tạo cơ sở thực nghiệm để tiến hành đối chiếu và so sánh kết quả nghiên cứu khi áp dụng vào thị trường chứng khoán Việt Nam nói chung và ngành thép nói riêng.

Trong nghiên cứu này, tỷ lệ sở hữu tổ chức, giá thị trường cổ phiếu, tỷ lệ lợi nhuận của các doanh nghiệp thuộc nhóm ngành thép niêm yết trên sàn HOSE, HNX được đánh giá là có tác động đến tính thanh khoản của doanh nghiệp. Kết quả kiểm định giả thuyết chỉ ra rằng tồn tại mối quan hệ nghịch đáng kể giữa sở hữu tổ chức và tính thanh khoản của doanh nghiệp. Điều này có nghĩa rằng bất kỳ sự gia tăng tỷ lệ sở hữu cổ phiếu của tổ chức thì theo đó tính thanh khoản sẽ giảm theo. Do vậy các doanh nghiệp có tỷ lệ thanh khoản cao thì tỷ lệ cổ phiếu lưu thông trên thị trường càng nhiều và bên cạnh đó thì tỷ lệ sở hữu của các tổ chức trong nước ít lại. Bên cạnh đó, kiểm định giả thuyết nghiên cứu còn thu được các kết quả khác như sau: Tỷ lệ lợi nhuận của doanh nghiệp có mối quan hệ tỷ lệ nghịch với tính thanh khoản của cổ phiếu. Kết quả này ủng hộ lý thuyết trật tự phân hạng và phù hợp với giả thuyết ban đầu. Giá thị trường của doanh nghiệp có mối quan hệ ngược chiều với tính thanh khoản doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có cổ phiếu tăng giá trên thị trường dự kiến khả năng mua bán sẽ giảm.

4.2. Hạn chế và hàm ý chính sách

Trong đề tài “Sở hữu tổ chức ảnh hưởng tính thanh khoản cổ phiếu . Nghiên cứu thực nghiệm các doanh nghiệp thép niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam”, bài báo cáo tuy đã đạt được những kết quả nhất định về cả mặt lý thuyết cũng như thực tiễn nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục.

Thứ nhất, trong đề tài này, nhóm tác giả chỉ nghiên cứu trong khoảng thời gian 5 năm từ 2011 đến 2015, do đó có thể vẫn chưa đáng giá được chính xác những ảnh hưởng của các nhân tố đến khả năng thanh khoản doanh nghiệp nói chung. Nếu mở rộng phạm vi hơn nữa, những kết quả thu được có thể sẽ thay đổi.

Thứ hai, tác giả chỉ nghiên cứu trong ngành thép với số lượng doanh nghiệp không nhiều, do đó, những kết quả đã nghiên cứu được có thể thay đổi nếu áp dụng cho các doanh nghiệp ngành khác.

Thứ ba, trong báo cáo tác giả chỉ sử dụng thước đo tính thanh khoản doanh nghiệp là khối lượng giao dịch và giá trị giao dịch nên nhiều nhân tố có thể ảnh hưởng tới khả năng thanh khoản nhưng không phải thông qua hai thước đo này. Do vậy, nếu sử dụng thêm các thước đo khác, kết quả nghiên cứu cũng có thể thay đổi.

Tuy nhiên, dựa vào kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, tính thanh khoản của doanh nghiệp gia tăng khi tỷ lệ sở hữu tổ chức của doanh nghiệp đó giảm đi, các tỷ lệ sở hữu khác tăng lên làm cho các thành phần sở hữu khác làm đa dạng hoá danh mục đầu tư, làm tăng khả năng mua bán và trao đổi thông tin của doanh nghiệp đó trên thị trường.

**TÁC ĐỘNG CỦA DỊCH VỤ NGÂN HÀNG QUỐC TẾ ĐẾN KHẢ NĂNG SINH
LỜI CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM**

Ths Huỳnh Thị Hương Thảo

Khoa Tài chính kế toán – Đại học công nghiệp thực phẩm TP HCM

TÓM TẮT

Cạnh tranh quốc tế trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng gia tăng, yêu cầu cấp bách đặt ra cho các ngân hàng thương mại Việt Nam (NHTMVN) hiện nay là phải phát triển, đa dạng và nâng cao chất lượng các dịch vụ kinh doanh của mình, cả dịch vụ ngân hàng (DVNH) trong nước và dịch vụ ngân hàng quốc tế (DVNHQT). Mặc dù mảng DVNHQT đã được các NHTMVN quan tâm chú trọng phát triển nhưng phải có chiến lược phát triển lâu dài để thích nghi với sự cạnh tranh gay gắt đó. Bài viết này nhằm nghiên cứu riêng tác động của DVNHQT đến khả năng sinh lời thông qua chỉ tiêu lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE – return on equity), từ đó đề xuất giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng quốc tế của các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam.

Từ khóa: dịch vụ ngân hàng quốc tế, ngân hàng thương mại

1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

DVNHQT bao gồm rất nhiều dịch vụ như thực hiện các phương thức thanh toán quốc tế, bảo lãnh vay trả nợ nước ngoài, tài trợ xuất nhập khẩu, tham gia thị trường hối đoái, tín dụng quốc tế ... , là các hoạt động kinh doanh tiền tệ với phạm vi mở rộng khỏi biên giới quốc gia để hòa nhập, giao dịch với các ngân hàng (NH) khác trên thế giới (Nguyễn Thị Cẩm Thủy, 2012). Theo Trần Huy Hoàng và cộng sự (2006), một NH cung cấp DVNHQT là NH cung ứng các DVNH liên quan đến ngoại hối hoặc người không cư trú. Căn cứ vào Pháp lệnh ngoại hối năm 2005 và Pháp lệnh ngoại hối sửa đổi năm 2013, trên lãnh thổ Việt Nam, các giao dịch bằng ngoại hối hạn chế sử dụng trừ một số trường hợp được phép kể cả người cư trú và người không cư trú. Nghị định số 24/2012/NĐ-CP ngày 03/04/2012 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh vàng và Thông tư số 16/2012/TT-NHNN ngày 25/5/2012 hướng dẫn một số điều của Nghị định 24/2012/NĐ-CP đã được ban hành với chủ trương chuyển quan hệ “huy động, cho vay vốn bằng vàng” sang quan hệ “mua, bán vàng” nên phạm vi nghiên cứu về các giao dịch ngoại hối tại NH là các giao dịch bằng ngoại tệ. Trên cơ sở kế thừa các khái niệm về DVNHQT và các văn bản pháp lý tại Việt Nam, khái niệm DVNHQT được thống nhất sử dụng trong nghiên cứu này là các DVNH liên quan đến ngoại tệ do NH cung cấp. Nghiên cứu nêu hai chỉ tiêu đánh giá chung nhất về DVNHQT như sau:

Chỉ tiêu 1: Tỷ lệ cho vay ngoại tệ trên tổng tài sản có ngoại tệ

Cho vay ngoại tệ là hoạt động kinh doanh chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tài sản có ngoại tệ. Quy mô dư nợ cho vay ngoại tệ càng cao chứng tỏ các dịch vụ như: bao thanh toán, cho vay tài trợ xuất nhập khẩu, bảo lãnh quốc tế ... của NH ngày càng phát

triển (Trương Quang Thông, 2010). Chỉ tiêu cho vay ngoại tệ trên tổng tài sản có ngoại tệ sẽ phản ánh được quy mô hoạt động cho vay ngoại tệ vừa đồng thời phản ánh được mức độ phát triển của các DVNHQT khác như dịch vụ ngân hàng đại lý, dịch vụ thanh toán quốc tế, hoạt động đầu tư quốc tế.

Chỉ tiêu 2: Tỷ lệ tài sản nợ ngoại tệ so với tổng nguồn vốn

Tài sản nợ ngoại tệ bao gồm các khoản tiền gửi bằng ngoại tệ của NH nước ngoài mở tại NH trong nước nhằm thực hiện các giao dịch thanh toán với nhau, ngoài ra còn có các nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ, các tài sản nợ ngoại tệ khác (tiền ký quỹ bằng ngoại tệ, vốn tài trợ, ủy thác đầu tư cho vay bằng ngoại tệ, chuyển tiền phải trả bằng ngoại tệ, ...). Chỉ tiêu này được đưa vào mô hình nghiên cứu tác động của DVNHQT đến ROE của NHTM vì vốn huy động luôn là nhân tố quan trọng để NH tiến hành các hoạt động kinh doanh nhằm thu lãi và phí.

Bảng 1: Nhóm chỉ tiêu phản ánh cấu trúc bảng cân đối kế toán của NHTM

Chỉ tiêu	Đối với hoạt động kinh doanh chung của NH	Đối với hoạt động kinh doanh DVNHQT
Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu vốn	Tỷ lệ nợ phải trả trên tổng nguồn vốn (Theo các nghiên cứu của: Lepetit và cộng sự, 2008; Gul, 2011; Lei và Song, 2013 ...)	Tỷ lệ tài sản nợ ngoại tệ trên tổng nguồn vốn (Theo nghiên cứu của Trương Quang Thông, 2010)
Chỉ tiêu phản ánh hoạt động sử dụng vốn	Tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản (Theo các nghiên cứu của Nguyễn Việt Hùng, 2008; Gul, 2011; Aremu, 2013; Trịnh Quốc Trung và Nguyễn Văn Sang, 2013 ...)	Tỷ lệ cho vay ngoại tệ trên tổng tài sản có ngoại tệ (Theo nghiên cứu của Trương Quang Thông, 2010)

Chỉ tiêu tài sản nợ ngoại tệ trên tổng nguồn vốn phản ánh nghiệp vụ huy động vốn thuộc về nghiệp vụ nguồn vốn của NHTM trong khi đó, chỉ tiêu cho vay ngoại tệ trên tổng tài sản có ngoại tệ phản ánh nghiệp vụ sử dụng vốn của NHTM. Hai chỉ tiêu trên phản ánh tổng quát nhất về DVNHQT nên được đưa vào mô hình nghiên cứu và là biến độc lập, giải thích về tác động DVNHQT đến ROE của các NH.

Bảng 2: Mô tả chi tiết các biến trong mô hình nghiên cứu

Ký hiệu biến	Ý nghĩa	Công thức tính
Biến phụ thuộc: phản ánh khả năng sinh lời của NH		
ROE	Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu	$(\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Vốn chủ sở hữu}) \times 100\%$

Biến giải thích: biến phản ánh DVNHQT		
CVNT	Tỷ lệ cho vay ngoại tệ trên tổng tài sản có ngoại tệ	(Cho vay ngoại tệ/Tổng tài sản có ngoại tệ)
TSNNT	Tỷ lệ tài sản nợ ngoại tệ trên tổng nguồn vốn	(Tài sản nợ ngoại tệ/Tổng nguồn vốn)
Biến kiểm soát: biến nội tại của ngân hàng		
VCSH	Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản	(Vốn chủ sở hữu/Tổng tài sản)
QMTS	Quy mô tài sản của ngân hàng	Ln (Tổng tài sản)
CV	Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản	(Dư nợ cho vay/Tổng tài sản)
VHDCV	Tỷ lệ vốn huy động trên dư nợ cho vay	(Vốn huy động/Tổng dư nợ cho vay)
Biến kiểm soát: biến kinh tế vĩ mô		
TTKT	Tốc độ tăng trưởng kinh tế	Nguồn dữ liệu từ Tổng cục thống kê
LP	Tỷ lệ lạm phát	Nguồn dữ liệu từ Tổng cục thống kê

Dựa trên các nghiên cứu đã được thực hiện trên thế giới về các nhân tố tác động đến ROE của NHTM, tác giả sử dụng mô hình hồi quy để nghiên cứu nên mô hình nghiên cứu cụ thể như sau:

$$ROE = \varepsilon + \beta_1 * CVNT + \beta_2 * TSNNT + \beta_3 * VCSH + \beta_4 * QMTS + \beta_5 * CV + \beta_6 * VHDCV + \beta_7 * TTKT + \beta_8 * LP.$$

Các biến kiểm soát tác giả sử dụng trong mô hình như: VCSH, QMTS, CV, VHDCV, TTKT, LP theo như các nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến ROE của Gul, 2011; Trịnh Quốc Trung và Nguyễn Văn Sang, 2013; Aremu, 2013; Võ Xuân Vinh và cộng sự, 2015 ...

2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nội dung nghiên cứu, tác giả đã thu thập số liệu trên báo cáo tài chính của 38 NHTM Việt Nam giai đoạn 2008-2014. Do đặc thù về việc công bố thông tin hoạt động kinh doanh và một số NH mới được thành lập cũng như hợp nhất trong khoảng thời gian nghiên cứu nên số quan sát trong từng năm không bằng nhau. Vậy dữ liệu nghiên cứu là không cân bằng và được xử lý bằng phần mềm Stata 12 khi nghiên cứu tác động của DVNHQT đến ROE của các NHTM Việt Nam.

Để phân tích chi tiết tác động của DVNHQT đến ROE của các NH có quy mô vốn chủ sở hữu và quy mô tài sản khác nhau, nghiên cứu đã tiến hành phân loại thành 2 nhóm NH dựa trên tiêu chí vốn chủ sở hữu trên dưới 10.000 tỷ đồng và tổng tài sản trên dưới 100.000 tỷ đồng đến thời điểm 31/12/2014. Kết quả phân loại như sau:

Bảng 3: Phân loại các NH theo quy mô vốn chủ sở hữu và quy mô tài sản

Phân loại	Ngân hàng
Nhóm 1 (11 NH có vốn chủ sở hữu trên 10.000 tỷ đồng và tổng tài sản trên 100.000 tỷ đồng)	Vietinbank, Vietcombank, BIDV, Agribank, Sacombank, Militarybank, Techcombank, Eximbank, SCB, ACB, SHB
Nhóm 2 (27 NH có vốn chủ sở hữu dưới 10.000 tỷ đồng và tổng tài sản dưới 100.000 tỷ đồng)	PVcombank, Maritimebank, VPbank, HDBank, VIB, LienvietPostbank, Anbinhbank, SeAbank, DongAbank, Tienphongbank, BacAbank, MDBank, OCB, VietAbank, MHB, Saigonbank, Kienlongbank, PGbank, NamAbank, Vietcapitalbank, NCB, Phuongnambank, Oceanbank, Baovietbank, VNBC, Westernbank, GPbank

Nguồn: Báo cáo tài chính của các NHTM được khảo sát

Để phân tích tác động của DVNHQT đến ROE của NH, tác giả sử dụng mô hình hồi quy Pooled OLS, FEM, REM. Kiểm định được thực hiện trong bài viết là kiểm định F cho phép lựa chọn giữa mô hình theo FEM và Pooled OLS, kiểm định Hausman cho phép lựa chọn giữa mô hình theo FEM và REM. Với mô hình FEM và REM được lựa chọn, tác giả tiến hành kiểm định Modified Wald và Breusch-Pagan Lagrangian Multiplier về phương sai thay đổi, kiểm định Wooldridge về hiện tượng tự tương quan. Nếu mô hình FEM hoặc REM tồn tại hiện tượng tự tương quan hoặc phương sai thay đổi, mô hình FGLS (Feasible Generalized Least Squares) được sử dụng bởi nó có thể kiểm soát được hiện tượng tự tương quan và phương sai thay đổi.

3. Kết quả hồi quy tác động của DVNHQT đến ROE của các NHTMVN và thảo luận

Bảng 4: Kết quả hồi quy FGLS với biến phụ thuộc ROE

Biến	Toàn bộ mẫu NH	NH nhóm 1	NH nhóm 2
CVNT	-0,2573287 (0,820)	9,320896 *** (0,008)	-0,9068809 (0,449)
TSNNT	21,22217 ***	30,59712 ***	12,92072 ***

	(0,000)	(0,000)	(0,001)
VCSH	-1,976226 (0,649)	-80,65711 *** (0,000)	-7,895307 * (0,074)
QMTS	1,169894 *** (0,001)	-0,9735468 (0,356)	-0,6350607 (0,233)
CV	-1,646869 (0,517)	-7,105004 (0,427)	-3,395423 (0,196)
VHDCV	0,0140147 (0,985)	3,750395 (0,218)	-0,4730106 (0,513)
TTKT	90,82032 * (0,079)	-9,156254 (0,935)	174,9651 *** (0,002)
LP	3,832868 (0,308)	17,77064 ** (0,024)	-8,275462 * (0,059)
CONS	-19,31715 *** (0,001)	25,25958 (0,194)	10,18769 (0,238)
F-test	F(37,196) = 4,42 Prob > F = 0,0000	F(10,57) = 5,08 Prob > F = 0,0000	F(26,131) = 3,15 Prob > F = 0,0000
Hausman test	chi2(8) = 40,47 Prob>chi2 = 0,0000	chi2(8) = 18,45 Prob>chi2 = 0,0181	chi2(8) = 10,85 Prob>chi2 = 0,2104
Modified Wald test	chi2(38) = 6711,98 Prob>chi2 = 0,0000	chi2(11) = 37,20 Prob>chi2 = 0,0001	-
Breusch-Pagan Lagrangian test	-	-	chi2(1) = 17,04 Prob > chi2 = 0,0000
Wooldridge test	F(1,36) = 20,982 Prob > F = 0,0001	F(1,10) = 7,692 Prob > F = 0,0197	F(1,25) = 10,400 Prob > F = 0,0035

(***), (**) và (*) thể hiện ở mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ Stata 12 với dữ liệu của 38 NHTM khảo sát

Biến CVNT tác động cùng chiều đến ROE ở mức ý nghĩa thống kê 5% đối với NH nhóm 1 và không có ý nghĩa thống kê đối toàn bộ mẫu NH và NH nhóm 2 tức là sự gia tăng trong hoạt động cho vay ngoại tệ sẽ mang lại hiệu quả cao hơn đối với NH nhóm 1 là nhóm các NH có hoạt động cho vay ngoại tệ chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng cho vay. Tuy nhiên, tăng trưởng tín dụng phải đi kèm với an toàn tín dụng trong phạm vi cho phép để đem lại hiệu quả cho tổng thể hoạt động ngân hàng. Hoạt động

cho vay ngoại tệ ngoài gặp phải những rủi ro tín dụng như cho vay nội tệ thì còn chịu ảnh hưởng của rủi ro tỷ giá và sẽ gây thiệt hại cho NH.

TSNNT tác động cùng chiều đến ROE đối với toàn bộ mẫu và NH nhóm 1, NH nhóm 2 đều ở mức ý nghĩa 1%. TSNNT có tương quan dương cho thấy nếu các NH huy động nhiều nguồn vốn ngoại tệ thì sẽ làm gia tăng ROE, tạo ra nhiều cơ hội đầu tư hơn cho NH. Thực tế, nếu các NH sử dụng nguồn vốn huy động ngoại tệ hiệu quả để đầu tư vào dịch vụ kinh doanh ngoại tệ, phát triển công cụ tài chính phái sinh, mở rộng dịch vụ ngân hàng đại lý, các hoạt động đầu tư ngoại tệ... để tăng thêm nguồn thu phí thì có thể làm tăng ROE của NH.

Ngoài ra, một số biến kiểm soát như VCSH có mối tương quan âm với ROE đối với NH nhóm 1 ở mức ý nghĩa 1% và NH nhóm 2 ở mức ý nghĩa 10% cho thấy vốn chủ sở hữu tăng sẽ giảm chỉ tiêu ROE của nhóm NH này. QMTS có mối tương quan dương với ROE đối với toàn bộ mẫu NH ở mức ý nghĩa 1%. Mối tương quan dương chỉ ra rằng các NH càng mở rộng quy mô thì hiệu quả càng tăng, thể hiện tính lợi thế kinh tế nhờ quy mô. Biến TTKT có ảnh hưởng cùng chiều đến ROE đối với toàn bộ NH ở mức ý nghĩa 10%, NH nhóm 2 ở mức ý nghĩa 1% điều này cho thấy kinh tế phát triển tốt sẽ mang lại cho NH hiệu quả kinh doanh tốt. Biến LP có ảnh hưởng cùng chiều đối với NH nhóm 1 ở mức ý nghĩa 5% nhưng ảnh hưởng ngược chiều đến NH nhóm 2 ở mức ý nghĩa 10%.

4. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu trên, tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm phát triển DVNHQT để nâng cao khả năng sinh lời của các NHTMNVN hiện nay, cụ thể là:

- Mở rộng dịch vụ huy động vốn ngoại tệ: Theo kết quả nghiên cứu, biến TSNNT có mối tương quan thuận chiều với ROE, kết quả này chứng tỏ các NH nên tăng vốn huy động bằng ngoại tệ để nâng cao ROE. Để nâng cao khả năng huy động vốn bằng ngoại tệ, ngoài chính sách lãi suất hợp lý, các NHTMNVN cần cân nhắc việc mở rộng quy mô hoạt động thông qua các mạng lưới, chi nhánh được phân bổ phù hợp theo khu vực địa lý trên toàn quốc cũng như các quốc gia trong khu vực, đây là giải pháp các NHTMNVN đã áp dụng trong thời gian qua.

- NH nhóm 1 nên phát triển hoạt động cho vay ngoại tệ: Theo kết quả nghiên cứu, biến CVNT có quan hệ cùng chiều với ROE đối với các ngân hàng nhóm 1, điều này chứng tỏ các NH nhóm 1 là các NH có quy mô lớn, doanh số cho vay ngoại tệ cao nên mở rộng hoạt động cho vay ngoại tệ để gia tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, từ tháng 04/2010, NHNN đã tiến hành siết chặt tín dụng ngoại tệ theo công văn số

3215/NHNN-CSTT và gần đây nhất là Thông tư 24/2015/TT-NHNN, Thông tư 31/2016/TT-NHNN về quy định cho vay ngoại tệ nhằm đi theo chủ trương của NHNN là tăng cường kiểm soát và hạn chế tín dụng ngoại tệ nhằm tạo ra sự ổn định trên thị trường ngoại tệ.

- Nâng cao chất lượng và đa dạng hóa các DVNHQT

Với nguồn vốn ngoại tệ huy động được, để tối đa hóa lợi nhuận bắt buộc các NHTM phải sử dụng nguồn vốn này để đa dạng các DVNHQT khác. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, thị trường trong nước ngày càng liên hệ mật thiết với thị trường quốc tế nên khả năng dẫn đến rủi ro tỷ giá và sự dịch chuyển dòng tiền rất lớn gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực hoạt động xuất nhập khẩu cũng như hoạt động kinh doanh ngoại tệ của các NH. Vì vậy, nhu cầu phát triển các công cụ phái sinh ngoại tệ là cần thiết và phù hợp với tình hình phát triển theo xu hướng quốc tế. Chính vì vậy, ngoài kinh doanh ngoại tệ giao ngay (Spot) thì mỗi NH cần xây dựng chiến lược để triển khai các dịch vụ ngoại tệ phái sinh như Forward, Swap, Option, Future, không chỉ ở hội sở mà các chi nhánh NH cũng có thể thực hiện các giao dịch này với khách hàng. Ngoài ra, các NH cần chú trọng đến việc phát triển và hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ thanh toán quốc tế như: phương thức chuyển tiền, phương thức nhờ thu, phương thức thanh toán bằng L/C ... đảm bảo việc thanh toán nhanh chóng, chính xác tạo nên những tiện ích tối đa cho khách hàng. Để thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế, mỗi NH cần thiết lập quan hệ đại lý với các định chế tài chính, NH ở các quốc gia khác nhau, nhất là tại các quốc gia đã có hiệp định thương mại song phương.

**ẢNH HƯỞNG CỦA CẤU TRÚC VỐN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

Lê Trương Niệm, Nguyễn Văn Hùng

Khoa Tài chính-Kế toán, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TpHCM

Tóm tắt

Bài báo này kiểm định mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và hiệu quả công ty. Biến phụ thuộc là ROA và ROE đại diện cho hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, ba biến độc lập đại diện cho cấu trúc vốn là STD, LTD và TD. Sử dụng qui trình phân tích dữ liệu bảng cho mẫu gồm 113 công ty niêm yết trên Sở Giao Dịch Chứng Khoán Thành Phố Hồ Chí Minh (HOSE) thời kỳ 2008-2014. Kết quả cho thấy sự ảnh hưởng ngược chiều của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Từ khóa: cấu trúc vốn, hiệu quả hoạt động, dữ hiệu bảng, HOSE.

Abstract

This paper examines the relationship between capital structure and firm performance. The paper uses two performance measures (including return on assets, return on equity) as dependent variable and three capital structure measures (including short-term debt, long-term debt and total debt ratios) as independent variable. The investigation is performed using panel data procedure for a sample of 113 listed companies in the Hochiminh Stock Exchange (HOSE) over the period 2008 - 2014. The results indicate that firm performance is significantly and negatively associated with capital structure.

Keywords: capital structure, firm performance, panel data, HOSE.

1. Giới thiệu

Cấu trúc vốn đề cập đến nợ và vốn chủ sở hữu mà doanh nghiệp sử dụng sao cho chi phí sử dụng vốn là thấp nhất để từ đó tối đa hóa giá trị doanh nghiệp là chủ đề quan trọng và phổ biến trong tài chính doanh nghiệp.

Modigliani và Miller (1958) cho rằng trong thị trường vốn hoàn hảo và không có thuế thu nhập doanh nghiệp thì cấu trúc vốn độc lập với giá trị doanh nghiệp. Nhưng ở Việt Nam thị trường vốn không hoàn hảo và có thuế thu nhập doanh nghiệp, vậy cấu trúc vốn có còn độc lập với giá trị doanh nghiệp không?

Trên thế giới có nhiều nghiên cứu kiểm định sự ảnh hưởng của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, nhưng kết quả không có sự đồng thuận tùy theo quốc gia nơi thực hiện nghiên cứu và thời gian nghiên cứu. Có những nghiên cứu cho thấy sự ảnh hưởng ngược chiều của cấu trúc vốn lên hiệu quả hoạt động của công ty (Chakraborty, 2010; Tian & Zeitun, 2007). Có những nghiên cứu cho thấy sự tác động cùng chiều của cấu trúc vốn lên hiệu quả hoạt động như Berger và Udell (2006); Funso và Olorunfemi (2010). Vậy ở Việt Nam thì cấu trúc vốn tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp như thế nào?

Ở Việt Nam có nhiều bài báo nghiên cứu về cấu trúc vốn nhưng chủ yếu là xác định các nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn như nghiên cứu của Phạm Thị Thu Hà (2014); Vũ Thị Ngọc Lan và Nguyễn Tiến Dũng (2013); Diệp Gia Luật (2014); Nguyễn Văn Thắng (2013), có ít bài báo nghiên cứu về sự ảnh hưởng của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của các công ty như nghiên cứu của Đỗ Văn Thắng và Trịnh Quang Thiệu (2010); Trần Hùng Sơn (2008). Tuy nhiên, mẫu số liệu phân tích của 2 bài báo này được lấy trước năm 2010, tình hình kinh tế đất nước và tài chính của các doanh nghiệp có nhiều khác biệt so với những năm gần đây. Đặt ra vấn đề cần phải có nghiên cứu thực nghiệm lấy số liệu những năm gần đây để phân tích ảnh hưởng của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Chính vì những lý do trên, tác giả thực hiện nghiên cứu này với mục tiêu là kiểm định sự ảnh hưởng của cấu trúc vốn lên hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Bài báo này được thực hiện nhằm trả lời hai câu hỏi là: (1) tỷ số nợ ngắn hạn, dài hạn và tổng nợ có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp không? và (2) mức độ tác động của các tỷ số nợ đến các chỉ tiêu đo lường hiệu quả hoạt động như thế nào?

Phát hiện mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp có thể giúp nhà đầu tư lựa chọn danh mục cổ phiếu phù hợp với nhu cầu của mình, có bằng chứng khoa học giúp doanh nghiệp điều chỉnh cấu trúc vốn nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ở một nền kinh tế mới nổi như Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết cấu trúc vốn

Lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn (Kraus và Litzenberger, 1973; Myers, 1977; và Myers, 1984) nhìn chung thừa nhận rằng một sự kết hợp hợp lý giữa vốn chủ sở hữu và nợ sẽ tạo nên một cấu trúc vốn tối ưu cho doanh nghiệp. Lý thuyết này đề cập đến vấn đề doanh nghiệp nên lựa chọn tài trợ nợ bao nhiêu, tài trợ vốn cổ phần bao nhiêu để cân bằng giữa chi phí sử dụng vốn và lợi ích nhằm mục đích giải thích vì sao các doanh nghiệp thường được tài trợ một phần bằng nợ vay, một phần bằng vốn cổ phần.

Theo **lý thuyết trật tự phân hạng** (Myers và Majluf, 1984), với thông tin bất cân xứng giữa giám đốc (các nhà quản lý) và nhà đầu tư tác động đến sự lựa chọn giữa tài trợ nội bộ và tài trợ từ bên ngoài và giữa phát hành mới chứng khoán nợ và chứng khoán vốn cổ phần. Điều này đưa tới một trật tự phân hạng, theo đó đầu tư sẽ được tài trợ trước tiên bằng vốn nội bộ, (chủ yếu là lợi nhuận giữ lại tái đầu tư), rồi mới đến phát

hành nợ mới (vay nợ); và cuối cùng bằng phát hành vốn cổ phần mới (huy động vốn chủ sở hữu).

Nhìn chung, lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn thừa nhận có một mối tương quan thuận giữa cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động kinh doanh, trong khi đó theo lý thuyết trật tự phân hạng tuyên bố rằng có mối tương quan nghịch giữa chúng.

2.2. Các nghiên cứu thực nghiệm

Twairesh (2014) sử dụng mô hình ảnh hưởng cố định (FEM) để nghiên cứu ảnh hưởng của cấu trúc vốn lên hiệu quả hoạt động của 79 công ty thời kỳ 2004-2012 tương ứng là 711 quan sát ở Ả Rập Xê-út (Saudi Arabia), một nền kinh tế mới nổi. Tác giả sử dụng 3 biến đại diện cho cấu trúc vốn là tỷ lệ nợ ngắn hạn trên tổng tài sản (STD), tỷ lệ nợ dài hạn trên tổng tài sản (LTD) và tổng nợ trên tổng tài sản (TD), hai biến đại diện cho hiệu quả hoạt động công ty là tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA), và tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE), biến kiểm soát là qui mô công ty SIZE. Kết quả cho thấy STD tác động ngược chiều lên ROA với mức ý nghĩa 5%, LTD và TD cũng tác động ngược chiều lên ROA với mức ý nghĩa 1%, SIZE ảnh hưởng cùng chiều lên ROA với mức ý nghĩa 5%. Với ROE thì STD, TD và SIZE không có mối quan hệ có ý nghĩa thống kê, còn LTD thì có tác động ngược chiều lên ROE nhưng không mạnh với mức ý nghĩa 10%.

Ebaid (2009) sử dụng ROA, ROE và tỷ lệ lãi gộp trên doanh thu (GM) đại diện cho hiệu quả hoạt động của công ty, các biến đại diện cho cấu trúc vốn gồm STD, LTD và TD, biến kiểm soát là SIZE. Bằng phương pháp hồi qui tuyến tính thông thường (OLS) phân tích mẫu gồm 64 công ty thời kỳ 1997-2005 ở Ai Cập (Egypt). Ebaid (2009) không phát hiện mối quan hệ có ý nghĩa thống kê giữa cấu trúc vốn với hiệu quả hoạt động của công ty khi đại diện là ROE và GM. Với ROA thì STD và TD tác động ngược chiều với độ tin cậy 99%, LTD và SIZE không tác động tới ROA.

Bằng phương pháp hồi qui tuyến tính thông thường (pooled OLS), ảnh hưởng cố định (FEM) và ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM) ước lượng 12 mô hình để kiểm định ảnh hưởng của cấu trúc vốn (STD, LTD, và TD) lên hiệu quả hoạt động của công ty (biến đại diện là thu nhập trên mỗi cổ phần EPS, ROE, ROA và tỷ số Q của Tobin (Tobin's Q)) ở Iran. Mẫu nghiên cứu gồm 236 công ty thời kỳ 2002-2009 tương ứng là 1888 quan sát. Saeedi và Mahmoodi (2011) phát hiện mối quan hệ cùng chiều giữa cấu trúc vốn với hiệu quả hoạt động của công ty khi biến đại diện là EPS, ROE và Tobin's Q và ngược chiều khi đại diện cho hiệu quả của công ty là ROA.

Kế thừa các nghiên cứu trên tác giả sử dụng 2 biến ROA và ROE đại diện cho hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, 3 biến STD, LTD và TD đại diện cho cấu trúc vốn để kiểm định mối quan hệ của cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, bằng phương pháp hồi quy tuyến tính thông thường OLS, ảnh hưởng cố định (FEM) và ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM).

2.3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phần mềm Stata để phân tích dữ liệu. Dữ liệu ban đầu gồm 304 công ty niêm yết trên HOSE, sau quá trình sàng lọc thì dữ liệu còn lại gồm 113 công ty thời kỳ 2008-2014 tương ứng là 791 quan sát được sử dụng để phân tích. Yêu cầu trong mẫu là các công ty phải có số liệu đầy đủ và liên tục qua các năm.

Đầu tiên tác giả kiểm định nghiệm đơn vị theo phương pháp kiểm định Levil, Lin và Chu (2002) để biết số liệu có phù hợp để nghiên cứu không. Tiếp theo tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả để có được cái nhìn trực quan về sự ảnh hưởng của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của các công ty. Sau đó tác giả sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính thông thường (the pooled model - Pooled), mô hình ảnh hưởng cố định (Fixed effect model - FEM) và mô hình ảnh hưởng ngẫu nhiên (Random effect model - REM) để xử lý dữ liệu bảng (Panel data) bao gồm dữ liệu chéo (Cross-section) là các công ty và dữ liệu chuỗi thời gian (Time-series). Tác giả sử dụng kiểm định F (F test) và kiểm định Hausman (Hausman-test) để lựa chọn mô hình hồi quy phù hợp nhất trong 3 mô hình trên.

Mô hình nghiên cứu như sau:

Mô hình 1: Mô hình nợ ngắn hạn tác động đến tỷ suất sinh lợi trên VCSH

$$ROE_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 STD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Mô hình 2: Mô hình nợ dài hạn tác động đến tỷ suất sinh lợi trên VCSH

$$ROE_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 LTD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Mô hình 3: Mô hình tổng nợ tác động đến tỷ suất sinh lợi trên VCSH

$$ROE_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 TD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Mô hình 4: Mô hình nợ ngắn hạn tác động đến tỷ suất sinh lợi trên TTS

$$ROA_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 STD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Mô hình 5: Mô hình nợ dài hạn tác động đến tỷ suất sinh lợi trên TTS

$$ROA_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 LTD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Mô hình 6: Mô hình tổng nợ tác động đến tỷ suất sinh lợi trên TTS

$$ROA_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 TD_{it} + \beta_2 Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó:

i : công ty thứ i ($i = 1, 2, \dots, 113$)

t : thời gian năm thứ t ($t = 2008, 2009, \dots, 2014$)

β_0, β_1 và β_2 : Hệ số hồi quy (β_0 : Tung độ gốc, β_1 và β_2 : Hệ số góc)

ϵ : Sai số

ROA: Tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản được tính bằng cách lấy lãi ròng chia tổng tài sản

ROE: Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu được tính bằng cách lấy lãi ròng chia vốn chủ sở hữu.

STD: Tỷ số nợ ngắn hạn trên tổng tài sản

LTD: Tỷ số nợ dài hạn trên tổng tài sản

TD: Tỷ số nợ trên tổng tài sản

Size: Quy mô công ty (Logarit tổng tài sản)

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Kết quả thống kê mô tả

Bảng 1: Giá trị trung bình của các biến trong phân tích

Biến	ROE	ROA	STD	LTD	TD	SIZE
TB	0,0937	0,0584	0,3549	0,0990	0,4564	6,0543
ĐLC	0,0083	0,0027	0,0071	0,0050	0,0075	0,0199
TB: trung bình; ĐLC: độ lệch chuẩn			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata			

Bình quân tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu của các công ty là 9,37%, tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản là 5,84%, tỷ lệ nợ ngắn hạn trên tổng tài sản là 35,49%, tỷ số nợ dài hạn trên tổng tài sản là 9,90%, tỷ số nợ phải trả trên tổng tài sản là 45,64% và logarit tổng tài sản là 6,05 trong giai đoạn 2008-2014. Cho chúng ta sự cảm nhận ban đầu về số liệu nghiên cứu.

Bảng 2: Giá trị trung bình của các biến có ROE cao và thấp so với trung bình 9,37%

Biến		STD	LTD	TD	SIZE
ROE cao (343 quan sát)	TB	0,3582	0,0776	0,4358	6,0266
	ĐLC	0,0113	0,0066	0,0122	0,0306
ROE thấp (448 quan sát)	TB	0,3523869	0,1155324	0,4722218	6,07563
	ĐLC	0,0090665	0,0072457	0,0095447	0,0263039
TB: trung bình; ĐLC: độ lệch chuẩn		Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata			

Trung bình STD của các công ty có ROE cao là 35,82% không lớn hơn nhiều so với các công ty có ROE thấp là 35,24%. Các công ty có ROE thấp có LTD 11,55% lớn hơn hẳn các công ty có ROE cao có LTD là 7,76%. Tổng nợ TD của các công ty có ROE cao là 43,58% nhỏ hơn TD của các công ty có ROE thấp là 47,22%. Qui mô của các công ty có ROE cao là 6,02 thì nhỏ hơn qui mô của các công ty có ROE thấp là 6,07.

Bảng 3: Giá trị trung bình của các biến có ROA cao và thấp so với trung bình 5,84%

Biến		STD	LTD	TD	SIZE
ROA cao (283 quan sát)	TB	0,2877999	0,0575986	0,3453986	5,953304
	ĐLC	0,0099242	0,0057917	0,0112106	0,0306287
ROA thấp (508 quan sát)	TB	0,3923224	0,12219	0,5183067	6,11069
	ĐLC	0,0092136	0,0069983	0,008932	0,0256856
TB: trung bình; ĐLC: độ lệch chuẩn			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata		

STD, LTD, TD và SIZE của những công ty có ROA cao lần lượt là 28,78%, 5,76%, 34,54%, và 5,95 đều nhỏ hơn những công ty có ROA thấp lần lượt là 39,23%, 12,22%, 51,83% và 6,11. Với kết quả thống kê này cho chúng ta thấy những công ty có hiệu quả kinh doanh cao (ROA cao) là những công ty có nợ ít và quy mô nhỏ.

3.1.2. Kết quả hồi quy

Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa STD, LTD, TD và ROE

Bảng 4: Kết quả hồi qui mô hình 1

Mô hình	STD	SIZE	C
Pooled	-0,1574335***	0,0163594	0,0505824
FEM	-0,1982049**	0,0063398	0,1257157
REM	-0,1680237***	0,0149018	0,0631661
Kiểm định F	F(112, 676) = 2,69 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 0,28 Prob>chi2 = 0,8685		
***; **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Qua bảng 4 ta thấy mô hình phù hợp là REM. Kết quả hồi qui cho thấy STD tác động ngược chiều với ROE với mức ý nghĩa 1%.

Bảng 5: Kết quả hồi qui mô hình 2

Mô hình	LTD	SIZE	C
Pooled	-0,1490136**	0,0286193*	-0,0647566
FEM	-0,203744*	-0,0208535	0,2401931
REM	-0,1626208**	0,0246361	-0,0392923
Kiểm định F	F(112, 676) = 2,76 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 1,11 Prob>chi2 = 0,5744		
***, **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Qua bảng 5 cho ta thấy mô hình phù hợp là REM và tỷ lệ nợ dài hạn trên tổng tài sản LTD tác động ngược chiều lên tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE với mức ý nghĩa 5%.

Bảng 6: Kết quả hồi qui mô hình 3

Mô hình	TD	SIZE	C
Pooled	-0,2141435***	0,0370197**	-0,0326357
FEM	-0,3273643***	0,0556372	-0,0936739
REM	-0,2369783***	0,0385662	-0,0315758
Kiểm định F	F(112, 676) = 2,63 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 1,40 Prob>chi2 = 0,4969		
***, **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Bảng 6 cho ta biết mô hình REM phù hợp nhất. Kết quả hồi qui chỉ ra rằng TD tác động ngược chiều lên ROE với mức ý nghĩa 1%.

Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa STD, LTD, TD và ROA

Bảng 7: Kết quả hồi qui mô hình 4

Mô hình	STD	SIZE	C
Pooled	-0,1098097***	-0,0074638	0,1425883***
FEM	-0,0583892***	-0,0480619***	0,3701342***
REM	-0,0841385***	-0,0224206***	0,2240311***
Kiểm định F	F(112, 676) = 13,02 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 8,57 Prob>chi2 = 0,0138		
***, **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Bảng 7 cho thấy mô hình FEM phù hợp nhất và kết quả là STD và SIZE tác động ngược chiều lên ROA với mức ý nghĩa 1%

Bảng 8: Kết quả hồi qui mô hình 5

Mô hình	LTD	SIZE	C
Pooled	-0,1344997***	0,0038473	0,0484585
FEM	-0,1183944***	-0,0521052***	0,3856206***
REM	-0,1201572***	-0,0213387***	0,1995227***
Kiểm định F	F(112, 676) = 13,98 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 14,25 Prob>chi2 = 0,0008		
***, **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Bảng 8 cho thấy mô hình FEM phù hợp nhất, LTD và SIZE tác động ngược chiều đến ROA với mức ý nghĩa 1%.

Bảng 9: Kết quả hồi qui mô hình 6

Mô hình	TD	SIZE	C
Pooled	-0,1616413***	0,0081997*	0,0825612***
FEM	-0,1323505***	-0,0236292*	0,2618956***
REM	-0,148882***	-0,0033281	0,1465308***
Kiểm định F	F(112, 676) = 11,69 Prob > F = 0,0000		
Kiểm định Hausman	chi2(2) = 4,54 Prob>chi2 = 0.1033		
***, **và * mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%			Nguồn: Tác giả tính toán bằng Stata

Bảng 9 cho thấy mô hình REM phù hợp nhất và TD tác động trái chiều lên ROA với mức ý nghĩa 1%.

4.2. Thảo luận.

STD, TD tác động ngược chiều lên ROE với mức ý nghĩa 1%, kết quả này trái ngược với nghiên cứu Saeedi và Mahmoodi (2011) khi cho rằng STD tác động cùng chiều lên ROE, khác với nghiên cứu Ebaid (2009) và Twairesh (2014) không tìm thấy mối quan hệ giữa STD và ROE. LTD tác động ngược chiều lên ROE với mức ý nghĩa 5%, phát hiện này giống với nghiên cứu của Twairesh (2014) cho rằng có mối quan hệ ngược chiều giữa LTD và ROE, khác với Ebaid (2009) và Saeedi và Mahmoodi (2011) không tìm thấy mối quan hệ giữa LTD và ROE. Biến kiểm soát SIZE không quan hệ có ý nghĩa thống kê với ROE phù hợp với các nghiên cứu Ebaid (2009) và Twairesh

(2014), khác với Saeedi và Mahmoodi (2011) khi cho rằng SIZE càng lớn thì ROE càng cao.

STD, TD ảnh hưởng ngược chiều lên ROA rất mạnh với độ tin cậy 99%, kết quả này phù hợp với các nghiên cứu Ebaid (2009), Saeedi và Mahmoodi (2011) và Twairesh (2014) khi cho rằng có mối quan hệ ngược chiều giữa STD, TD với ROA. LTD tác động ngược chiều lên ROA với mức ý nghĩa 1% giống với các nghiên cứu Saeedi và Mahmoodi (2011) và Twairesh (2014), khác với nghiên cứu Ebaid (2009) không tìm thấy mối quan hệ giữa LTD và ROA.

Kết quả nghiên cứu cho thấy cấu trúc vốn ảnh hưởng ngược chiều lên hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Kết quả này phù hợp với tình hình kinh tế Việt Nam trong giai đoạn vừa qua còn nhiều khó khăn do khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 và ảnh hưởng của nó ở những năm tiếp theo, thiên tai dịch bệnh xảy ra liên tiếp trên địa bàn cả nước năm 2009, vấn đề nợ công trên thế giới, lạm phát và lãi suất cao gây áp lực cho sản xuất và đời sống dân cư năm 2011, khủng hoảng tài chính và khủng hoảng nợ công ở Châu Âu chưa được giải quyết năm 2012, khu vực đồng EURO bị ảnh hưởng mạnh bởi các biện pháp trừng phạt kinh tế (2014). Chính vì kinh tế khó khăn đã ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, những doanh nghiệp có nợ nhiều phải gánh chịu chi phí lãi vay lớn làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Nghiên cứu này đã cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ở một thị trường mới nổi, nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu này có thể giúp nhà đầu tư có danh mục cổ phiếu phù hợp, giúp doanh nghiệp có cơ sở khoa học tái cấu trúc cơ cấu vốn của doanh nghiệp phù hợp với bối cảnh kinh tế.

Hạn chế của nghiên cứu này là qui mô mẫu còn nhỏ chỉ lấy mẫu dữ liệu phân tích là các công ty niêm yết trên HOSE, do đó tác giả đề xuất khi nghiên cứu về cấu trúc vốn và hiệu quả doanh nghiệp nên lấy mẫu là các doanh nghiệp niêm yết ở cả 2 Sở Giao Dịch Chứng Khoán là ở Hà Nội và Thành Phố Hồ Chí Minh.

4. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả của nghiên cứu này cho thấy sự ảnh hưởng ngược chiều rất mạnh của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Với nhà đầu tư muốn có thu nhập từ cổ phiếu nên mua những cổ phiếu của các công ty có tỷ lệ nợ thấp vì những công ty này sẽ có hiệu quả hoạt động cao, khi hiệu quả hoạt động cao thì khả năng chi trả cổ tức tiền mặt cao và triển vọng phát triển tốt do đó giá cổ phiếu sẽ tăng trong tương lai.

Trong bối cảnh kinh tế khó khăn như hiện nay thì doanh nghiệp không nên vay nợ nhiều vì nợ càng nhiều thì hiệu quả hoạt động càng thấp, sẽ gia tăng rủi ro thanh toán của doanh nghiệp.

**VỀ KHOẢN GIẢM TRỪ LÃI VAY MUA NHÀ KHI
TÍNH THUẾ THU NHẬP CÁ NHÂN**

ThS. Trần Thị Ngọc Cẩm, ThS. Nguyễn Thị Ngọc Hương

Khoa Tài chính-Kế toán, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP HCM

Theo quy định hiện hành về thuế thu nhập cá nhân (TNCN), thu nhập tính thuế được xác định bằng thu nhập chịu thuế trừ các khoản giảm trừ. Quy định hiện nay khi cá nhân vay tiền mua nhà để ở thì lãi vay không được giảm trừ khi tính thuế TNCN. Trong giới hạn bài viết này, nhóm tác giả nghiên cứu về chi phí lãi vay khi mua nhà đối với cá nhân cư trú có thu nhập từ tiền lương, tiền công. Từ đó, đề xuất lãi vay là khoản được giảm trừ khi tính thuế nhằm kích thích người dân mua nhà, từ đó thúc đẩy sự phát triển của thị trường bất động sản tại Việt Nam.

1. Sự cần thiết về khoản giảm trừ lãi vay mua nhà khi tính thuế thu nhập cá nhân

Phong tục tập quán từ lâu đời của người Việt “An cư lạc nghiệp” nên nhu cầu về nhà ở của người dân luôn tồn tại. Để mua ngay một căn nhà từ tiền lương, tiền công đối với người lao động thì rất ít người có thể mua được. Hiện nay, các ngân hàng mở rộng hình thức cho vay mua nhà và người lao động có thể vay tiền từ các tổ chức này. Đầu năm 2013, Chính phủ đã công bố thông qua nghị quyết về một số giải pháp tháo gỡ khó khăn cho thị trường bất động sản bằng cách dành khoảng 20.000 – 40.000 tỉ đồng cho các đối tượng gồm những người có thu nhập thấp, cán bộ công chức, viên chức, lực lượng vũ trang được mua nhà. Vận dụng phù hợp với hoàn cảnh ở Việt Nam, theo nhóm tác giả trong các quy định hiện hành về thuế TNCN nên đưa vào lãi tiền vay khi mua nhà là một khoản giảm trừ song hành cùng với thu nhập chịu thuế để tạo ra một hiệu ứng tốt cho sự phát triển của thị trường bất động sản nói riêng và sự phát triển của nền kinh tế nói chung, được thể hiện:

Một là, thể hiện sự chia sẻ gánh nặng về thuế đối với người dân, thể hiện sự quan tâm của Nhà nước đối với đời sống vật chất và tinh thần của người lao động. Một khoản tiết kiệm tiền thuế của người dân là một khoản thu mà ngân sách mất đi nhưng hãy nhìn xa hơn nữa đó là khoản tiền thuế này sẽ được đưa vào lưu thông thúc đẩy tiêu dùng cho các lĩnh vực khác và tiếp tục tạo nguồn thu cho ngân sách nhà nước cũng như góp cho sự phát triển của nền kinh tế.

Hai là, các khoản hỗ trợ của Nhà nước đối với thị trường bất động sản mang tính chất giai đoạn, vậy nên cụ thể hóa trong Luật thuế TNCN đi song hành cùng thị trường bất động sản ở thời điểm khó khăn hiện nay và cả trong tương lai. Một mặt tất cả người dân Việt Nam đều được hưởng lợi từ chính sách thuế này, mặt khác tạo ra sự “bình đẳng” giữa các doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác nhau (Nhà nước hỗ trợ lĩnh vực này mà không hỗ trợ lĩnh vực kia). Đó là đưa tiền lãi vay để mua nhà là một khoản giảm

trừ khi tính thu nhập chịu thuế nhằm kích thích người lao động làm công ăn lương mạnh dạn mua nhà để “An cư lạc nghiệp”.

2. Ví dụ minh họa

Xét trong 2 trường hợp sau:

Trường hợp 1: Một cá nhân cư trú có thu nhập từ tiền lương 20.000.000 đồng/tháng (chưa trừ các khoản BHXH, BHYT, BHTN), có 1 người phụ thuộc - trong tháng không đóng góp từ thiện, nhân đạo, khuyến học.

Trường hợp 2: Lấy số liệu ở trường hợp 1, giả sử trong tháng vay ngân hàng 600.000.000 đồng, lãi suất 8%/ năm để mua 1 căn hộ trị giá 900.000.000 đồng - trả trong thời hạn 15 năm. Lãi phải trả hàng tháng được khấu trừ khi tính thuế TNCN.

Bảng tính thuế TNCN

Đvt: đồng			
STT	Khoản mục	Trường hợp 1	Trường hợp 2
1	Thu nhập từ tiền lương	20.000.000	20.000.000
2	Các khoản giảm trừ gồm:	14.700.000	18.700.000
	- BHXH (8%), BHYT (1,5%), BHTN (1%)	2.100.000	2.100.000
	- Giảm trừ cho bản thân	9.000.000	9.000.000
	- Cho 1 người phụ thuộc	3.600.000	3.600.000
	- Tiền lãi trả hàng tháng	0	4.000.000
3	Thu nhập chịu thuế (1-2)	5.300.000	1.300.000
4	Thuế TNCN phải nộp	280.000	65.000
5	Thuế suất trung bình	1,4%	0,33%

➤ BHXH, BHYT, BHTN : $20.000.000 \times 10,5\% = 2.100.000$ đ

➤ Tiền lãi trả hàng tháng: $(600.000.000 \times 8\%) / 12 \text{ tháng} = 4.000.000$ đ

Từ bảng tính trên có thể thấy thuế suất trung bình phải nộp ở trường hợp 2 giảm đáng kể so với trường hợp 1 giảm 1,07% tương ứng số tiền thuế được giảm 215.000 đ. Rõ ràng tính trên bình diện rộng số thuế sẽ được giảm rất lớn nếu cho phép được khấu trừ tiền lãi phải trả khi mua nhà.

Do đó, chúng tôi thiết nghĩ nếu không có hỗ trợ vốn từ ngân hàng thì người lao động làm công ăn lương khó có thể mua được nhà. Vì vậy, việc giảm trừ khoản lãi vay trả phải trả cho ngân hàng hàng tháng khi tính thuế thu cá nhân cũng là một khoản tiết

kiệm về thuế rất lớn và là khoản hỗ trợ tích cực thúc đẩy cầu về nhà ở và cả sự phát triển của nền kinh tế.

**NGHIÊN CỨU MÔ HÌNH NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐỘNG CỦA
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

TS. Nguyễn Nam Thắng

Khoa Tài chính-Kế toán, Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP HCM

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm phát hiện và đo lường những nguồn lực vô hình tiềm ẩn bên trong doanh nghiệp thỏa bốn điều kiện giá trị, hiếm, khó bắt chước và không thể thay thế được gọi tắt là VRIN (Value; Rare; Inimitable; Non-substitutable) hình thành nên năng lực động tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp Việt Nam. Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính mạng SEM phân tích dựa trên mẫu khảo sát 200 đối tượng thuộc các doanh nghiệp Việt Nam, kết quả cho thấy có ba nhân tố thỏa tiêu chí VRIN là nguồn lực động tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp đó là chất lượng mối quan hệ, danh tiếng doanh nghiệp và định hướng cạnh tranh.

Từ khóa: Chất lượng mối quan hệ, danh tiếng doanh nghiệp, định hướng cạnh tranh, nguồn lực động và năng lực cạnh tranh động.

1. GIỚI THIỆU

Nghiên cứu mô hình năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp Việt Nam được thực hiện theo phương pháp định tính và định lượng để xác định các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp. Đầu tiên nghiên cứu tìm hiểu các chỉ tiêu ảnh hưởng đến từng nhân tố có tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp dựa trên cơ sở lý thuyết về nguồn lực động kết hợp với các nghiên cứu từ thực tiễn do các chuyên gia kinh tế và các nhà nghiên cứu thực hiện. Nguồn dữ liệu được sử dụng trong nghiên cứu này được thu thập từ bảng câu hỏi tự trả lời gửi đến các doanh nghiệp Việt Nam, từ đó xây dựng thang đo và kiểm định độ tin cậy – hệ số Cronbach's Alpha của thang đo trước khi đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA để loại bỏ những biến rác.

Từ kết quả của EFA, xây dựng một mô hình đo lường các khái niệm sử dụng trong nghiên cứu. Cần kiểm định xem mô hình đo lường này có đạt được yêu cầu không? Các thang đo có đạt được yêu cầu của một thang đo tốt không? Việc này cần sử dụng đến phân tích nhân tố khẳng định CFA. Phân tích nhân tố khẳng định CFA để đo lường mức độ phù hợp của mô hình đối với thông tin thị trường bằng cách đánh giá mức độ tin cậy của các thang đo, tính đơn hướng, đơn nguyên, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt.

Tuy nhiên, nghiên cứu này không chỉ nghĩ đến việc kiểm định mô hình đo lường thông qua phân tích nhân tố khẳng định CFA, mà điều quan tâm hơn nữa là xây dựng, kiểm định mô hình nghiên cứu thông qua mô hình nhân quả hay thường gọi là mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. SEM có thể được xem là sự kết hợp của phân tích nhân tố và hồi quy hay phân tích đường dẫn. Sự quan tâm trong SEM thường là dựa vào các khái

niệm lý thuyết, được trình bày bởi các khái niệm tiềm ẩn. Các mối quan hệ giữa các khái niệm lý thuyết được thể hiện thông qua các hệ số hồi quy hay hệ số đường dẫn giữa các nhân tố.

Với mô hình cấu trúc lý thuyết ban đầu được xây dựng kỳ vọng có 6 khái niệm lớn tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chỉ có ba nhân tố có ý nghĩa thống kê tác động đến năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp đó là: Chất lượng mối quan hệ, danh tiếng doanh nghiệp và định hướng cạnh tranh.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Theo Barney (1991), một nguồn lực tiềm ẩn bên trong doanh nghiệp tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững phải thỏa mãn bốn điều kiện: Giá trị; Hiếm; Khó bắt chước; Không thể thay thế được gọi tắt là VRIN (Value; Rare; Inimitable; Non-substitutable) gọi là năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp. Từ cơ sở các học thuyết và các nghiên cứu liên quan, nghiên cứu này tiến hành xây dựng mô hình lý thuyết ban đầu với biến phụ thuộc là năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp, còn các biến giải thích gồm: (1) Năng lực marketing; (2) Định hướng kinh doanh; (3) Năng lực sáng tạo; (4) Năng lực tổ chức dịch vụ; (5) Danh tiếng doanh nghiệp; (6) Định hướng cạnh tranh, cụ thể:

1) Năng lực Marketing - **Marketing Capacity** (Thọ & Trang, 2011; Narver JC & Slater SF, 1990; Homburg C, Grozdanovic M & Klarmann M (2007);

2) Định hướng kinh doanh - **Entrepreneurial Orientation** (Thọ & Trang, 2011; Thelma Quince & Hugh Whittaker, 2003);

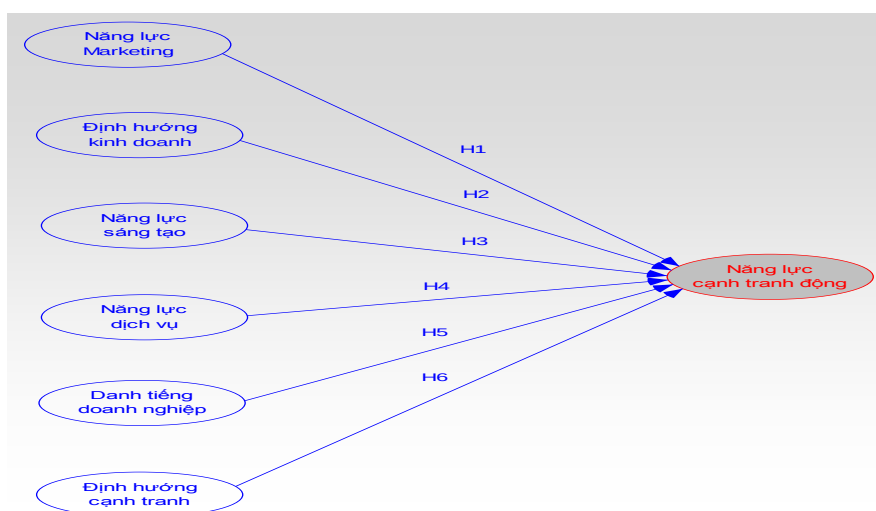
3) Năng lực sáng tạo - **Innovativeness Capability** (Thọ & Trang, 2011; Szeto, 2000; Damanpour F, 1991; Anderson, 1998);

4) Năng lực tổ chức dịch vụ - **Capacity Services** (A.Parasuraman, Valarie A.Zeithaml & Leonard L.Berry, 1985);

5) Danh tiếng doanh nghiệp - **Corporate Reputation** (Bar – Isaac, Heski 2004; Hongbin Cai & Ichiro Obara, 2008);

6) Định hướng cạnh tranh - **Competitive Orientation** (Thọ & Trang, 2011; Horny, 1936; Houston & ctg 2002; Ross & ctg 2003; Rychkman & ctg 1990, 1996, 1997; Joireman & ctg, 2003; Sampson, 1977;

2.2. Các giả thuyết và mô hình nghiên cứu



Hình 1: Mô hình lý thuyết

Nguồn: Tác giả (2017)

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua hai phương pháp chính đó là: Nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng kết hợp với các phương pháp điều tra, khảo sát, phân tích, so sánh, tổng hợp, kiểm định thông qua phần mềm SPSS và AMOS. Từ các định nghĩa về các nhân tố của năng lực cạnh tranh động, các yếu tố đánh giá cho từng nhân tố được xây dựng như sau:

1. Thang đo năng lực Marketing(Tho & Trang, 2009; Narver JC & Slater SF(1990) dựa trên các khái niệm: Đáp ứng khách hàng; Phản ứng với đối thủ cạnh tranh; Thích ứng với môi trường vĩ mô; Chất lượng mối quan hệ.

2. Định hướng kinh doanh (Thọ & Trang, 2009;Thelma Quince & Hugh Whittaker, 2003) dựa trên khái niệm năng lực chủ động.

3.Năng lực sáng tạo (Tho & Trang, 2009;Szeto, 2000; Damanpour F, 1991; Anderson, 1998) dựa trên khái niệm Marketing.

4. Năng lực tổ chức dịch vụ (A.Parasuraman, Valarie A.Zeithaml & Leonard L.Berry,1985) dựa trên khái niệm Marketing dịch vụ.

5. Danh tiếng doanh nghiệp (Heski Bar – Isaac, 2004; Hongbin Cai & Ichiro Obara, 2008) dựa trên thương hiệu của doanh nghiệp.

6. Định hướng cạnh tranh (Thọ & Trang, 2011; Horny, 1936; Houston & ctg 2002; Ross & ctg 2003; Rychkman & ctg 1990, 1996, 1997; Joireman & ctg, 2003; Sampson, 1977) dựa trên các khái niệm cạnh tranh thắng thế và cạnh tranh phát triển.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phần trên đã trình bày phương pháp nghiên cứu để kiểm định mô hình thang đo và mô hình nghiên cứu. Mục tiêu của phần này trình bày kết quả nghiên cứu thông qua việc xử lý, phân tích dữ liệu thu thập được. Kết quả nghiên cứu bao gồm: Kết quả mẫu điều tra, kết quả kiểm định thang đo, kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA, kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA, kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, kết quả kiểm định Bootstrap và kết quả phân tích cấu trúc đa nhóm MS.

4.1. Kết quả mẫu điều tra

Số mẫu cần thiết cho nghiên cứu này đã được xác định là $n = 225$. Tuy nhiên số bảng câu hỏi trả lời thu về chỉ được 215 thất thoát mất 9% tức tỷ lệ hồi đáp là 91%. Trong 215 bảng có 15 bảng bị loại, cụ thể có 5 bảng trả lời không hết, 5 bảng trả lời cùng một mức độ và 5 bảng có nhiều câu hỏi trả lời ở cả hai mức độ. Kết quả cuối cùng chỉ có 200 bảng câu hỏi trả lời được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu. Các thang đo của các khái niệm này đã được đánh giá sơ bộ định tính và sơ bộ định lượng thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha. Chúng ta có thể bỏ qua phần này vì đã thực hiện nghiên cứu sơ bộ. Tuy nhiên, nếu thực hiện sẽ giúp loại trước một số biến quan sát không phù hợp để cho phân tích CFA được thuận lợi hơn.

4.2. Kết quả kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của các thang đo và các biến đo lường đạt chất lượng tốt: (1) MC(Mc1-Mc9) = .844; (2) EO(Eo1-Eo4) = .841; (3) SQ(Sq1-Sq4) = .846; (4) CR(Sr1-Sr4) = .835; (5) OC(Oc1-Oc7) = .866 và (6) DC(Dc1-Dc3) = .797. Như vậy, kết quả kiểm định 7 thang đo bằng Cronbach's Alpha, loại 1 thang đo không đáp ứng yêu cầu chất lượng với 4 biến quan sát, mô hình còn 6 thang đo đáp ứng yêu cầu chất lượng tốt với 31 biến quan sát sẽ được tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA.

4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Lần lượt kiểm định tất cả các biến đặc trưng theo đúng quy trình trừ thang đo IC(Năng lực sáng tạo) với tất cả các biến bị loại và thang đo chung DC(Năng lực cạnh tranh động), ta có kết quả như sau:

1) Kiểm định tính thích hợp của nhân tố khám phá EFA: $KMO = .872$ thỏa điều kiện $.50 < KMO < 1$, phân tích khám phá là thích hợp cho nghiên cứu thực tế;

2) Kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện: Kiểm định Bartlett's Test of Sphericity có $Sig. < .05$ cho kết quả các biến quan sát có mối quan hệ tương quan tuyến tính đối với thang đo đại diện;

3) Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố: Cột Cumulative %, cho biết giá trị phương sai trích tức phương sai cộng dồn là 67.009% > 50%. Điều này có nghĩa là 67.009% thay đổi của các thang đo (nhân tố) được giải thích bởi các biến quan sát (thành phần của Factor);

4) Kết quả của mô hình EFA: Các hệ số tải nhân tố với tiêu chuẩn mỗi Item, chênh lệch |Factor Loading| lớn nhất và |Factor Loading| bất kỳ phải $\geq .55$ vì số mẫu $n = 200$ nằm trong khoảng $100 \leq n \leq 350$.

4.4. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định

Mô hình được gọi là thích hợp khi phép kiểm định Chi-square có giá trị $P > 5\%$, tuy nhiên Chi – square có nhược điểm phụ thuộc vào kích thước mẫu. Nếu một mô hình nhận được giá trị CFI và TLI từ .90 đến 1, CMIN/df có giá trị < 2 , RMSEA có giá trị $< .80$ thì mô hình được xem là phù hợp (tương thích) với dữ liệu thị trường. Để đánh giá mô hình người ta thường dựa trên sai số của mẫu kiểm tra, người ta tìm cách cực tiểu hoá các phần dư để ước lượng các hệ số hồi quy. Vấn đề là kết quả ước lượng còn khớp (Fitted) với các quan sát ngoài mẫu hay không? Câu trả lời là sử dụng RMSEA. Trên cơ sở kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA dạng sơ đồ ở hình 2 và hình 3 gắn liền với các ước lượng. Mô hình được đánh giá thông qua 6 chỉ tiêu sau:

1) Mức độ phù hợp chung: $\chi^2 / df = 2.304 < 3$; TLI = .856 > .80; CFI = .877 > .80; RMSEA = .082, nên có thể nói là mô hình tương đối phù hợp với dữ liệu thị trường hiện tại. Tuy nhiên, có một số chỉ tiêu chưa đạt, chúng ta sẽ cải thiện chúng ở phần kế tiếp để mô hình tốt hơn.

2) Giá trị hội tụ: Các trọng số chuẩn hoá đều lớn hơn 0,5 và các trọng số chưa chuẩn hoá đều có ý nghĩa thống kê nên các khái niệm đều đạt được giá trị hội tụ.

3) Tính đơn nguyên: Mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường và không có tương quan giữa các sai số đo lường nên các khái niệm đạt được tính đơn nguyên.

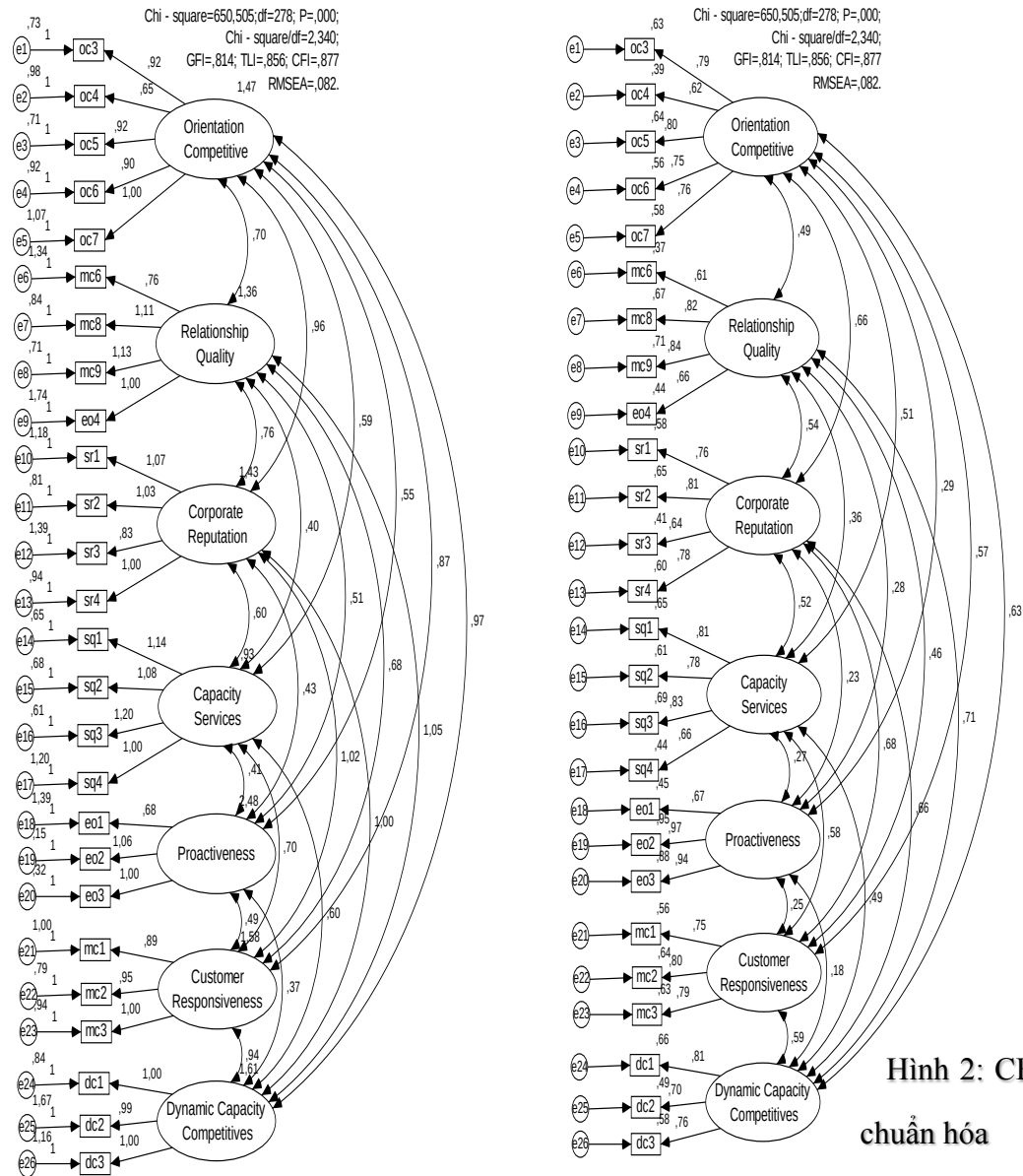
4) Độ tin cậy: Hệ số Cronbach'Alpha đều lớn hơn 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 cho nên các thang đo đạt được độ tin cậy.

5) Độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích: Qua tính toán độ tin cậy tổng hợp > .50 và phương sai trích lớn hơn 50% cho thấy các thang đo có thể tin cậy được.

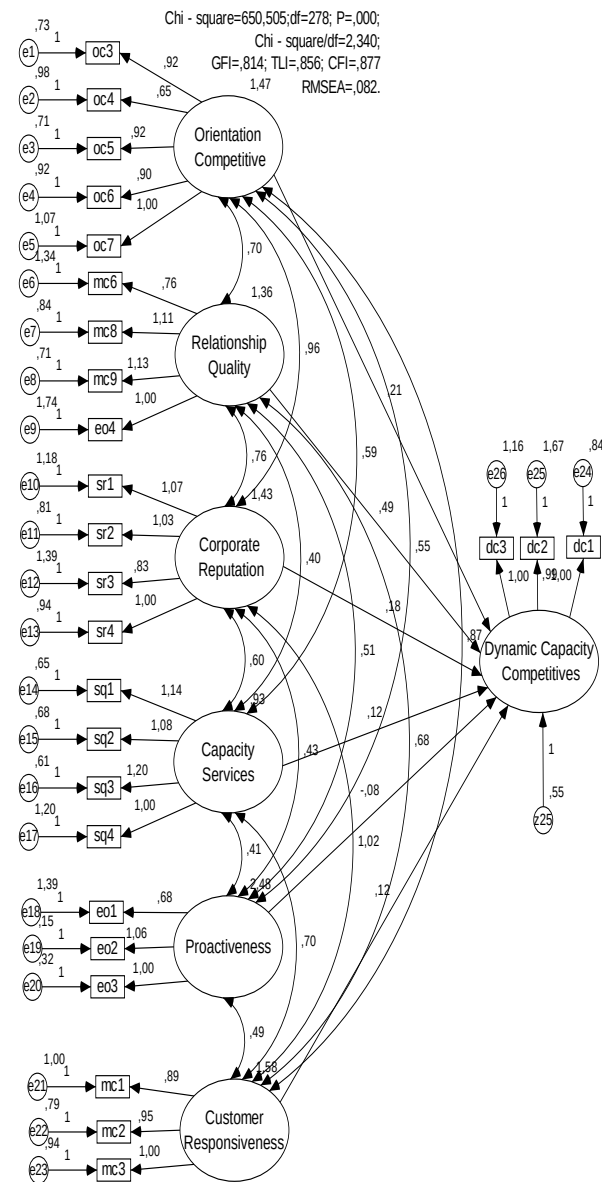
6) Giá trị phân biệt: Chúng ta kiểm định xem hệ số tương quan có khác biệt so với 1 không. Với $n = 200$, sử dụng hàm TINV trong Excel ta tính được giá trị tới hạn t Alpha trên 2 với bậc tự do $n-k$, $t_{\alpha/2}^{n-k} = 1.972$.

Hàm tính sai số: $SE = \frac{\sqrt{1-r^2}}{n-2}$; Giá trị tới hạn $CR = \frac{1-r}{SE}$;

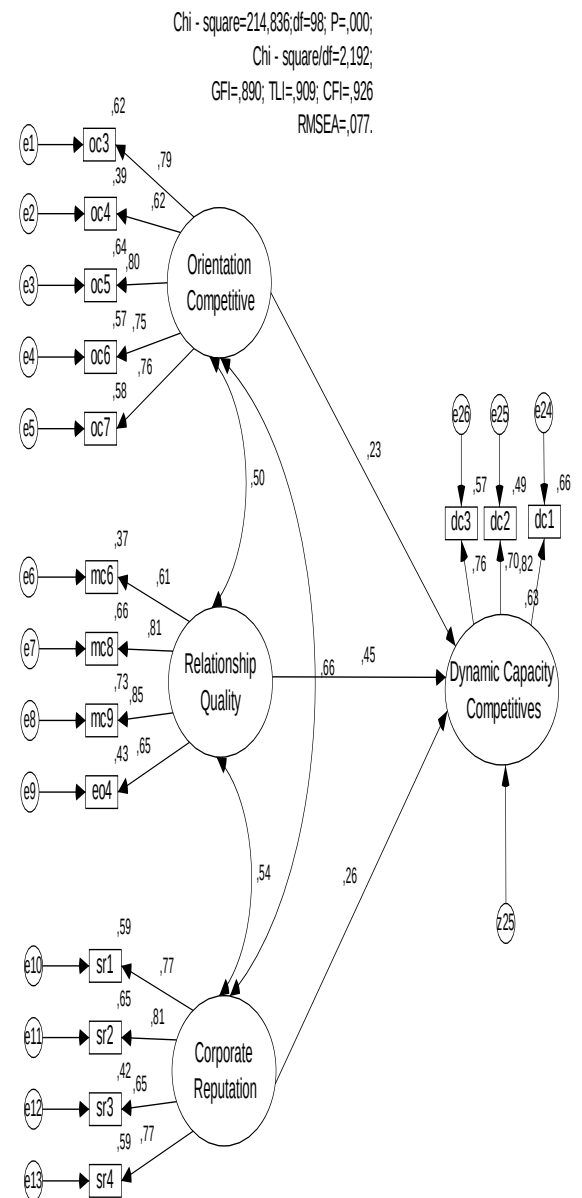
P-value = TDIST(|CR|;N-2;2). Giá trị P đều < .05 nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm lớn khác biệt so với 1 ở mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$. Vì vậy các khái niệm lớn đạt được giá trị phân biệt.



4.5. Kết quả phân tích mô hình SEM



Hình 4: Mô hình SEM chưa chuẩn hóa



Hình 5: Mô hình SEM chuẩn hoá

4.6. Mô hình SEM điều chỉnh

Bảng 8. Hiệp phương sai - Covariances

Parameter			M.I.	Par Change
E11	<-->	E10	7.411	.231
E7	<-->	E10	13.220	-.330
E8	<-->	E5	7.491	.220
E8	<-->	E13	7.151	.210

Mô hình có Chi – Square càng nhỏ càng tốt. Cột MI gợi ý cho chúng ta xem nên móc mũi tên hai đầu vào cặp sai số nào để có thể cải thiện Chi – square. Nếu móc giữa

e7 và e10 thì hiệp phương sai giữa chúng là -.33 và Chi – square sẽ giảm một lượng là 13.22 so với mô hình ban đầu.

4.7. Kết quả kiểm định Bootstrap

Phương pháp Bootstrap được dùng để ước lượng lại các tham số của mô hình đã ước lượng bằng phương pháp ML. Từ đám đông (mẫu ban đầu) có 200 quan sát với dữ liệu của mẫu ban đầu, ta sẽ tính toán được các ước. Trong Bootstrap, máy tính sẽ chọn ra 500 mẫu khác chẳng hạn theo phương pháp lặp lại và có thay thế. Và mỗi một mẫu lặp lại có thể có cùng số quan sát với số quan sát ban đầu: 200.

Bảng 9. Kết quả ước lượng Bootstrap với N = 500

Parameter			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
DC	<---	CR	.14	.005	.29	-.006	.006	-1.000
DC	<---	OC	.13	.004	.22	.007	.006	1.167
DC	<---	RQ	.10	.003	.43	-.003	.005	-.600

Cột Estimate cho thấy ước lượng bình thường với phương pháp ML, Các cột còn lại được tính từ phương pháp Bootstrap. Cột Mean cho ta trung bình các ước lượng Bootstrap. Bias (độ chệch) bằng cột Mean trừ cột Estimate. Cột CR tự tính bằng Excel bằng cách lấy cột Bias chia cho cột SE-Bias. Trị tuyệt đối CR rất nhỏ so với 2 nên có thể nói là độ chệch là rất nhỏ, không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Và như vậy, có thể kết luận là các ước lượng trong mô hình hoàn toàn tin cậy được.

5. KẾT LUẬN

Mục đích chính của nghiên cứu này là khám phá các nguồn lực động bên trong doanh nghiệp hình thành nên năng lực động bao gồm bảy khái niệm lớn tác động đến năng lực cạnh tranh động góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Dựa vào cơ sở lý thuyết đã có, một mô hình nghiên cứu đã được xây dựng và trình bày trong mục 2. Phương pháp nghiên cứu sử dụng để kiểm định mô hình đo lường và mô hình nghiên cứu trình bày ở mục 3. Nghiên cứu sơ bộ định tính với các đối tượng trong các doanh nghiệp được thực hiện để điều chỉnh thang đo. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng thông qua kỹ thuật điều tra trực tiếp với một mẫu 200 đối tượng thuộc các doanh nghiệp Việt Nam. Nghiên cứu này dùng để kiểm định mô hình thang đo và mô hình nghiên cứu. Kết quả kiểm định được thực hiện thông qua các phương pháp trình bày ở mục 4. Mục đích của mục này là tóm tắt lại các kết quả chính và đưa ra ý nghĩa của nghiên cứu. Nội dung bao gồm hai phần chính: Tóm tắt kết quả chính, các đóng góp về lý thuyết và phương pháp nghiên cứu cùng với ý nghĩa

của chúng đối với nhà quản trị và nhà nghiên cứu và các hạn chế và định hướng nghiên cứu tiếp theo.

5.1. Kết quả đóng góp về phương pháp nghiên cứu

Về mặt đo lường các khái niệm, nghiên cứu này có 7 khái niệm được đo lường, đó là định hướng cạnh tranh, định hướng kinh doanh, danh tiếng doanh nghiệp, chất lượng mối quan hệ, năng lực Marketing, năng lực tổ chức dịch vụ và năng lực cạnh tranh động. Nghiên cứu giới thiệu mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, một phương pháp xây dựng và đánh giá thang đo hiện đại kết hợp với mô hình truyền thống để điều chỉnh thang đo. Nghiên cứu này cũng đóng góp về mặt xây dựng thang đo theo mô hình nguyên nhân và mô hình kết quả.

5.2. Kết quả đóng góp về mặt lý thuyết

Kết quả nghiên cứu cho thấy định hướng cạnh tranh bao gồm cạnh tranh thắng thế và cạnh tranh phát triển là một trong những nguyên nhân làm gia tăng mức độ cạnh tranh động. Khi mức độ NLCT động tăng, chất lượng mối quan hệ có xu hướng tăng cao hơn và điều này dẫn tới danh tiếng của DN cũng có xu hướng tăng theo góp phần tác động tích cực đến NLCT động làm cho khả năng cạnh tranh của DN được cải thiện đáng kể. Kết quả trên góp phần bổ sung vào lý thuyết cạnh tranh, đặc biệt là vai trò của nguồn lực động bên trong DN thỏa tiêu chí VRIN đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng mô hình NLCT động. Có thể nói rằng việc khai thác triệt để định hướng cạnh tranh tiềm ẩn của các cá nhân trong DN là một thành phần tạo nên NLCT động vì nó làm tăng giá trị của cá nhân cũng như của tổ chức. Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu cho thấy chỉ có ba khái niệm lớn tác động đến NLCT động của DN đó là chất lượng mối quan hệ, danh tiếng DN, cụ thể là: (1) Chất lượng mối quan hệ có mối quan hệ với NLCT động của DN khá cao ($\beta = .43, se = .097$); (2) Danh tiếng DN có mối quan hệ đối với NLCT động cũng cao ($\beta = .298, se = .115$); (3) Định hướng cạnh tranh có mối quan hệ đối với NLCT động của DN ở mức trung bình ($\beta = .215, se = .105$).

5.3. Hàm ý đối với nhà quản trị quản lý kinh tế tài chính kế toán hoạch định hệ thống kinh tế và hệ thống chính sách

Các kết quả nghiên cứu này đem lại một số hàm ý cho các nhà quản lý kinh tế tài chính kế toán hoạch định hệ thống kinh tế và hệ thống chính sách chiến lược cạnh tranh tại các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung. Đối với các nhà nghiên cứu cạnh tranh tại các doanh nghiệp Việt Nam khi xác định thị trường mục tiêu cần đo lường mức độ định hướng cạnh tranh chủ yếu là cạnh tranh thắng thế của doanh nghiệp.

Hơn nữa, định hướng cạnh tranh là một biến phù hợp dùng để phân khúc thị trường. Đối với các nhà nghiên cứu cạnh tranh Việt Nam, để tạo lợi thế cạnh tranh cần phải tập trung vào các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh động cao để kích thích vai trò của cạnh tranh phát triển của doanh nghiệp.

5.4. Hạn chế và định hướng nghiên cứu trong tương lai

1) Nghiên cứu này chỉ được thực hiện cho một số doanh nghiệp Việt Nam. Vì vậy, nhiều dạng năng lực động khác nhau nên được tiếp tục thực hiện trong các nghiên cứu khác nhau để tăng mức độ tổng quát hoá cho mô hình nghiên cứu với phương pháp chọn mẫu thuận tiện theo đủ số mẫu để phân tích.

2) Thang đo lường định hướng cạnh tranh chưa đạt được độ thích hợp cao cho cả hai dạng mô hình. Các nghiên cứu tiếp theo nên tiếp tục bổ sung các biến đo lường đối với thang đo này để có một thang đo hoàn chỉnh hơn.

3) Nghiên cứu này chỉ tập trung xem xét các nguồn lực bên trong tạo năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp. Có thể có nhiều yếu tố khác nữa bên trong doanh nghiệp góp phần vào việc giải thích cho năng lực cạnh tranh động.

5) Bên cạnh nguồn lực hữu hình, nguồn lực vô hình là một thể mạnh vững chắc sẽ hỗ trợ tích cực cho kết quả kinh doanh vượt trội hiện tại cũng như trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011), Nghiên cứu thị trường, Trường Đại học kinh tế TP.HCM, NXB Lao Động.
- [2]. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011), Nghiên cứu khoa học Marketing ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, Trường Đại học kinh tế TP.HCM, NXB Lao Động.
- [3]. Lê Thế Giới (2006), Nghiên cứu Marketing lý thuyết và ứng dụng SPSS, NXB Thống kê.
- [4]. Nguyễn Khánh Duy (2009), Bài giảng AMOS, Trường ĐHKT TP.HCM
- [5]. Đinh Phi Hồ (2012), Phương pháp nghiên cứu định lượng, NXB Phương Đông.

“THỦ THUẬT” GIAN LẬN BÁO CÁO TÀI CHÍNH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Th.S Nguyễn Thị Hường

Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

TÓM TẮT

Gian lận nói chung là hành vi thiếu trung thực, dối trá, sử dụng các mảnh khoe nhằm lừa gạt người khác. Còn gian lận báo cáo tài chính (BCTC) là việc các thông tin trên BCTC bị trình bày sai lệch hoặc trình bày thiếu nhằm ảnh hưởng trọng yếu đến BCTC và người sử dụng thông tin. Gian lận trình bày thông tin trên BCTC được thể hiện khi báo cáo kiểm toán được phát hành hay báo cáo cuối cùng được công bố thì các con số đã có sự khác biệt đáng kể so với báo cáo thật như: từ lãi cao thành lãi thấp, thậm chí lỗ hoặc ngược lại. Bài viết trình bày các thủ thuật cơ bản trong gian lận BCTC, các sai phạm liên quan đến BCTC và đề xuất một số giải pháp nhằm hạn chế gian lận BCTC tại các doanh nghiệp trong nước.

Từ khóa: Thủ thuật gian lận báo cáo tài chính, dấu hiệu gian lận báo cáo tài chính, gian lận báo cáo tài chính.

1. Giới thiệu

Gian lận trong công bố thông tin trên BCTC là một trong những chủ đề nóng hiện nay, đặc biệt sau sự kiện hàng loạt các công ty hàng đầu trên thế giới bị phá sản vào đầu thế kỷ 21. Các công ty bị phá sản đã cho là có gian lận về BCTC có thể kể ra rất nhiều như: Lucent, Xerox, Rite Aid, Waste Management, Micro Strategy, Raytheon, Sunbeam, Enron, Worldcom, Global Crossing, Adelphia, Qwest. Nhà quản lý cao cấp gồm cả giám đốc điều hành (CEO) và giám đốc tài chính (CFO) của những công ty này đều bị cho rằng đã tham gia vào việc chế biến số liệu đưa đến BCTC gian lận.

Việc phát sinh gian lận trên BCTC ở những công ty lớn đã làm phát sinh sự quan tâm ngày càng nhiều về tính trung thực, hợp lý của BCTC. Nó cũng là thách thức lớn đối với người quản lý công ty cũng như đối với kiểm toán viên trong việc phát hiện các sai phạm trên BCTC. Gian lận BCTC có những thủ thuật nào? Dấu hiệu nhận biết ra sao? Cách phòng ngừa gian lận BCTC như thế nào? Đó là các câu hỏi đặt ra của các nhà quản lý, nhà đầu tư, ngân hàng và các tổ chức tín dụng, và các cơ quan chức năng nhằm đạt đến những trung thực và hợp lý cho các thông tin mà BCTC cung cấp.

2. “Thủ thuật” gian lận báo cáo tài chính

Các thủ thuật gian lận BCTC phổ biến tại các doanh nghiệp Việt Nam gồm:

2.1. Che dấu công nợ và chi phí

Che dấu công nợ đưa đến giảm chi phí là một trong những kỹ thuật gian lận phổ biến trên BCTC nhằm mục đích khai không lợi nhuận. Khi đó, lợi nhuận trước thuế sẽ tăng tương ứng với số công nợ hay chi phí bị che dấu. Đây là phương pháp dễ thực hiện

nhưng khó phát hiện vì thường không để lại dấu vết. Thông thường, có ba phương pháp cơ bản nhằm che dấu công nợ và chi phí gồm:

- Phương pháp 1: Không ghi nhận công nợ và chi phí, đặc biệt không lập đầy đủ các khoản dự phòng.
- Phương pháp 2: Thực hiện vốn hóa chi phí.
- Phương pháp 3: Không ghi nhận hàng bán bị trả lại, không trích trước các chi phí bảo hành sản phẩm.

2.2. Ghi nhận doanh thu không có thật hay khai báo cao doanh thu

Ghi nhận doanh thu không có thật là việc ghi nhận vào sổ sách một nghiệp vụ bán hàng hóa hay cung cấp dịch vụ không có thực. Kỹ thuật thường sử dụng là tạo ra các khách hàng giả mạo thông qua lập các chứng từ giả mạo nhưng hàng hóa không được giao cho khách hàng và đến đầu niên độ tiếp theo sẽ lập bút toán hàng bán bị trả lại. Khai báo cao doanh thu còn được thực hiện thông qua việc cố ý ghi tăng các nhân tố trên hóa đơn như số lượng, giá bán, ... hoặc ghi nhận doanh thu khi các điều kiện giao hàng chưa hoàn tất, hoặc chưa chuyển quyền sở hữu và chuyển rủi ro đối với hàng hóa, dịch vụ được bán.

2.3. Định giá sai tài sản

Việc định giá sai tài sản được thực hiện thông qua việc không ghi giảm giá trị hàng tồn kho khi hàng tồn kho đã hư hỏng, không còn sử dụng được hoặc không lập đầy đủ dự khoản phòng giảm giá hàng tồn kho, nợ phải thu khó đòi, các khoản đầu tư ngắn và dài hạn. Các tài sản thường bị định giá sai thường là: các tài sản mua qua hợp nhất kinh doanh, tài sản cố định, không vốn hóa đầy đủ các chi phí vô hình, phân loại không đúng tài sản.

2.4. Ghi nhận sai niên độ

Doanh thu hay chi phí được ghi nhận không đúng kỳ kế toán mà nó phát sinh. Theo đó, doanh thu hoặc chi phí của kỳ này có thể chuyển sang kỳ kế tiếp theo hay ngược lại để làm tăng hoặc giảm thu nhập theo mong muốn.

2.5. Không khai báo đầy đủ thông tin

Việc không khai báo đầy đủ các thông tin nhằm hạn chế khả năng phân tích của người sử dụng BCTC. Các thông tin thường không được khai báo đầy đủ trong bảng thuyết minh BCTC như các khoản nợ tiềm tàng, các sự kiện phát sinh sau ngày khóa sổ kế toán, thông tin về bên có liên quan, những thay đổi về chính sách kế toán, ...

3. Thực trạng về các sai phạm trên báo cáo tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam thời gian gần đây

Trong mùa kiểm toán 2016, một số doanh nghiệp Việt Nam đã sử dụng một trong các thủ thuật nêu trên để gian lận trong việc lập và trình bày BCTC. Cụ thể như sau:

3.1. Che dấu công nợ và chi phí

- *Tổng công ty cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam*

Tổng công ty cổ phần (CTCP) Xây lắp Dầu khí Việt Nam (HNX: PVX) đã công bố BCTC hợp nhất kiểm toán năm 2016 và kết quả là lãi ròng “bốc hơi” đến 42% so với báo cáo tự lập giảm từ 157 tỷ về 92 tỷ đồng. Nguyên nhân được xác định là do báo cáo kết quả kinh doanh của các công ty con có nhiều thay đổi sau kiểm toán làm Tổng công ty phải đánh giá lại một số khoản trích lập dự phòng, các khoản thu khó đòi, lợi nhuận chưa thực hiện và các khoản thu tài chính tại một vài công ty con.

Còn chi phí quản lý bất ngờ tăng mạnh gần gấp 3 lần lên 66 tỷ đồng sau kiểm toán là lý do làm lãi ròng của công ty cổ phần Đầu tư và Công nghiệp Tân Tạo (HOSE: ITA) giảm gần 30% về mức 38 tỷ đồng. Hay chi phí tài chính và chi phí bán hàng tăng cao khiến lãi ròng CTCP Liên doanh Đầu tư Quốc tế KLF (HNX: KLF) “bay hơi” 75% chỉ còn đạt vốn vẹn 3,5 tỷ đồng. Ở một trường hợp khác, do phải gánh lỗ thêm gần 18 tỷ đồng từ công ty liên kết mà công ty cổ phần Đầu tư Phát triển Xây dựng (HOSE: DIG) cũng đành ngậm ngùi báo lãi sau thuế giảm 23% chỉ còn đạt 65,6 tỷ đồng sau kiểm toán.

Bên cạnh lãi giảm thì PVX còn bị đơn vị kiểm toán lưu ý việc dư nợ vay ngân hàng quá hạn tại ngày 31/12/2016 là gần 300 tỷ đồng, lỗ hợp nhất lũy kế vào khoảng 2.970 tỷ đồng và các vấn đề khác có thể ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của Tổng công ty trong 12 tháng tới.

- *Công ty cổ phần Nông nghiệp Quốc tế Hoàng Anh Gia Lai*

Theo báo cáo chương trình kiểm toán, so với trước kiểm toán, chi phí tài chính sau kiểm toán 2016 của CTCP Nông nghiệp Quốc tế Hoàng Anh Gia Lai (HOSE: HNG) giảm 150 tỷ đồng, tuy nhiên chi phí quản lý doanh nghiệp lại tăng gần 90 tỷ đồng. Trong năm, HNG lỗ khác hơn 565 tỷ đồng chủ yếu do lỗ từ đánh giá lại các tài sản không hiệu quả 470 tỷ, chi phí thay đổi mục đích sử dụng tài sản gần 220 tỷ đồng, Kết quả HNG lỗ ròng 985 tỷ đồng, tăng lỗ thêm 30 tỷ đồng so với trước kiểm toán.

Riêng công ty mẹ HNG lãi sau kiểm toán còn 106 tỷ đồng, giảm hơn 100 tỷ đồng so với trước kiểm toán do tăng chi phí tài chính lập dự phòng các khoản lỗ vào công ty con.

Tính đến cuối năm 2016, chi phí xây dựng cơ bản dở dang tăng từ gần 10,000 tỷ lên 13,360 tỷ đồng, chủ yếu là chi phí phát triển vườn cây cao su và cây cọ dầu (11,830

tỷ đồng). Trong năm, HNG đã vốn hóa chi phí lãi vay hơn 790 tỷ đồng vào chi phí xây dựng cơ bản dở dang. Các khoản chi phí lãi vay này phát sinh từ các khoản vay ngân hàng và phát hành trái phiếu để tài trợ vốn cho việc xây dựng và phát triển nhà cửa, máy móc thiết bị, vườn cây cao su và cọ dầu.

3.2. Ghi nhận doanh thu không có thật hay khai báo cao doanh thu

- *Công ty cổ phần Đầu tư & Phát triển dự án hạ tầng Thái Bình Dương*

CTCP Đầu tư & Phát triển dự án hạ tầng Thái Bình Dương (HOSE: PPI) vừa công bố BCTC kiểm toán 2016 với kết quả bất ngờ lỗ nặng hơn 37 tỷ đồng trong khi trước kiểm toán lãi gần 3 tỷ đồng.

Cụ thể, sau kiểm toán, doanh thu PPI còn hơn 249 tỷ đồng, giảm hơn 41 tỷ đồng so với trước kiểm toán do khoản doanh thu chưa nhận được tiền thanh toán và ghi nhận vào khoản công nợ phải thu.

Doanh thu tài chính sau kiểm toán năm 2016 của PPI cũng chỉ còn 66 triệu đồng, trong khi theo báo cáo tự lập là 2.4 tỷ đồng. Đáng chú ý là chi phí quản lý doanh nghiệp đội lên 20 tỷ đồng so với trước kiểm toán, ở mức hơn 31 tỷ đồng (chủ yếu do trích lập dự phòng nợ phải thu khó đòi gần 21 tỷ đồng).

Những thay đổi này làm cho PPI chịu lỗ hơn 37 tỷ đồng trong năm 2016, chính thức lần đầu thua lỗ kể từ năm 2006.

- *Công ty cổ phần Đầu tư Hạ Tầng & Đô Thị Dầu Khí*

CTCP ĐT Hạ Tầng & Đô Thị Dầu Khí (HOSE: PTL) công bố BCTC kiểm toán 2016 với lãi ròng chỉ còn 1 tỷ đồng, giảm hơn 56% so với báo cáo tự lập.

Về tổng thể sau kiểm toán, nhiều khoản mục trong bảng cân đối kế toán có sự thay đổi nhẹ như tổng tài sản điều chỉnh giảm từ 1,677 tỷ còn 1,676.8 tỷ đồng, theo đó, vốn chủ sở hữu giảm còn 1,009 tỷ đồng và nợ tăng lên 667.3 tỷ đồng. Đối với kết quả kinh doanh, doanh thu thuần bị điều chỉnh hơn 2.3 tỷ còn 89.8 tỷ đồng. Các khoản mục khác trong báo cáo này cũng bị điều chỉnh không ít, dẫn đến lãi ròng sau kiểm toán từ 2.4 tỷ còn 1 tỷ đồng.

Trước đó, công ty có ghi nhận nghiệp vụ thoái toàn bộ cổ phần tại đơn vị CTCP Đầu tư Dầu khí Thăng Long cho CTCP Dịch vụ và Xây dựng Địa ốc Đất Xanh trong năm 2016 tuy nhiên theo ý kiến kiểm toán thì cơ sở ghi nhận nghiệp vụ lại chưa phù hợp theo quy định của chuẩn mực kế toán và chế độ kế toán doanh nghiệp Việt Nam. Theo đó, nếu PTL ghi nhận BCTC của CTCP Đầu tư Dầu khí Thăng Long vào báo cáo hợp nhất của Công ty, các mục “Tổng tài sản”, “Nợ phải trả” và “Vốn chủ sở hữu” trên bảng cân đối kế toán hợp nhất tại ngày 31/12/2016 sẽ lần lượt giảm 95.5 tỷ đồng, 44 tỷ

đồng và 51.5 tỷ đồng. Đồng thời, doanh thu hoạt động tài chính giảm 50.9 tỷ còn chi phí tài chính sẽ tăng hơn 2.6 tỷ đồng.

Về phía giải trình của PTL, Công ty cho biết đã ghi nhận khoản thu nhập tài chính của lợi nhuận chuyển nhượng cổ phần và cho rằng đây đã là một giao dịch thành công và ghi nhận xem đây là một khoản công nợ phải thu. Được biết, tính đến ngày 17/01/2017, CTCP Dịch vụ và Xây dựng Địa ốc Đất Xanh đã thanh toán hơn 40% giá trị hợp đồng chuyển nhượng.

Kiểm toán cũng có ý kiến về các khoản thu tiền phạt do chậm nộp hay chậm thanh toán của các bên thi công công trình, khoản phải thu khác này hiện hơn 73 tỷ đồng nhưng vẫn chưa được các bên thi công xác nhận. Cụ thể, trong dự án Chung cư Petroland Quận 2, PTL đã thực hiện hạch toán khoản tiền phạt hơn 61 tỷ đồng do chậm tiến độ thi công theo điều khoản hợp đồng đối với hai nhà thầu Đầu tư và Xây lắp Dầu khí Sài Gòn (PVCSG) và Thiết bị Nội ngoại thất Dầu khí (PVC-Metal).

3.3. Định giá sai tài sản

Sở GDCK Hà Nội vừa có công văn yêu cầu CTCP Kinh doanh Dịch vụ Cao cấp Dầu khí Việt Nam (PVR) giải trình và đưa ra phương án khắc phục tình trạng bị hủy niêm yết do đơn vị kiểm toán từ chối đưa ra ý kiến đối với BCTC năm 2016 chậm nhất ngày 31/03.

Theo BCTC 2016, đơn vị kiểm toán từ chối đưa ra ý kiến đối với 5 vấn đề. Cụ thể, tại khoản mục “Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác” đến ngày 31/12/2015 công ty đã thực hiện ký hợp đồng góp vốn và thỏa thuận nhận đặt cọc với khách hàng cho dự án Văn Phú và Việt Hưng với tổng số tiền đã thu từ khách hàng là 226 tỷ đồng và 496 triệu đồng.

Tuy nhiên, công ty chưa thực hiện phát hành hóa đơn giá trị gia tăng để hạch toán và kê khai thuế giá trị gia tăng đầu ra và kê khai tạm nộp thuế thu nhập doanh nghiệp theo quy định. Điều này đã dẫn đến iệc kiểm toán viên và Công ty kiểm toán BCTC năm 2015 phải đưa ra ý kiến kiểm toán ngoại trừ đối với BCTC. Các số liệu về đặt cọc của hai dự án trên tại ngày 31/12/2016 tương ứng 193 tỷ đồng và 144 triệu đồng, công ty chưa thực hiện nghĩa vụ thuế đối với các khoản thu này. Theo đó, đơn vị kiểm toán vẫn chưa thể đánh giá được ảnh hưởng của vấn đề này đến báo cáo tài chính 2016.

Bên cạnh đó, tại thời điểm 31/12/2015, công ty chưa thực hiện xem xét trích lập dự phòng giảm giá các khoản đầu tư tài chính dài hạn vào CTCP Đầu tư Phát triển Bình An với giá trị 205 tỷ đồng. Điều này dẫn đến việc kiểm toán viên và công ty kiểm toán năm trước phải đưa ra ý kiến ngoại trừ. Số liệu trên tiếp tục được lũy kế đến thời điểm

31/12/2016, với các bằng chứng thu thập được, đơn vị kiểm toán không thể đưa ra tính đúng đắn của hợp đồng chuyển nhượng cổ phần tại Công ty Bình An ngày 30/06/2011 giữ CTCP Khách sạn và Dịch vụ Đại Dương (OCH) và PVR. Đơn vị kiểm toán không xác định được liệu các cổ đông sáng lập và cổ đông phổ thông của Công ty Bình An đã góp đủ vốn chưa. Do đó đơn vị kiểm toán chưa xác định được tính đầy đủ và chính xác của việc ghi nhận giá trị khoản đầu tư vào Công ty Bình An được theo dõi trên sổ kế toán tại ngày 01/01/2016 và 31/12/2016 là 205 tỷ đồng, cũng như xem xét việc trích lập dự phòng giảm giá khoản đầu tư tài chính này.

Đồng thời, tại thời điểm đầu và cuối năm 2016, PVR đang đầu tư vốn vào CTCP Thương mại Dầu khí Việt Nam và CTCP Khách sạn Dầu khí Lam Kinh với giá trị lần lượt là hơn 21 tỷ đồng và 5 tỷ đồng. Công ty chưa thu thập được báo cáo tài chính tại các thời điểm 31/12/2015 và 31/12/2016 của các đơn vị này làm cơ sở trích lập dự phòng giảm giá các khoản đầu tư tài chính. Do đó đơn vị kiểm toán không thể xác định được liệu có cần thiết phải điều chỉnh khoản dự phòng đầu tư tài chính dài hạn này không.

Tại thời điểm cuối năm 2016, công ty chưa thực hiện xem xét trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho đối với dự án CT10-11 Văn Phú. Vấn đề này đơn vị kiểm toán 2015 đã đưa ra ý kiến ngoại trừ và tương tự cho năm 2016. Còn các khoản đầu tư tài chính, công nợ phải thu và phải trả của công ty chưa được đối chiếu, xác nhận đầy đủ. Cụ thể, khoản đầu tư tài chính chưa được đối chiếu, xác nhận tại ngày 31/12/2016 là 254 tỷ đồng, nợ phải thu chưa đối chiếu, xác nhận là 38 tỷ đồng; nợ phải trả là 509 tỷ đồng. Đơn vị kiểm toán không thu thập được bằng chứng về việc có cần thiết phải trích lập dự phòng đối với các khoản công nợ phải thu khó đòi hay không.

3.4. Ghi nhận sai niên độ

Kết quả kinh doanh năm 2016 của công ty cổ phần TV – TM – DV Địa ốc Hoàng Quân (HOSE: HQC) được công bố đã đem lại nỗi thất vọng lớn cho nhà đầu tư khi lợi nhuận thực hiện được chênh lệch quá lớn so với kế hoạch đặt ra.

Cụ thể, với thành công đạt được trong năm 2015, HĐQT Hoàng Quân đã rất tự tin đặt ra mục tiêu doanh thu 7.417 tỷ đồng và lãi sau thuế 500 tỷ đồng. Đặc biệt, bản thân ông Trương Anh Tuấn, Chủ tịch HĐQT Công ty còn chia sẻ tại Đại hội đồng cổ đông thường niên 2016 rằng đây là kế hoạch thận trọng vì lợi nhuận có thể đạt được mức 700 – 800 tỷ đồng.

Thế nhưng, theo báo cáo tài chính 2016 tự lập, doanh thu thuần của HQC năm 2016 đạt 1.245 tỷ đồng và lãi sau thuế 112 tỷ đồng, thực hiện chỉ lần lượt 17% và 22%

kế hoạch năm. Chưa dừng ở đó, sau khi kiểm toán vào cuộc thì con số doanh thu và lợi nhuận của HQC tiếp tục bị bào mòn thêm 225 tỷ đồng doanh thu thuần và 90 tỷ đồng lãi ròng. Như vậy, con số doanh thu thuần thực tế của HQC chỉ dừng ở 1.020 tỷ đồng và lãi sau thuế xấp xỉ 20 tỷ đồng.

Theo giải trình từ phía đơn vị, nguyên nhân chênh lệch trước và sau kiểm toán là do giai đoạn cuối năm 2016, các căn hộ của dự án mà Công ty đầu tư đã hoàn thành và sẵn sàng bàn giao cho khách hàng nên công ty ghi nhận doanh thu dựa trên thông báo bàn giao cho khách hàng. Tuy nhiên, vì số lượng căn hộ cần bàn giao quá nhiều nên một số khách hàng không kịp nhận căn hộ vào cuối năm 2016 mà chuyển sang nhận căn hộ vào tháng 01/2017. Như vậy việc ghi nhận doanh thu của HQC là sai niên độ kế toán, thay vì ghi nhận doanh thu vào tháng 01/2017 thì công ty lại ghi nhận doanh thu vào năm 2016.

3.5. Không khai báo đầy đủ thông tin

- Công ty cổ phần Đầu tư và Công nghiệp Tân Tạo

ITA nói gì về các khoản nợ quá hạn thanh toán và lãi chênh lệch sau kiểm toán 2016?

CTCP Đầu tư và Công nghiệp Tân Tạo (HOSE: ITA) đã có giải trình liên quan đến việc lợi nhuận sau thuế năm 2016 sau kiểm toán chênh lệch giảm 15 tỷ đồng so với trước kiểm toán cùng những nhấn mạnh của đơn vị kiểm toán.

+ Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất

Triệu VND					
STT	Chỉ tiêu	Trước kiểm toán	Sau kiểm toán	Chênh lệch	% thay đổi
01	Chi phí tài chính	80	95	15	19%
02	Chi phí quản lý doanh nghiệp	48	65	17	35%
03	Lợi nhuận sau thuế	53	38	(15)	(28%)

+ Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh riêng

STT	Chỉ tiêu	Trước kiểm toán	Sau kiểm toán	Chênh lệch	% thay đổi
01	Chi phí tài chính	56	62	6	11%
02	Chi phí quản lý doanh nghiệp	28	47	19	68%
03	Lợi nhuận sau thuế	23	6	(17)	(74%)

Liên quan đến báo cáo kiểm toán độc lập có vấn đề cần nhấn mạnh về giả định hoạt động liên tục trong việc lập báo cáo tài chính riêng của công ty và báo cáo tài chính hợp nhất, ITA cho biết, đối với báo cáo tài chính riêng lẻ 2016, các khoản vay phải trả

trị giá 1,223 tỷ đồng, trong đó hơn 87 tỷ đồng đã quá hạn thanh toán cuối năm 2016 và gần 229 tỷ đồng sẽ đến hạn thanh toán vào cuối năm 2017. ITA cho biết Ban tổng giám đốc cũng đã xin được sự phê duyệt của các ngân hàng cho việc gia hạn thời hạn thanh toán cho các khoản nợ vay đến hạn trong năm 2016.

Đối với báo cáo tài chính hợp nhất, ITA cũng có khoản vay 1,492 tỷ đồng, trong đó gần 163 tỷ đồng đã quá hạn thanh toán cuối năm 2016 và 285 tỷ đồng vào cuối năm 2017. Bao gồm trong số dư nợ vay 163 tỷ đồng đã quá hạn thanh toán trong năm 2016 là số tiền nợ vay của công ty mẹ là 87 tỷ đồng và nợ vay của công ty con là CTCP Đầu tư Tân Đức tại Ngân hàng TMCP Quốc dân (NCB) là 75.55 tỷ đồng đã quá hạn thanh toán. NCB đã đồng ý cho ITA thanh toán khoản nợ vay trên dựa trên phương thức thanh toán thay thế. Ban tổng giám đốc ITA hiện đang trong quá trình làm việc với NCB để thống nhất phương án chi trả nợ vay quá hạn của Tân Đức và việc này dự kiến sẽ được hoàn tất trong năm 2017 như đã thỏa thuận.

Bên cạnh đó, ITA cũng cho biết, Ban giám đốc cũng đã lập ra một kế hoạch dòng tiền chi tiết được tạo ra trong năm 2017 để có thể chi trả các khoản nợ vay và nợ phải trả của Tập đoàn, dòng tiền kế hoạch này được ước tính từ việc cho thuê đất tại KCN Tân Tạo và Tân Đức. Theo đó, ITA có thể hoàn trả các khoản nợ khi đến hạn và tiếp tục hoạt động trong năm tài chính tiếp theo.

- *Công ty cổ phần Hưng Đạo Container*

HDO nói gì về những tù mù trong tiền mặt, tồn kho, công nợ và thuế?

CTCP Hưng Đạo Container (HOSE: HDO) vừa có giải trình nguyên nhân và đưa ra phương án khắc phục khá sơ sài về tình trạng bị hủy niêm yết: "Công ty đang cố gắng đẩy mạnh công tác thu hồi công nợ, bán thanh lý hàng tồn kho do kém phẩm chất để trả nợ thuế và trả nợ các đối tác nhằm đưa công ty ổn định và phát triển".

Theo HDO, việc báo cáo tài chính năm 2016 bị kiểm toán từ chối đưa ra ý kiến do không thể kiểm kê tiền mặt, hàng tồn kho và tài sản cố định khác tại thời điểm 31/12/2016.

Cụ thể, về “Tiền mặt” tính đến thời điểm cuối năm 2016 các chi nhánh đã ngưng hoạt động, tuy nhiên số tiền mặt còn tồn nhưng tồn không nhiều và đã giao cho Giám đốc các chi nhánh dùng để thanh toán cho khách hàng còn tồn đọng và tiền lương, chế độ nghỉ việc cho công nhân viên tại chi nhánh mình.

Còn “Hàng tồn kho” do công ty chuẩn bị di dời nhà xưởng để làm nhà xưởng mới, chưa có mặt bằng chứa container, trong khi đó số lượng container tồn chiếm diện tích

mặt bằng quá lớn nên phải chuyển bớt ra khỏi bãi bằng cách ưu đãi cho một số đại lý thuê miễn phí nhằm giảm bớt chi phí.

Về phần xác nhận “Công nợ một số khách hàng”, do các chi nhánh đã ngưng hoạt động, nhân viên đã nghỉ việc nên phần xin xác nhận cũng gây khó khăn và cần có một khoảng thời gian, chính vì vậy đã không cung cấp kịp thời và đúng thời hạn cho kỳ kiểm toán kết thúc ngày 31/12/2016.

Về phần “Thuế” do Công ty đang làm việc với Chi cục thuế quận Bình Thạnh, Cục thuế TPHCM để xin miễn giảm thuế nhà thầu theo quy định tránh đánh thuế hai lần giữa các nước có ký kết hợp tác tránh đánh thuế hai lần với Việt Nam. Nhưng sang đến quý 01/2017 Công ty đã đang dần trả bớt phần nợ thuế và đi vào hoạt động bình thường.

Như vậy việc trình bày và công bố về khoản mục tiền, khoản mục hàng tồn kho, khoản mục công nợ và khoản mục thuế trên bảng cân đối kế toán của HDO là chưa có căn cứ, chưa đúng với chuẩn mực kế toán số 21 “Trình bày báo cáo tài chính”.

4. Giải pháp cho các doanh nghiệp Việt Nam nhằm chống gian lận báo cáo tài chính

Gian lận nói chung và gian lận BCTC nói riêng ngày càng biểu hiện tinh vi, khó kiểm soát, và là hành vi không thể triệt tiêu hết được. Ở Việt Nam và các quốc gia trên thế giới, nguy cơ gian lận trên BCTC của doanh nghiệp đang rất phổ biến.

Nhằm hạn chế và phát hiện gian lận trên BCTC của các doanh nghiệp Việt Nam cần thực hiện các giải pháp sau:

- Thứ nhất, doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ hữu hiệu. Các doanh nghiệp Việt Nam cần có nhận thức đúng đắn và đầy đủ về tầm quan trọng và lợi ích của việc xây dựng hệ thống kiểm soát nội bộ vững mạnh. Ngoài ra, để phát hiện ra gian lận trên BCTC doanh nghiệp có thể sử dụng thêm các biện pháp như: thành lập bộ phận kiểm soát nội bộ, bộ phận kiểm soát, thiết lập các đường dây nóng để thu thập thông tin một cách nhanh chóng và chính xác.
- Thứ hai, cần tuyên truyền và giáo dục nhận thức cho người làm kế toán về đạo đức nghề nghiệp trong quá trình hành nghề; tổ chức thường xuyên các lớp tập huấn về nghề nghiệp, các kiến thức về thuế, kiến thức về trách nhiệm và chế tài vi phạm hành nghề kế toán.
- Thứ ba, cần tăng cường trách nhiệm của kiểm toán viên (KTV) đối với gian lận trong kiểm toán BCTC – đây là xu hướng chung của các quốc gia trên thế giới. Vì một trong những mục tiêu quan trọng của kết quả kiểm toán BCTC là xem xét các thông tin trình bày trên BCTC có trung thực, hợp lý trên các khía cạnh yếu hay không. Và nếu

mục tiêu này không đạt được thì sự tồn tại của kiểm toán viên sẽ không còn cần thiết nữa.

- Thứ tư, để giúp KTV phát hiện gian lận, cần có các hướng dẫn chi tiết cho KTV về các nhân tố đưa ra gian lận và các phương pháp thực hiện gian lận. Do đó, KTV cần nhuần nhuyễn và thông thạo chuẩn mực kiểm toán 240 “Gian lận và sai sót” và các chuẩn mực kiểm toán khác có liên quan để phát hiện các gian lận trên BCTC một cách dễ dàng và chuẩn xác.

- Thứ năm, thường xuyên giáo dục KTV về đạo đức nghề nghiệp trong hành nghề kiểm toán nhằm phát hiện ra các gian lận trong lập và trình bày thông tin trên BCTC của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Gian lận trong việc lập và trình bày các thông tin trên BCTC luôn là vấn đề nóng cho tới thời điểm hiện tại và trong tương lai. Bản thân doanh nghiệp luôn muốn lập và trình bày các thông tin trên BCTC theo mong muốn của nhà quản trị, nhằm phục vụ mục đích của họ. Còn cơ quan thuế, ngân hàng và các tổ chức tín dụng, nhà đầu tư, nhà cung cấp, các cơ quan liên quan khác lại muốn BCTC của doanh nghiệp phải được lập và trình bày khách quan, trung thực và hợp lý với tất cả các nghiệp vụ kinh tế phát sinh tại đơn vị.

Để hài hòa giữa mục tiêu phát triển của doanh nghiệp và mục tiêu quản lý, giám sát của các cơ quan có liên quan; sự quan tâm của ngân hàng và các tổ chức tín dụng, nhà đầu tư, nhà cung cấp thì nhà nước cần giám sát chặt chẽ hơn, quản lý chặt chẽ hơn các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đặc biệt, nhà nước phải đưa ra các chính sách phù hợp, các chế tài cụ thể, rõ ràng nhằm răn đe các doanh nghiệp trong việc công bố thông tin BCTC ra bên ngoài.

**THE COSTS AND BENEFITS OF CROSS BORDER TAKEOVER,
MERGERS AND ACQUISITIONS**

Phan Thi Nha Truc

Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

Abstract

Mergers and acquisitions (M&A) is one of the curial activities in Financial Market . M&A are defined as a consolidation of companies. M&A are no longer in a country that are global business. The cross-border takeover can get more shares in the market, increase the competition in business and reduce the corporate cost and take low transaction cost in stock market. However, there is a large of studies show that mergers and acquisitions tend to be unsuccessful because of the corporate culture, the regretting of sellers, human performance issues etc... Nevertheless this relies on the preparation, underperformance and strategies of the acquirer. Merger creates the synergy which increases the value of two firms and makes the benefit for shareholders after merger. Moreover, some factors effect on the benefit of firms are economies of scale, acquiring new technology or assets, improved market reach and diversification.

Key words: Takeover, merger, acquisitions, cost, benefit, synergy.

Introduction

One plus one is more than 2 ($1+1>2$) is the hypothesis of merger and acquisition. This vocabulary appears when one company processes to buy another company and becomes one corporation to create the greater shareholder's value. Two companies will stronger and more competitive than one. Consider one angle of merger and acquisition. The subject of this paper is that the analyzing the costs and benefits of cross border takeover merger and acquisition and now we shall look at the definition of these term.

A merger is that two companies come together and create a new company. In usually, stronger companies will give the offer to buy other company to make more market share more competitive and more effective. In addition, an acquisition is a little bit difference with a merger. An acquisition is the target companies will be bought with various ways bids, negotiations...and the target companies will agree to sell if they think they cannot survive in the future.

As stated above about the theory of merger and acquisition, that is called synergy. Synergy can gain revenue and reduce cost. Some advantages from synergy are that cutting down the workforce, increasing economic scale, requiring the new technology and improving the market reach and industry visibility. However, not everybody can do it. Some companies merger together but make one plus one less than 2. For example “the UK's Glaxo Wellcome and SmithKline Beecham called off their merger

negotiations after they could not agree who would run the merged company” (BBC news). That is an example of two companies in field of pharmacy industry in UK.

Costs and benefits

Nowadays, because of globalization merger and acquisition is more and more popular in the world. A larger of investments gives many good purposes for merger and acquisition’s business transaction. However, the result of research states that from one and a half to two over three of them is failure in creating the value of shareholder. A mass of growth always link to huge of risk in business. Nevertheless, regardless of proportion of high defeat, corporations continue pursuing merger and acquisition (M&A) activities because of the capacity of great growth of these transactions.

Merger and acquisition are successful require the planning process must to control and manage effectively such as strategy development, financial analysis, precise culture, line of vision of manager and comprehensive administrative programme after merger. Therefore, maximum the development of transaction’s intention, measure the strategy of counterparty and using effective capital source and time also connecting to the best activities’ structure of firms. The firms can reduce the cost and get more benefits in merger and acquisition’s transaction. In the fact that after merger and acquisition, the stock price of acquirers usually reduces a little than before merger and acquisition, especially acquirers use their stock to buy another company instead using cash (stock for stock acquirers).

Costs

According to Horst Raff (World Economy Mergers & Acquisitions) there are three reason causes merger and acquisition happen. The first one is foreign direct investment (FDI), corporations want to take over the foreign companies rather than set up new companies (Greenfield investment). The second one is the restructuring companies after integration have encourage the merger and acquisition activities. And the last one is the merger between inner firms in global trade with competition policy. He also gives the result of this is the several of countries’ laws, some countries burden more cost and the other one get profit from merger.

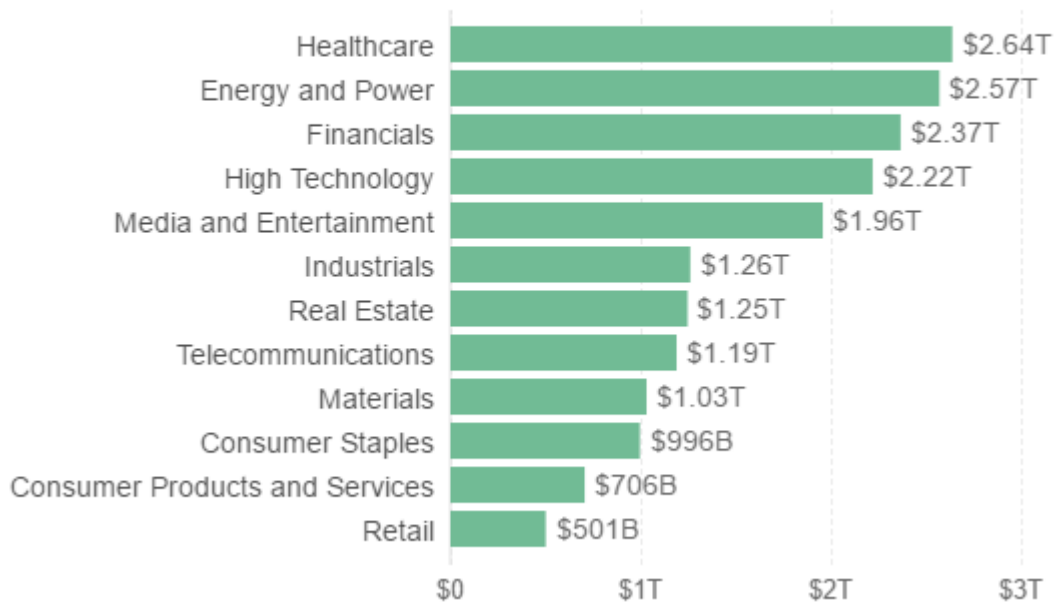
After merger and acquisition, there is increasing the value of the firms are acquired by 1% while the acquirers will decrease their value. Especially after inform merger or acquisition the value of target companies tend to go up sharply. In addition, the currency has impact strongly and reaches a peak above 5%. (Mergers and

acquisitions – Another tool for traders, 2005). So, the traders and investors can get information to get the advantage in market which someone does not know.

Not every firm after merger and acquisition can be successful and spent large of money to buy another companies because they can get the information asymmetry. Acquirers may be disadvantage when they merger, in many occasions, information asymmetry always happen because the target company is under value of market and it is so hard to measure right price of this company. The good way for this situation is that the acquirer should learn about companies which they want to buy. When firms have clearly information each other in long time, they can value the price more accurately. However, sometime the faster actions will make remarkable the asymmetry of information. Google is the typical example of this. They merged YouTube Company only five days. We easily knew the price of merger and there is not concerned with hardships which YouTube met with difficult before and it is so clearly to see that this price brings the benefits for people who set up the YouTube Company. Acquirers should invest into Target Company early so that they can understand the business method and also the market of Target Company. As an evident of this are Google and Skype (one of the unit of EBAY) altogether paid a larger of money into Fon Company which is a wireless network company in Euro and was run by entrepreneur Martin Varsovsky (Business week, 2006).

Figure 1: US M&A Deal value by Sector

For deals completed between 2000-2015



Source: IMAA

Finding investments, counterparties or merger and acquisition always are a part of business activities. The different things are the effective influence of globalisation and internet network therefore; some small changes have led to the problem in business and industries. There is not elimination cultural influence impact on merger and acquisition. The cross-border merger and acquisition have an influence on value with vary affection on domestic transaction.

It can be seen that the profit of target firm shareholders are positive however the profit of acquirers firms' shareholders are negative after merger and acquisition.

The result of level capital market integration tend to affect on the abnormal returns to companies want to buy another firm with difference of countries merger activities. The announcement return of bidder will be positive of cross border take over and European nations. (Lowinsky, 2004)

Benefits

Almost companies have strategy for merger and acquisition. There have relationship between merger and synergy. Synergy creates the benefit for 2 companies together and gains the market power and makes large market share through their modern technology and higher productivity. As the result of this, they have more competitive in business. For example, In august 2001, the merger with Sony and Ericson together in mobile field have controlled the market, they altogether created their

reputation, image, particularity and achieve a victory over other's mobile branch in the world. They have good strategy; go the right way to get the largest potential for profit.

The synergy is created by merger, this is proved by an acquirer must to pay premium for a target company if they want to merger with this company. Synergy has the capacity to raise overall value; shareholders will get the profit after merger, because the potential synergy will lead to raise share price. If the acquirer's wealth go up after merger it means this situation has success.

Merger can increase the power of trader. It means the economic scale arise when the output raises. Companies have authority to bargain the price with suppliers and can get the lower costs through lower prices and increase the market share. It also has the lower transaction in stock market. This leads to the smaller firms will be threatened and can be cut down by competition. The companies can make more profits and sales from merger. Simon H. Kwan, et al (2003) who is the Federal Reserve Bank of San Francisco state that after post-merger the smallest banks might decrease costs, however with the middle bank and large bank there are few proofs justifying for reducing cost. "His evaluation was that the industry regarded the overwhelming majority of mergers between large banks (those with at least \$5 billion in assets) as cutting costs, the mergers of middle-sized banks as having a mixed record on cost-cutting, and the overwhelming majority of mergers of banks with less than \$300 million of assets as having achieved few, if any, cost reductions" (Simon H. Kwan, et al, 2003).

Merger and acquisition ask for new technology, equipments or assets in order to create competition and be in a position of strength in business. Because of globalisation, technology advances, the company tend to merger together and improve their technology or buy new assets through FDI.

Another idea which firm merger is create new shares of markets, improve turnover and search for market niches to get more sales and more profits. Moreover, companies can affirm their position in domestic and international business arena.

Finally, merger can make diversification in business; diversification can reduce risk in cross border mergers. Nevertheless, if market is efficient there is no diversification in merger operation. According to Hopkins (1999), diversification in mergers can decline shareholder value.

In long-term studies, there are some empirical studies shows that the stock value will lose by 5-10% (Bjorvatn, 2004). However, some analyses state that they do not find the negative return less than five years.

Integration problem

The problem of culture or subculture happens when two companies merge or one company acquires another company in international perspective and globalisation. Some studies indicate that almost failure of merger and acquisition rise from integration and especially from different corporate culture.

Culture plays an important role in corporation. Different corporations have different culture. Therefore, before processing merger or acquisition, companies should learn about Target Company's culture. If they do not prepare or underperform they will not get successful in merger and acquisition. Culture has an influence on post merger performance. Multiculturalism is the best way in these activities. (Hopkins, H.D, 1999). They may be forgetting the culture and just thinking about the productivity, market, and shareholder's value. As the evident of this, after merger, they will cut down the employees; the remaining staff will feel sinful if they enjoy their new position and do not think about the faithful of the old company.

More evident indicates that firms usually concentrate on reducing cost after mergers, the turnover and profit are not looked after carefully, these lead to reduce the value of shareholders.

According to Stuart Ferguson (2003) tells that only 32% of transaction of merger and acquisition is successful, 60% of this is fail about raise the value of shareholder as they make a promise and 56% of merger and acquisition unsuccessful because they cannot create the value of shareholder. For example, Chrysler and Daimler believe that after they merged they would be successful although in 1988 there was 73% cross border merger was unsuccessful.

They also tell that the general issue is merger and acquisition is the mentality of companies wants to sell. The sellers may tend to be regret when they make a decision to sell their companies for the acquirer. The staffs of the target company do not feel comfortable because they have their own policy to manage their firm. They seem not to adapt with the new organisation, new laws, rules and strategies of the acquirers.

The unsuccessful or successful activity of merger and acquisition also rely on the period which measurement is done. In short period, after announcing about merger of two companies, the stock price of Target Company will increase dramatically, in conserver the acquirer's stock will drop down or stand. Therefore, the expectation of the bid will be successful and affect on overvalue of current market stock price. Almost the analyses prefer to research the short-term more than long-term merger and acquisition

because this is best way to demonstrate the influence of cross-border merger and acquisition.

Conclusion

The mock-up of Merger and Acquisition represent one of the parts of cross-border mergers and acquisitions which are nearly all concern to global economic wide differences of countries. The increasing value is not the outcome of merger and acquisition or do not conduct the financial expression. Furthermore, some evident shows that the acquirer does not have profit from this activity, however the target company is conserve.

Merger creates the synergy which increases the value of two firms and makes the benefit for shareholders after merger. Moreover, some factors effect on the benefit of firms are economies of scale, acquiring new technology or assets, improved market reach and diversification.

The cross-border takeover can get more shares in the market, increase the competition in business and reduce the corporate cost and take low transaction cost in stock market. However, there is a large of studies show that mergers and acquisitions tend to be unsuccessful because of the corporate culture, the regretting of sellers, human performance issues etc... Nevertheless this relies on the preparation, underperformance and strategies of the acquirer.

If the companies want to get profit and reduce cost of mergers and acquisition and if they want to see the success of this case, they should think about creating synergy, choosing the right people in right place, deal with culture problems, tanking part into communications, and performing well.