ISSN 2815 - 5610

TẠP CHÍ

# NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

*Hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp trong bối cảnh già hóa dân số tại Việt Nam*

*Quản lý ca với người tâm thần - Khó khăn, nguyên nhân và giải pháp khắc phục của nhân viên công tác xã hội*

*Mô hình xây dựng thương hiệu cá nhân của sinh viên*

SỐ 27
2/2024

http://ulsa.edu.vn

**TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI**
*Journal of Human Resources and Social Protection*

Tạp chí ra hàng tháng
**Số 27 - Tháng 02/2024**

**TỔNG BIÊN TẬP**
PGS. TS. Lê Thanh Hà
**PHÓ TỔNG BIÊN TẬP**
TS. Doãn Thị Mai Hương

**HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**
PGS. TS. Lê Thanh Hà
GS.TS. Trần Ngọc Anh
GS.TS. Phạm Quang Trung
GS.TS. Ngô Thắng Lợi
GS.TS. Nguyễn Hữu Minh
GS.TS. Đinh Văn Sơn
TS. Doãn Thị Mai Hương
PGS. TS. Đỗ Thị Tươi
TS. Nguyễn Trung Hải (79)

**THƯ KÝ TÒA SOẠN**
TS. Nguyễn Xuân Hướng

Tòa soạn: số 43 Trần Duy Hưng, phường Trung Hòa, quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội
Điện thoại: 024.35564584
Email: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn
Giấy phép xuất bản số: 438/GP-BTTTT ngày 13 tháng 7 năm 2021
Chế bản và in tại Công ty TNHH In Vietcolor

# TRONG SỐ NÀY:

**2** *Hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp trong bối cảnh già hóa dân số tại Việt Nam*
***Doãn Thị Mai Hương, Mai Thị Dung***

**7** *Quản lý ca với người tâm thần - Khó khăn, nguyên nhân và giải pháp khắc phục của nhân viên công tác xã hội*
***Nguyễn Trung Hải 79, Nguyễn Viết Hồng***

**14** *Mô hình xây dựng thương hiệu cá nhân của sinh viên*
***Vũ Yến Ngọc, Vũ Ngọc Khánh, Nguyễn Anh Dũng, Hà Quang Phú, Nguyễn Thùy Linh***

**26** *Hoạt động công tác xã hội đối với người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình*
***Đỗ Thị Ngọc Bích, Bùi Thị Phương Linh***

**36** *Kế toán xanh trong xu thế phát triển bền vững: Lợi ích và khó khăn đối với doanh nghiệp*
***Lương Thị Huyền***

**43** *Kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam*
***Nguyễn Thị Thu Thảo***

**49** *Tín dụng xanh tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa*
***Hoàng Thị Thu Trang***

**56** *Nghiên cứu kế toán xanh trong giai đoạn 2014-2023*
***Hoàng Khánh Vân***

**JOURNAL OF HUMAN RESOURCES AND SOCIAL PROTECTION**

Monthly Publication
**Vol 27 - 02/2024**

**EDITOR-IN-CHIEF**
Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha
**DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF**
Dr. Doan Thi Mai Huong

**EDITORIAL BOARD**
Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha
Prof. Dr. Tran Ngoc Anh
Prof. Dr. Pham Quang Trung
Prof. Dr. Ngo Thang Loi
Prof. Dr. Nguyen Huu Minh
Prof. Dr. Dinh Van Son
Dr. Doan Thi Mai Huong
Asso. Prof. Dr. Do Thi Tuoi
Dr. Nguyen Trung Hai (79)

**EDITORIAL SECRETARY**
Dr. Nguyen Xuan Huong

Journal Office:
No.43 Tran Duy Hung Road,
Trung Hoa Ward, Cau Giay Distr., Hanoi.
Tel: +84 (0) 24 35564584
Email: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn
Publishing License
No. 438/GP-BTTTT dated 13th July 2021
Printed at Vietcolor Ltd. Company.

# TABLE OF CONTENTS:

**2** *Scientific and technological support for the elderly to start a business in the context of population aging in Vietnam*
***Doan Thi Mai Huong, Mai Thi Dung***

**7** *Case management with mental persons – Difficulties, causes and solutions to overcome of social wokrers*
***Nguyen Trung Hai 79, Nguyen Viet Hong***

**14** *Personal branding model for students*
***Vu Yen Ngoc, Vu Ngoc Khanh, Nguyen Anh Dung, Ha Quang Phu, Nguyen Thuy Linh***

**26** *Social work activities for drug rehabilitators at No. 1 Drug rehabilitation Center in Hoa Binh province*
***Do Thi Ngoc Bich, Bui Thi Phuong Linh***

**36** *Green accounting in the trend of sustainable development: Benefits and difficulties for businesses*
***Luong Thi Huyen***

**43** *Green accounting at universities in Vietnam*
***Nguyen Thi Thu Thao***

**49** *Green credit at Asia Commercial Joint Stock Bank ACB - Thanh Hoa branch*
***Hoang Thi Thu Trang***

**56** *Research on green accounting from 2014 to 2023*
***Hoang Khanh Van***

# HỖ TRỢ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CHO NGƯỜI CAO TUỔI KHỞI NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH GIÀ HÓA DÂN SỐ TẠI VIỆT NAM

**TS. Doãn Thị Mai Hương**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
huongdoanthimai@yahoo.com
**TS. Mai Thị Dung**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
maidungins@gmail.com

**Tóm tắt: Với lợi thế về kinh nghiệm làm việc, trình độ học vấn, trình độ chuyên môn được tích lũy qua nhiều năm…, nhiều người cao tuổi vẫn mong muốn tiếp tục cống hiến, làm việc và khởi nghiệp. Người cao tuổi là lực lượng cần được khuyến khích và hỗ trợ khởi nghiệp trong nền kinh tế. Hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng, giúp họ khắc phục khó khăn trong khởi nghiệp, từ đó tự bảo đảm thu nhập, tạo việc làm cho bản thân và cộng đồng, đóng góp vào sự phát triển của xã hội. Nhóm tác giả thực hiện khảo sát 242 người cao tuổi (bao gồm người cao tuổi đã khởi nghiệp hoặc có ý định khởi nghiệp) về các nội dung: hỗ trợ khoa học công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp; thực hiện phỏng vấn sâu người cao tuổi khởi nghiệp để lấy ý kiến đánh giá về thực trạng hỗ trợ khoa học công nghệ cho họ. Trên cơ sở phân tích thực trạng hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp trong bối cảnh già hóa dân số tại Việt Nam.**

***Từ khóa:*** *hỗ trợ khoa học và công nghệ, khởi nghiệp, người cao tuổi*

## SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL SUPPORT FOR THE ELDERLY TO START A BUSINESS IN THE CONTEXT OF POPULATION AGING IN VIETNAM

***Abstract:*** *Despite having accumulated work experience, education, and professional qualifications over the course of many years, numerous elderly People remain enthusiastic about continuing to contribute and starting their businesses. Encouraging and supporting the elderly in entrepreneurship is crucial for the economy. Facilitating access to scientific and technological resources for the elderly plays a pivotal role in assisting them in overcoming the challenges associated with starting a business. This support not only ensures their own income but also generates employment opportunities for both themselves and the community, thereby making a significant contribution to societal development. The researchers conducted a survey on 242 the elderly (including those who have initiated or plan to initiate a business) to gather insights on the role of science and technology in supporting elderly entrepreneurship. Additionally, we conducted in-depth interviews with elderly entrepreneurs to gather their perspectives on the existing state*

*of science and technology support for elder individuals to star a business. Drawing from their analysis, the authors put forth recommendations to enhance science and technology support for elderly entrepreneurs amidst Vietnam's aging population.*

***Keywords:*** *Scientific and technological support, startups, the elderly*

**Mã bài báo:** JHS - 164 **Ngày nhận bài:** 12/11/2023 **Ngày nhận phản biện:** 25/11/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 05/12/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Đặt vấn đề**

Đến năm 2036, Việt Nam bước vào thời kỳ dân số già, chuyển từ xã hội "già hóa" sang xã hội "già". Theo ước tính của Tổng cục Thống kê, đến năm 2038, nhóm dân số từ 60 tuổi trở lên khoảng hơn 21 triệu người, chiếm 20% tổng dân số, nghĩa là trong 5 người sẽ có 1 người cao tuổi. Đến năm 2039, dự báo số lượng người cao tuổi ở Việt Nam sẽ vượt quá số lượng trẻ em. Hiện nay, tỷ lệ người cao tuổi (NCT) tham gia hoạt động kinh tế chiếm tỷ lệ khoảng 40 - 45% số lượng NCT.

Một trong những vấn đề đối với NCT khởi nghiệp là việc ứng dụng khoa học và công nghệ vào hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì vậy, nhóm tác giả lựa chọn chủ đề hỗ trợ khoa học công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp trong bối cảnh già hóa dân số tại Việt Nam làm nội dung nghiên cứu. Mục tiêu của bài viết là khái quát cơ sở lý thuyết về hỗ trợ khoa học và công nghệ cho NCT khởi nghiệp, đánh giá thực trạng hỗ trợ khoa học và công nghệ cho NCT khởi nghiệp và đề xuất giải pháp hoàn thiện hỗ trợ khoa học và công nghệ cho NCT khởi nghiệp trong bối cảnh già hóa dân số ở Việt Nam hiện nay.

**2. Cơ sở lý luận**

Luật Người cao tuổi Việt Nam năm 2009 quy định: Người cao tuổi là tất cả các công dân Việt Nam từ 60 tuổi trở lên (Quốc hội, 2009).

Trong nghiên cứu này, NCT khởi nghiệp được hiểu là những người từ đủ 60 tuổi trở lên thực hiện dự án khởi nghiệp nhằm thành lập một công ty/doanh nghiệp/đơn vị mới có hoặc chưa có tư cách pháp nhân với mục đích sản xuất, kinh doanh, cung ứng sản phẩm, dịch vụ ra thị trường trong một khoảng thời gian chưa đủ dài (dưới 5 năm).

Hỗ trợ về khoa học công nghệ bao gồm các nội dung cơ bản sau: Hỗ trợ ứng dụng công nghệ, chuyển giao công nghệ; Hỗ trợ hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh mới; Hỗ trợ sử dụng trang thiết bị, khoa học và công nghệ; Hỗ trợ đào tạo nhân lực về khoa học và công nghệ.

Ứng dụng khoa học, công nghệ là giải pháp, quy trình, bí quyết, kỹ thuật, phương tiện dùng để biến đổi nguồn lực thành sản phẩm. Khoa học, công nghệ vừa là thành tựu vừa là công cụ quan trọng bậc nhất của sự phát triển, trở thành thước đo sự phát triển hiện tại và tiềm năng trong tương lai của doanh nghiệp. Đổi mới công nghệ được xem là nhân tố quyết định tăng năng suất, chất lượng của sản phẩm, từ đó tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Vì vậy, chính sách hỗ trợ khởi nghiệp có xu hướng nhấn mạnh sự hỗ trợ cho các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, tập trung vào công nghệ, có tiềm năng tăng trưởng cao. Sự hỗ trợ này được thực hiện thông qua các nhóm yếu tố: (i) nhóm yếu tố thuộc về chính sách như tổ chức nghiên cứu, các trung gian khoa học, công nghệ, chính sách và thể chế sở hữu trí tuệ, định mức, cơ quan thiết lập tiêu chuẩn và khung pháp lý và (ii) nhóm yếu tố thuộc về doanh nghiệp: năng lực hấp thụ công nghệ.

Trong các nội dung hỗ trợ khoa học, công nghệ, chuyển giao công nghệ là quá trình chuyển giao các kỹ năng, kiến thức, công nghệ, phương pháp sản xuất, các mẫu sản phẩm giữa các doanh nghiệp, Chính phủ, cơ sở nghiên cứu để đảm bảo sự phát triển của doanh nghiệp và công nghệ có thể truy cập từ đa số người dùng. Quá trình chuyển giao công nghệ bao gồm: nhận diện, định giá, khám phá bí quyết công nghệ; bảo vệ/ bảo mật công nghệ, xây dựng phiên bản chuyển giao, đào tạo nâng cao nhận thức về công nghệ và đào tạo chi tiết về sản phẩm, công nghệ được chuyển giao. Người cao tuổi khởi nghiệp có thể tiếp cận hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp về khoa học công nghệ bao gồm: trợ cấp từ chính quyền địa phương và trung ương; sự giúp đỡ từ các ngân hàng và các chuyên gia; các trường đại học; đơn vị ươm tạo công nghệ, hoặc chủ động hợp tác, tham gia trong mạng lưới khoa học công nghệ (Jones & Parry, (2011).

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu để thu thập tài liệu, số liệu có liên quan tới nghiên cứu, thực

hiện phỏng vấn sâu NCT khởi nghiệp để lấy ý kiến đánh giá về thực trạng hỗ trợ khoa học và công nghệ cho NCT khởi nghiệp. Sử dụng phương pháp khảo sát để thực hiện khảo sát 242 người cao tuổi *(bao gồm NCT đã khởi nghiệp và có ý định khởi nghiệp) về các nội dung* hỗ trợ khoa học công nghệ cho NCT khởi nghiệp. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 với mức 1- Rất không tốt và mức 5- Rất tốt.

**4. Kết quả nghiên cứu**

Theo Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa số 04/2017/QH14 (Quốc hội, 2017), doanh nghiệp khởi nghiệp được hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao công nghệ; được hỗ trợ sử dụng trang thiết bị tại cơ sở kỹ thuật; được hướng dẫn thử nghiệm, hoàn thiện sản phẩm mới, cũng như dịch vụ và mô hình kinh doanh mới (Điều 17); được đào tạo chuyên sâu về công nghệ, kỹ thuật sản xuất (Điều 19).

Luật Chuyển giao công nghệ sửa đổi được Quốc hội chính thức thông qua ngày 13/6/2017 đã đề cập một số nội dung liên quan tới doanh nghiệp khởi nghiệp như: (i) Khẳng định chính sách của Nhà nước đối với việc hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp; (ii) Quyền đối với kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; (iii) "Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi trong việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp, công nhận, đăng ký lưu hành sản phẩm mới, công nghệ mới cho tổ chức, cá nhân thực hiện thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, chuyển giao công nghệ." (khoản 8, Điều 36); (iv) Các tổ chức, cá nhân đầu tư và hỗ trợ khởi nghiệp được hưởng ưu đãi về thuế; (v) Có các chính sách thúc đẩy cá nhân và nhóm cá nhân khởi nghiệp, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp khai thác, sử dụng kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ.

Theo Quyết định số 844/QĐ-TTg, doanh nghiệp khởi nghiệp được hỗ trợ một phần kinh phí cung cấp không gian số, dịch vụ hỗ trợ trực tuyến, cũng như kinh phí sản xuất thử nghiệm, làm sản phẩm mẫu, hoàn thiện công nghệ (Điều 4); đồng thời được hỗ trợ một phần kinh phí nghiên cứu, thử nghiệm công nghệ (Điều 10).

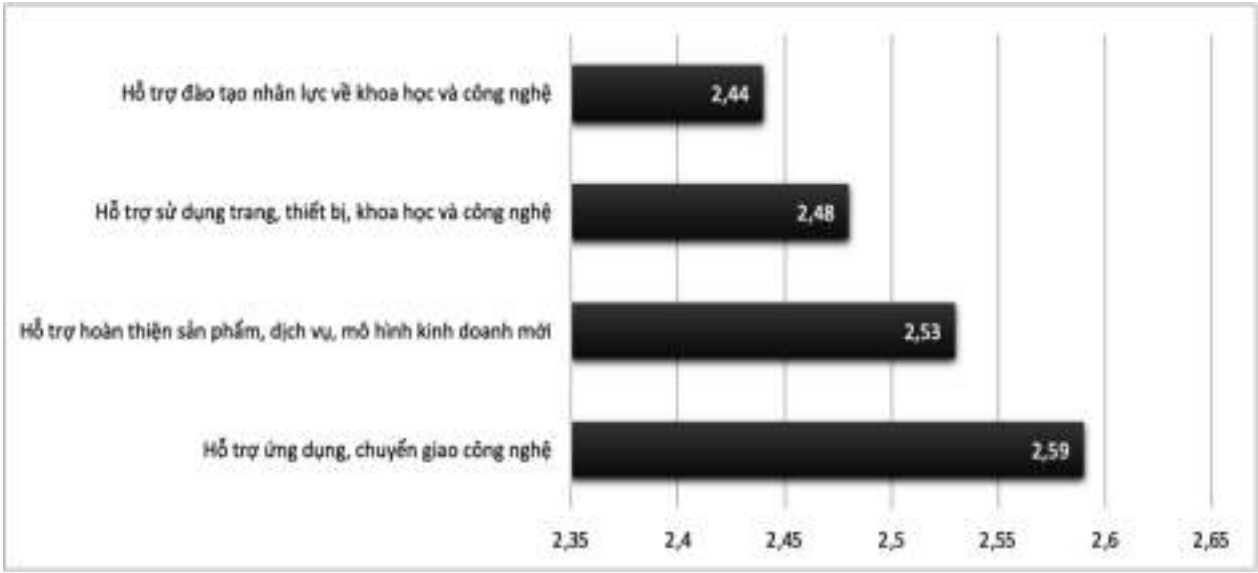
Tuy chưa có hỗ trợ khoa học công nghệ dành riêng cho NCT khởi nghiệp, nhiều NCT khởi nghiệp mạnh dạn đầu tư, làm chủ công nghệ để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Về thực tế hỗ trợ khoa học công nghệ cho NCT khởi nghiệp, qua phỏng vấn sâu với các câu hỏi về chủ đề nhu cầu và thực trạng hỗ trợ khoa học công nghệ cho NCT khởi nghiệp, các câu trả lời nhận được như sau:

*"NCT khởi nghiệp từ công nghệ hoặc ứng dụng công nghệ rất nhiều, có nhiều người có tới 8 bằng sáng chế. Với vai trò là trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp, trung tâm là cầu nối giữa nhà khoa học với doanh nghiệp, bao gồm cả sản xuất, phân phối; chuyển giao đưa sản phẩm vào thị trường, song phạm vi hỗ trợ còn hạn chế."* (Kết quả phỏng vấn sâu bà LTKV, Hà Nội). Công nghệ ngày nay là một trong những nguồn lực quan trọng của doanh nghiệp. Sở hữu công nghệ, phát minh, sáng chế là sở hữu nguồn lực lớn cho phát triển doanh nghiệp. Bên cạnh những sự chủ động ứng dụng công nghệ trong sản xuất kinh doanh của NCT, những khó khăn mà NCT gặp phải về công nghệ và hỗ trợ công nghệ khi khởi nghiệp chủ yếu là không tiếp cận được nguồn hỗ trợ, không được hỗ trợ hoặc khó khăn về thủ tục, hồ sơ tiếp cận hỗ trợ. Quá trình thực hiện phỏng vấn sâu, hầu như câu trả lời nhận được là "*Không nhận được hỗ trợ gì về khoa học công nghệ", "Là doanh nghiệp khoa học công nghệ nhưng chưa nhận được hỗ trợ gì về khoa học công nghệ"* (Kết quả phỏng vấn sâu bà NTC, Hà Nội). Bằng sự chủ động của NCT khởi nghiệp, một số NCT nhận được một phần sự hỗ trợ, chẳng hạn: "*Quá trình khởi nghiệp, tôi được hỗ trợ từ trung tâm ươm tạo trong giai đoạn nghiên cứu sản phẩm, hình thức hỗ trợ là được tận dụng cơ sở vật chất của trung tâm ươm tạo và kết hợp với trung tâm trong giai đoạn sản xuất sản phẩm sau cùng. Tuy nhiên, thủ tục giấy tờ hỗ trợ công nghệ (của vườn ươm) còn nhiều và phức tạp chưa thực sự nhanh chóng, thuận tiện"* (Kết quả phỏng vấn sâu bà TTT).

Như vậy, việc nới lỏng các quy định hiện hành để NCT tiếp cận dễ dàng hơn với các nguồn hỗ trợ khoa học và công nghệ là vấn đề đặt ra trong những giải pháp hỗ trợ NCT khởi nghiệp.

Bên cạnh phỏng vấn sâu, kết quả khảo sát cho thấy hỗ trợ về khoa học công nghệ có điểm trung bình là 2,51. Như vậy, NCT đánh giá về hỗ trợ khoa học công nghệ về 4 nội dung (hỗ trợ đào tạo nhân lực, hỗ trợ sử dụng trang thiết bị, hỗ trợ hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh, hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao công nghệ) đều ở mức thấp.

**Hình 1.** Kết quả khảo sát về hỗ trợ khoa học và công nghệ cho người cao tuổi khởi nghiệp




*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Hiện chưa có chính sách hỗ trợ khoa học công nghệ cụ thể cho NCT khởi nghiệp. Đối với quy định hỗ trợ khởi nghiệp nói chung, hiện tập trung cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoặc doanh nghiệp khoa học công nghệ. Nổi bật là Nghị định 13/2019/NĐ-CP ngày 20/3/2019 với hàng loạt chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp khoa học và công nghệ. Ngoài việc hỗ trợ về vốn, đất đai, giảm thuế... doanh nghiệp khoa học và công nghệ được ưu đãi hỗ trợ nghiên cứu khoa học, đưa sản phẩm vào sản xuất thực tế. Theo đó, một số hỗ trợ khoa học công nghệ đối với doanh nghiệp khoa học công nghệ bao gồm:

- Được thực hiện các nhiệm vụ khoa học và công nghệ; ứng dụng kết quả khoa học và công nghệ; sản xuất, kinh doanh sản phẩm hình thành từ kết quả khoa học và công nghệ;

- Được Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia, Quỹ phát triển khoa học và công nghệ… tài trợ, để thương mại hóa kết quả khoa học và công nghệ; doanh nghiệp khoa học và công nghệ được ưu tiên tham gia các dự án hỗ trợ thương mại hóa kết quả khoa học và công nghệ, tài sản trí tuệ của Nhà nước cho vay với lãi suất ưu đãi, hỗ trợ lãi suất vay và bảo lãnh vay vốn để thúc đẩy ứng dụng vào sản xuất thực tế.

- Được ưu tiên, không thu phí dịch vụ khi sử dụng máy móc, trang thiết bị tại các phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia, cơ sở ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp, cơ sở nghiên cứu khoa học và công nghệ của Nhà nước để thực hiện các hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, ươm tạo công nghệ, sản xuất thử nghiệm sản phẩm mới, ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ.

Thực tế cho thấy chính sách hỗ trợ khoa học công nghệ đã có nhưng dành cho mọi đối tượng, chưa có chính sách đặc thù cho NCT khởi nghiệp. Mặt khác, chính sách chỉ dành cho doanh nghiệp khoa học công nghệ, không áp dụng cho doanh nghiệp sản xuất, dịch vụ thông thường cần hỗ trợ để ứng dụng khoa học công nghệ.

**5. Một số khuyến nghị**

Nghiên cứu xây dựng, ban hành những đạo luật liên quan đến nâng cao năng lực cạnh tranh, những gói hỗ trợ phát triển, tiêu thụ sản phẩm khoa học công nghệ dành cho NCT khởi nghiệp.

Đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ thử nghiệm sản phẩm mới do các đơn vị sản xuất, kinh doanh, các doanh nghiệp vừa được NCT thành lập.

Hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao công nghệ; hỗ trợ sử dụng trang thiết bị tại cơ sở kỹ thuật; hỗ trợ tham gia cơ sở ươm tạo, khu làm việc chung; hướng dẫn thử nghiệm, hoàn thiện sản phẩm mới, dịch vụ và mô hình kinh doanh mới.

Ưu tiên hỗ trợ thương mại hóa kết quả nghiên cứu, tài sản trí tuệ của NCT khởi nghiệp.

Căn cứ vào nhu cầu của NCT khởi nghiệp để thực hiện hỗ trợ khoa học công nghệ phù hợp. Hỗ trợ NCT khởi nghiệp trong đào tạo nhân lực khoa học công nghệ.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Chính phủ. (2019). *Nghị định 13/2019/NĐ-CP ngày 01/02/2019 về doanh nghiệp khoa học và công nghệ.*

Dirk Engel. (2003). Localization of knowledge and entrepreneurs' mobility: the case of Germany's biotechnology industry. Berlin: *Springer,* ISSN 0173-7600, ZDB-ID 796757-3. - Vol. 33.2013, 2, p. 173-192

GSO (General Statistics Office of Viet Nam). (2020). *Population projections for Vietnam in 2019-2069* (monograph).

GSO. (2021). *Già hóa dân số và người cao tuổi ở Việt Nam*. ISBN 978-604-334-955-9.

GSO & UNFPA. (2021). *Người cao tuổi Việt Nam, phân tích từ điều tra biến động dân số và kế hoạch hóa gia đình năm 2021*.

Huong, D.T.M. & cộng sự. (2023). *Giải pháp hỗ trợ người cao tuổi khởi nghiệp. Đề tài cấp bộ.*

Jones, R. & Parry, S. (2011). Business support for new technology-based firms: a study of entrepreneurs in north Wales. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 17 No. 6, pp. 645-662.

Maritz., A., et al. (2019). Entrepreneurship and self-employment for mature-aged people. *Australian Journal of Career Development,* Volume 30, Issue 1, https://doi.org/10.1177/1038416220978971

OECD. (2016). Institutions and entrepreneurship: Empirical evidence for OECD countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review,* 2021, Vol. 9, No. 2, doi 10.15678/EBER.2021.090208

OECD. (2020). *OECD SME and entrepreneurship out look 2021*. ISSN: 29599504 (online) https://doi.org/10.1787/8d707502-en

Quốc hội. (2009). *Luật số 39/2009/QH12 của Quốc hội: Luật người cao tuổi*

Quốc hội. (2017). *Luật số 04/2017/QH14 ngày 12/6/2017 Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.*

Quốc hội. (2013). *Luật số 38/2013/QH13 ngày 16/11/2013 Luật Việc làm*

World Health Organization. (2011). *Definition of an Older or Elderly Person.* http://www.who.int/healthinfo/survey/ageingdefnolder/en/index.html

Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 về việc phê duyệt đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025".*

Thủ tướng Chính phủ. (2022). *Quyết định số 90/QĐ-TTg ngày 18/01/2022 Phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2021-2025.*

WTO. (2017). *Báo cáo nghiên cứu cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, kinh nghiệm quốc tế - Đề xuất giải pháp cho Việt Nam.*

# QUẢN LÝ CA VỚI NGƯỜI TÂM THẦN - KHÓ KHĂN, NGUYÊN NHÂN VÀ GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC CỦA NHÂN VIÊN CÔNG TÁC XÃ HỘI

**TS. Nguyễn Trung Hải (79)**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
hainguyentrung1979@gmail.com
**ThS. Nguyễn Viết Hồng**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
nguyenviethonghongdu@gmail.com

**Tóm tắt: Nghiên cứu này tập trung mô tả về những khó khăn của nhân viên công tác xã (CTXH) trong việc quản lý ca với người tâm thần (NTT) để từ đó đưa ra các biện pháp nhằm giúp họ thực hiện công việc quản lý ca một cách hiệu quả hơn. Do một số hạn chế nên nghiên cứu sẽ sử dụng phương pháp trưng cầu ý kiến bằng bảng hỏi đối với đội ngũ cán bộ triển khai nhiệm vụ quản lý ca (30 cán bộ) tại 2 cơ sở trợ giúp xã hội cho NTT ở Hà Nội để thu thập thông tin về thực trạng những khó khăn của nhân viên CTXH trong việc quản lý ca đối với NTT. Kết quả cho thấy hoạt động quản lý ca với NTT đã được triển khai, tuy nhiên nhân viên CTXH còn gặp phải nhiều khó khăn khi thực hiện các hoạt động này. Những khó khăn đó xuất phát từ sự thiếu hụt về chính sách, sự phối hợp của các bên liên quan còn chưa chặt chẽ, năng lực chuyên môn còn hạn chế, thiếu các quy trình, hướng dẫn cụ thể và cả do đặc thù đối tượng trợ giúp NTT nên nhân viên CTXH cũng gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện hoạt động quản lý ca. Do đó, các hoạt động trên còn chưa đạt được như mong muốn.**

***Từ khóa:*** *Nhân viên công tác xã hội, khó khăn, quản lý ca, người tâm thần*

## CASE MANAGEMENT WITH MENTAL PERSONS - DIFFICULTIES, CAUSES AND SOLUTIONS TO OVERCOME OF SOCIAL WOKRERS

***Abstract:*** *The research is centered on identifying the obstacles encountered by social workers in case management while working with individuals who have mental health issues. By examining these challenges, the study seeks to propose practical solutions that can help social workers improve their case management techniques. Due to specific constraints, the research will employ the questionnaire approach to collect data on the existing situation and difficulties experienced by social workers handling case management for individuals with mental health problems. This will entail the participation of 30 staff members from 2 social assistance facilities in Hanoi. The results suggest that the implementation of case management for individuals with mental illness has been executed, however, social workers face various obstacles during the execution of these responsibilities. These challenges stem from the lack of policies, insufficient coordination among stakeholders, limited professional capabilities, absence of clear procedures and guidelines, and the distinctive nature of supporting individuals with mental illness. Consequently, social workers confront multiple difficulties in effectively managing cases, leading to the failure to achieve the intended results.*

***Keywords:*** *Social workers, difficulties, case management, individuals with mental illness*

**Mã bài báo:** JHS - 165 **Ngày nhận bài:** 5/11/2023 **Ngày nhận phản biện:** 18/11/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 30/11/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1.Đặt vấn đề**

Sức khỏe tâm thần là nền tảng cho sự khỏe mạnh và hoạt động hiệu quả của các cá nhân. Tuy nhiên, theo Tổ chức Y tế thế giới, tính trên toàn cầu cứ 4 người có 1 người có vấn đề về sức khỏe tâm thần, không có gia đình nào không liên quan đến sức khỏe và có 10 nguyên nhân chủ yếu gây mất khả năng lao động là do các vấn đề về sức khỏe tâm thần. Có tới hơn 100 triệu người bị rối loạn sức khỏe tâm thần ở khu vực Tây Thái Bình Dương. Có thể nói, thế kỷ 21 là thế kỷ của sức khỏe tâm thần (WHO, 2021). Việt Nam hiện nay ước tính có khoảng 15% dân số Việt Nam (tương đương 14 triệu người) mắc các bệnh về rối loạn tâm thần trong đó có 3 triệu người bị rối loạn tâm thần nặng và còn rất nhiều bệnh nhân không được thăm khám, điều trị. (Bộ Y tế, 2021). Năm 1999, Chính phủ Việt Nam đã ban hành Chiến lược quốc gia về Sức khỏe tâm thần, tập trung vào xây dựng "mô hình chăm sóc sức khỏe tâm thần dựa vào cộng đồng" và mở rộng nguồn lực về sức khỏe tâm thần vào năm 2025. Mục tiêu chung của chương trình: Xây dựng mạng lưới, triển khai mô hình lồng ghép nội dung chăm sóc sức khỏe tâm thần với các nội dung chăm sóc sức khỏe khác của trạm y tế xã, phường; Phát hiện, quản lý và điều trị người bệnh kịp thời để họ sớm trở về sống hòa nhập với cộng đồng. Để thực hiện được mục tiêu đó, Việt Nam cũng ban hành nhiều chính sách can thiệp chuyên sâu trong lĩnh vực CTXH nhằm quản lý, hỗ trợ các đối tượng nói chung và NTT nói riêng. Cụ thể ngày 14 tháng 2 năm 2020, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội đã ban hành Thông tư 02/2020/TT-BLĐTBXH hướng dẫn quản lý đối tượng được cơ sở trợ giúp xã hội cung cấp dịch vụ CTXH tại cơ sở... Trong Thông tư có quy định những công việc cụ thể của nhân viên CTXH trong việc quản lý ca với đối tượng trong đó có NTT.

Tuy nhiên, trên thực tế còn thiếu những người làm CTXH (CTXH) có đủ kiến thức, kỹ năng, thái độ phù hợp với loại hình bệnh này nên hoạt động chăm sóc người bệnh tâm thần còn chưa thực sự hiệu quả. Ở nhiều trung tâm, cơ sở Bảo trợ xã hội (BTXH) còn chưa có nhân viên CTXH chăm sóc sức khỏe tâm thần. Việc chăm sóc người bệnh chủ yếu do bác sĩ đảm nhiệm mà không có sự giúp đỡ của nhân viên CTXH. Điều này sẽ rất khó khăn cho người bệnh, bởi các bác sĩ chỉ giúp người bệnh trong điều trị bằng thuốc, còn việc tăng cường tác động của các yếu tố tích cực, giảm yếu tố tiêu cực từ môi trường xã hội đến người rối nhiễu tâm trí giúp người bệnh hòa nhập trở lại với đời sống xã hội là công việc mà nhân viên CTXH làm tốt thì lại chưa được nhiều. Ngay cả những cơ sở BTXH có nhân viên CTXH thì theo đánh giá, nguồn nhân lực làm CTXH nói chung và trong lĩnh vực với NTT nói riêng hiện còn thiếu về số lượng, yếu về năng lực nên chất lượng chuyên môn không đảm bảo, hoạt động còn thiếu chuyên nghiệp khiến hiệu quả công việc còn chưa cao. Bên cạnh đó, chưa thực hiện tốt được nhiệm vụ quản lý ca theo quy định (Báo điện tử Chính phủ, 2022). Xuất phát từ những lý do trên, nghiên cứu sẽ mô tả về: Những khó khăn trong việc Quản lý trường hợp với NTT cũng như thảo luận về các biện pháp nhằm giúp thực hiện công việc quản lý ca một cách hiệu quả hơn.

**2. Phương pháp nghiên cứu**

*- Phương pháp phân tích tài liệu*

Nhóm nghiên cứu sử dụng các kỹ thuật chuyên môn nhằm thu thập thông tin, số liệu, tài liệu từ các nguồn tài liệu đã được công bố hoặc rút ra từ các nguồn tài liệu những thông tin cần thiết phục vụ cho quá trình nghiên cứu. Cụ thể, đề tài đã tổng hợp và phân tích một số tài liệu:

+ Các giáo trình, tài liệu có liên quan đến NTT và quản lý ca (QLC) như: CTXH trong chăm sóc sức khỏe tâm thần, Đại cương về quản lý ca, Tâm lý học đại cương…

+ Phân tích những công trình nghiên cứu khoa học, các đề tài nghiên cứu cũng như các luận văn, luận án trong lĩnh vực QLC với NTT cũng như những khó khăn trong QLC với NTT.

+ Nghiên cứu tìm hiểu và phân tích, đánh giá các chính sách trong CTXH, QLC nói chung và các chính sách đối với các công việc của nhân viên CTXH như Thông tư 26/2022 quy định về mã số, tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp và xếp lương đối với viên chức chuyên ngành CTXH, Thông tư 02/2018 về Định mức kinh tế - kỹ thuật làm cơ sở xây dựng giá dịch vụ trợ giúp xã hội…

*- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi*

Trong khuôn khổ nghiên cứu và thực hiện đề tài, nhóm nghiên cứu xây dựng bảng hỏi là tổ hợp các câu hỏi với các chỉ báo, con số định lượng để thu thập thông tin từ đối tượng nghiên cứu là nhân viên CTXH và những cán bộ thực hiện QLC.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp trưng cầu ý kiến bằng bảng hỏi đối với đội ngũ cán bộ triển khai nhiệm vụ QLC (30 cán bộ) tại Trung tâm Chăm sóc Nuôi dưỡng NTT số 2 Hà Nội và Trung tâm Chăm sóc và Phục hồi chức năng NTT số 1 Hà Nội để thu thập thông tin về thực trạng những khó khăn của nhân viên

CTXH trong việc QLC với NTT.

*- Phương pháp phỏng vấn sâu:*

Dựa trên những nội dung đánh giá về thực trạng, nghiên cứu sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu để tìm hiểu và phân tích sâu về các vấn đề, nội dung nghiên cứu trong lĩnh vực này. Nhóm nghiên cứu sẽ tiến hành phỏng vấn 2 nhóm khách thể chính là:

+ Phỏng vấn 4 nhân viên CTXH thực hiện nhiệm vụ QLC và 2 lãnh đạo phụ trách công việc này tại mỗi cơ sở.

+ Phỏng vấn 4 NTT (mức độ nhẹ/phục hồi) và 4 người nhà.

**3. Tổng quan nghiên cứu**

*- Hướng nghiên cứu về chăm sóc người tâm thần và quản lý ca với người tâm thần*

Quyền của người khuyết tật trong đó có NTT đã trở thành một trong những yêu cầu quan trọng để đảm bảo công bằng và tiến bộ xã hội, đảm bảo phát triển bền vững của quốc gia. Chính vì thế, có nhiều công trình nghiên cứu về khung pháp lý nhằm đảm bảo quyền của người khuyết tật. Quyết định 1215 do Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội trình và được Thủ tướng Chính phủ duyệt ngày 22/7/2011, hiện nay đã được thay thế bằng Quyết định 1929/2020 Phê duyệt Chương trình trợ giúp xã hội và phục hồi chức năng cho NTT, trẻ em tự kỷ và người rối nhiễu tâm trí dựa vào cộng đồng giai đoạn 2021-2030. Đề án này đề cập đến Trợ giúp xã hội và phục hồi chức năng cho bệnh tâm thần và người rối nhiễu tâm trí dựa vào cộng đồng, đây chính là sự đổi mới trong nhận thức trong công tác trợ giúp NTT trên cơ sở nâng cao năng lực cho bản thân họ, gia đình và cộng đồng.

Nick Gould (2020) dựa trên các mô hình xã hội về sức khỏe tâm thần có liên quan đặc biệt đến xã hội, giúp nhân viên CTXH và sinh viên làm quen với các khía cạnh xã hội của quan điểm y tế về sức khỏe tâm thần. Thực hành và phát triển kiến thức của họ xung quanh: sự hòa nhập xã hội của những người có vấn đề về sức khỏe tâm thần trong bối cảnh thay đổi.

Hải (2019) Nghiên cứu về dịch vụ xã hội cho trẻ mắc bệnh tâm thần với chủ đề: "Phát triển dịch vụ chăm sóc xã hội đối với trẻ em mắc bệnh tâm thần" đề cập đến thực trạng dịch vụ dành cho trẻ em tâm thần hiện nay, cũng như giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ. Tác giả đã cung cấp một bức tranh tổng thể về các dịch vụ dành cho trẻ tâm thần nói riêng và NTT nói chung. Căn cứ theo kết quả này sẽ cung cấp về mặt lý luận về các dịch vụ cho NTT rất hữu ích trong lĩnh vực QLC.

Đề tài "Hoàn thiện luật pháp về quyền của người khuyết tật ở Việt Nam hiện nay, 2019" đã phân tích một cách cụ thể về vấn đề luật pháp chính sách đối với người khuyết tật (trong đó có NTT). Tác giả nhấn mạnh, dù là người khuyết tật hay NTT mất nhận thức thì cũng đều có những quyền cơ bản và cần được luật pháp bảo vệ cũng như được hỗ trợ can thiệp thông qua những dịch vụ hiệu quả.

Tài liệu hướng dẫn thực hành quản lý trường hợp (Cục Bảo trợ xã hội) - Nội dung chính cung cấp kiến thức kỹ năng cơ bản cho nhân viên xã hội (NVXH) tại tuyến cơ sở đang làm việc trực tiếp với các nhóm đối tượng yếu thế như trẻ em, người cao tuổi, phụ nữ với các vấn đề mà họ đang đối đầu như bị bạo hành, ngược đãi hay bị xâm hại hoặc các nhóm khuyết tật, tâm thần, nhiễm HIV hiện đang cần sự trợ giúp tại cộng đồng. NVXH tại các cơ sở đang làm việc trực tiếp với các nhóm thân chủ có thể nắm vững những đặc điểm lý thuyết đặc trưng về quản lý trường hợp cũng như có thể áp dụng thực hành các kỹ năng làm việc trong thực tế với từng nhóm thân chủ khác nhau, từ đó nâng cao được hiệu quả của quá trình trợ giúp, hỗ trợ thân chủ cũng như kinh nghiệm làm việc trong thực tế của NVXH.

"Giáo trình tham vấn cơ bản trong chăm sóc sức khỏe tâm thần" Hường (2015) đã trình bày tiến trình trợ giúp tâm lý nâng cao kiến thức kỹ năng cho người tham vấn trực tiếp. Tác giả đã cung cấp những kiến thức kỹ năng cơ bản và chuyên sâu trong tham vấn hỗ trợ NTT và gia đình. Đây là tài liệu hữu ích dành cho đội ngũ cán bộ can thiệp trực tiếp trong lĩnh vực này.

"Giáo trình đại cương chăm sóc sức khỏe tâm thần" Phúc (2013) đã trình bày tổng quát về chăm sóc sức khỏe tâm thần. Giáo trình đã cung cấp những kiến thức cơ bản cũng như sự hiểu biết về vấn đề tâm thần và chăm sóc sức khỏe tâm thần. Những vấn đề như: các loại tâm thần, nguyên nhân dẫn đến các vấn đề tâm thần và các mô hình can thiệp cũng được mô tả cụ thể trong tài liệu.

"Đánh giá hiện trạng hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần các tỉnh, thành phố phía Nam, đề xuất một số giải pháp" Khanh & Sĩ (2019) đã cung cấp một bức tranh tổng thể về hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần các tỉnh, thành phố phía Nam. Các tác giả đã chỉ ra những điểm mạnh cũng như các hạn chế của hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần này, đồng thời phân tích về thực trạng và nhu cầu của NTT để có những đánh giá sâu sắc về hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần hiện nay.

*- Hướng nghiên cứu về những khó khăn của nhân viên CTXH*

"Một số khó khăn ảnh hưởng tới hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên CTXH" Hải (2021), bài viết này

hướng tới đánh giá một số khó khăn ảnh hưởng tới hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên CTXH. Nội dung phân tích dựa trên phương pháp nghiên cứu tài liệu cũng như phỏng vấn sâu chuyên gia ở các lĩnh vực khác nhau như trong các cơ sở Bảo trợ xã hội, CTXH, các bệnh viện cũng như các cơ sở có đội ngũ nhân viên CTXH.

"Một số khó khăn và vai trò của nhân viên CTXH trong việc hỗ trợ lao động nhập cư tiếp cận dịch vụ y tế tại làng Eahdil, tỉnh Đắk Lăk, 2020" Công (2020), bài viết đã phân tích những vấn đề của lao động nhập cư trong việc tiếp cận dịch vụ y tế và nhấn mạnh vai trò của nhân viên CTXH.

Do còn một số hạn chế cũng như thực tế chưa có nhiều nghiên cứu về những khó khăn trong hoạt động quản lý trường hợp với NTT nên nghiên cứu sẽ đi sâu vào triển khai nghiên cứu về lý luận và thực tiễn để làm sáng tỏ hơn vấn đề này.

**4. Khó khăn và nguyên nhân dẫn đến những khó khăn trong việc thực hiện quản lý ca với người tâm thần**

Quản lý ca hay còn gọi là quản lý trường hợp (QLTH) là một trong các phương pháp can thiệp của CTXH được nhân viên xã hội thực hiện để trợ giúp những đối tượng có nhu cầu nói chung và NTT nói riêng khi họ gặp những khó khăn không thể tự vượt qua được. Phương pháp này nhấn mạnh vào việc đánh giá nhu cầu của thân chủ, xác định các nguồn lực từ cá nhân, gia đình thân chủ và từ cộng đồng, điều phối, kết nối nguồn lực, tổ chức thực hiện và giám sát tiến trình trợ giúp thân chủ. Mục đích của các hoạt động này nhằm cung cấp các dịch vụ an sinh xã hội, giúp thân chủ giải quyết các khó khăn mà họ đang gặp phải trong cuộc sống, đồng thời giúp tăng cường năng lực, phát triển tiềm năng bản thân để hòa nhập cộng đồng và xã hội. Nhân viên QLC là những cán bộ được đào tạo cơ bản và chuyên sâu trong lĩnh vực CTXH. Do đó, những cán bộ thực hiện các công việc và đảm nhận nhiệm vụ trong lĩnh vực CTXH đều có thể thực hiện hoạt động QLC này. Tuy nhiên, do nhiều lý do khác nhau nên họ còn gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện QLC, đặc biệt là với đối tượng đặc thù là NTT. Những nội dung phân tích dưới đây sẽ làm rõ những khó khăn của nhân viên CTXH trong từng hoạt động QLC để từ đó có những giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động QLC và mang lại lợi ích tốt nhất cho NTT. Khảo sát sử dụng thang đo Likert từ 1 - 5 tương ứng với mức độ 1 là Rất khó khăn và mức độ 5 là Không khó khăn. Một cách tổng thể, đội ngũ nhân viên CTXH đã đánh giá về những khó khăn trong các hoạt động QLC như sau:

**Bảng 1.** Những khó khăn trong quản lý ca với người tâm thần

| Nội dung về những khó khăn khi thực hiện việc QLC với NTT | N | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|---|---|---|
| Khó khăn khi thu thập thông tin và đánh giá nhu cầu chăm sóc, trợ giúp của đối tượng. | 30 | 1.93 | .980 |
| Khó khăn khi xây dựng kế hoạch chăm sóc, trợ giúp đối tượng. | 30 | 1.93 | .785 |
| Khó khăn khi thực hiện kế hoạch chăm sóc, trợ giúp đối tượng. | 30 | 1.73 | 1.015 |
| Khó khăn khi theo dõi, rà soát và điều chỉnh kế hoạch chăm sóc, trợ giúp đối tượng. | 30 | 1.73 | .785 |
| Khó khăn khi đánh giá và kết thúc quản lý đối tượng. | 30 | 2.00 | .788 |
| Khó khăn khi ghi chép lưu trữ hồ sơ | 30 | 2.47 | .860 |
| Khó khăn khi hỗ trợ hoà nhập cộng đồng | 30 | 1.67 | .844 |

*Nguồn: Khảo sát của đề tài nghiên cứu 2023*

Thông qua số liệu nghiên cứu từ bảng 1 có thể thấy hoạt động Hòa nhập cộng đồng được đánh giá là khó khăn nhất bởi nhân viên CTXH với chỉ số mean của Hỗ trợ hòa nhập cộng đồng là 1.67. Bản thân NTT có những hạn chế về năng lực, nhận thức, vì vậy việc họ quay trở lại cộng đồng sẽ gặp nhiều khó khăn. Để NTT có thể hòa nhập được với cộng đồng, điều đầu tiên là sự đón nhận từ gia đình và địa phương. NTT khi trở về với cộng đồng dễ bị xa lánh, kỳ thị. Điều này dẫn tới họ có thể bị khủng hoảng hoặc khiến bệnh lý trở nên trầm trọng hơn. Ngoài ra, phần lớn gia đình NTT có hoàn cảnh khó khăn, không đủ khả năng và kiến thức để chăm sóc cho NTT tại gia đình nên việc NTT hòa nhập với cộng đồng rất khó khăn. NTT muốn hòa nhập được với cộng đồng thì họ cần có việc làm và thu nhập. Tuy nhiên, định kiến về NTT vẫn còn lớn trong cộng

đồng và năng lực về nhận thức cũng như hành vi của NTT còn nhiều hạn chế nên nếu được gia đình chấp nhận thì NTT cũng rất khó để hòa nhập lâu dài được với cộng đồng. *"Hiểu biết của người dân và gia đình về NTT, phương pháp chăm sóc, nuôi dưỡng, phục hồi chức năng còn nhiều hạn chế, đa số gia đình có NTT đều có hoàn cảnh khó khăn nên buông xuôi, nhốt họ ở trong nhà hoặc để đi lang thang, phó mặc cho xã hội". (phỏng vấn sâu PNT - Cán bộ CTXH)*

Hoạt động Ghi chép lưu trữ hồ sơ được đánh giá là có khả năng thực hiện tốt nhất. Tuy nhiên, ngay cả đối với hoạt động được thực hiện tốt nhất là Ghi chép lưu trữ hồ sơ thì điểm trung bình (Mean) cũng chỉ là 2.47, nghĩa là chưa được mức trung bình hay nói cách khác đối với hoạt động đó, nhân viên CTXH cũng chỉ mới thực hiện được ở mức trung bình chứ không phải là thực hiện dễ dàng hay không có khó khăn gì.

Những hoạt động khác cũng ít nhiều gặp khó khăn khác nhau như: hoạt động Thu thập thông tin và đánh giá nhu cầu chăm sóc, trợ giúp của đối tượng; Xây dựng kế hoạch chăm sóc, trợ giúp đối tượng và Đánh giá và kết thúc quản lý đối tượng đều có điểm trung bình gần bằng 2. Điều đó có nghĩa là nhân viên CTXH trong khảo sát còn gặp nhiều khó khăn khi phải thực hiện các hoạt động này. Cụ thể, đối với hoạt động thu thập thông tin, có thể thấy do đặc thù đối tượng là NTT nên các thông tin của họ có thể là thiếu hoặc đôi khi không chính xác. *"NTT do đặc điểm của họ nên lúc họ trả lời thế này, lúc họ trả lời kiểu khác nên đôi khi chúng tôi gặp nhiều khó khăn. Để chính xác thì cần phải đối chiếu với thông tin từ các nguồn khác nhau nhưng không phải đối tượng nào cũng có các nguồn thông tin khác để đối chiếu. Hơn nữa với những NTT đặc biệt nặng, không có khả năng tự chăm sóc bản thân và lang thang được đưa đến cơ sở thì chúng tôi còn không có cả thông tin về đối tượng." (phỏng vấn sâu, NVCTXH, Nam, 43 tuổi).* Việc nhân viên CTXH gặp khó khăn khi thu thập thông tin về đối tượng còn xuất phát từ vấn đề bệnh/tật của họ. Đó không chỉ là khó khăn mà đôi khi còn là nguy hiểm khi tiếp cận đối tượng để thu thập thông tin, đặc biệt là đối với những nhân viên CTXH mới vào nghề hoặc không có những kiến thức và kỹ năng cần thiết để làm việc với đối tượng.

Trong CTXH, việc đánh giá, xác định nhu cầu của đối tượng nói chung và NTT nói riêng là rất quan trọng do triết lý và giá trị của CTXH là đặt lợi ích của họ lên trên hết cũng như lấy đối tượng làm trung tâm hướng tới việc đáp ứng nhu cầu chính đáng của họ. Thông qua bảng tổng hợp trên, có thể thấy về tổng thể, việc đánh giá nhu cầu chăm sóc, trợ giúp của NTT gặp nhiều khó khăn. Trên thực tế, khác với những ngành nghề khác, trong CTXH việc đánh giá nhu cầu hay xác định vấn đề cần có sự tham gia của đối tượng hoặc người bảo hộ của đối tượng. Điều đó xuất phát từ nguyên tắc đảm bảo sự tham gia để đối tượng được nâng cao năng lực tự giải quyết vấn đề, còn nhân viên CTXH chỉ hoạt động ở khía cạnh hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để đối tượng tự giải quyết vấn đề của họ trong cuộc sống. Tuy nhiên, đây là vấn đề không đơn giản khi đặc thù đối tượng ở đây là NTT, không phải lúc nào họ cũng có sự hiểu biết để trả lời các câu hỏi liên quan tới nhu cầu của họ. Ngoài ra như phân tích ở trên, nhiều trường hợp người bảo hộ, chăm sóc hay gia đình của NTT khó tiếp cận nên cũng khó để có thể đánh giá được nhu cầu của họ.

Việc lên kế hoạch chăm sóc, trợ giúp trong CTXH là một trong những bước cực kỳ quan trọng để trợ giúp thân chủ giải quyết những vấn đề của bản thân, đây cũng là một trong những bước khó khăn nhất của CTXH nói chung và đặc biệt là với NTT. Thông qua bảng tổng hợp trên có thể nhận thấy, việc lên kế hoạch trợ giúp NTT gặp rất nhiều khó khăn. Việc lên kế hoạch thực hiện của ngành CTXH có điểm khác biệt đó chính là vận động các nguồn lực khi xã hội vẫn chưa thực sự chú trọng tới ngành nghề cũng như còn coi nhẹ với NTT. Đồng thời, xã hội còn coi việc trợ giúp NTT là điều vô ích vì họ chưa thực sự hiểu rõ về bệnh tâm thần.

Để hỗ trợ giải quyết những khó khăn trên, một trong những yếu tố quan trọng là cần phải xác định được nguyên nhân gây ra những khó khăn này. Những nguyên nhân cụ thể trong từng hoạt động sẽ được phân tích chi tiết trong các bảng dưới đây.

**Bảng 2.** Nguyên nhân của những khó khăn trong quản lý ca với người tâm thần

| Một số nguyên nhân | N | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|---|---|---|
| Hạn chế từ luật pháp, chính sách Nhà nước | 30 | 1.83 | .950 |
| Sự bất cập trong cơ chế, quy định của cơ quan | 30 | 1.97 | .964 |
| Sự lỏng lẻo trong phối hợp của các bên | 30 | 1.53 | .819 |
| Năng lực của cán bộ thực hiện nhiệm vụ hạn chế | 30 | 1.70 | .877 |
| Quy trình, biểu mẫu, thủ tục hành chính chưa rõ | 30 | 1.63 | 1.033 |
| Đặc điểm, hoàn cảnh của đối tượng phức tạp | 30 | 1.70 | 1.088 |

*Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài nghiên cứu 2023*

Thông qua bảng tổng hợp trên, có thể thấy về tổng thể, đa số các nguyên nhân dẫn đến khó khăn trong QLC với NTT đều có sự đồng ý cao của nhân viên CTXH, khi Mean của các nội dung này đều ở mức dưới 2 (dao động từ 1.53 đến 1.97).

Cụ thể "Sự phối hợp của các bên" đang là nguyên nhân tác động lớn nhất đến tiến trình QLC với NTT với Mean là 1.53. *"Tại Trung tâm, đã có sự phối hợp giữa các bên liên quan nhưng sự phối hợp còn lỏng lẻo, hình thức. Đa số do chưa có sự thống nhất, phối hợp chặt chẽ giữa Trung tâm và các bên cung cấp dịch vụ cho NTT. Các dịch vụ mới chỉ đáp ứng được về chăm sóc sức khỏe thể chất cho NTT, còn hạn chế trong chăm sóc sức khỏe tinh thần. Ngoài ra, các thông tin liên quan đến NTT, các dịch vụ hỗ trợ NTT chưa được cập nhật kịp thời, tuyên truyền sâu rộng nên việc triển khai, hỗ trợ NTT còn chậm chạp, thiếu sự liên kết và đồng bộ". (phỏng vấn sâu, nhân viên CTXH, Nữ, 37 tuổi)*. Bên cạnh đó, việc phối hợp giữa nhân viên CTXH và gia đình NTT cũng gặp không ít khó khăn. Nhiều gia đình NTT không hợp tác cung cấp thông tin, không quan tâm đến NTT gây ảnh hưởng đến tiến trình QLC. Sự kết nối giữa nhân viên CTXH với chính quyền địa phương nơi NTT sinh sống còn hạn chế, do một phần NTT tại các cơ sở BTXH là người lang thang, không xác định được danh tính, nên việc phối hợp với chính quyền địa phương gặp nhiều trở ngại.

Qua khảo sát, cũng cho thấy rằng quy trình, biểu mẫu, thủ tục hành chính là một trong số những khó khăn trong QLC với NTT với Mean là 1.63. Hiện tại, vẫn chưa có những biểu mẫu thống nhất về QLC với NTT, do đó việc ghi chép hồ sơ còn gặp nhiều khó khăn do mỗi nơi vận dụng một cách khác nhau. Việc thiết lập, quản lý hồ sơ ở một số địa phương chưa thực sự khoa học, một số hồ sơ còn thiếu thông tin, thông tin chưa đầy đủ, chưa đảm bảo theo quy định nên gây nhiều khó khăn trong quá trình triển khai công việc QLC.

**4. Kết luận**

Xuất phát từ những khó khăn đã phân tích ở trên, nhân viên CTXH có mong muốn lớn nhất là được cung cấp các biểu mẫu, hướng dẫn cụ thể và cải thiện, nâng cao chế độ hỗ trợ. Điều đó được thể hiện khi điểm trung bình của hai mong muốn này đều đạt mức 1.90.

**Bảng 3.** Giải pháp khắc phục khó khăn

| Nội dung mong muốn | N | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|---|---|---|
| Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực cho nhân viên quản lý trường hợp | 30 | 2.07 | 1.112 |
| Cung cấp biểu mẫu, hướng dẫn cụ thể | 30 | 1.90 | 1.125 |
| Cải thiện, nâng cao chế độ hỗ trợ | 30 | 1.90 | 1.185 |
| Tăng cường sự quan tâm của lãnh đạo trung tâm | 30 | 2.13 | 1.196 |
| Xây dựng cơ chế phối hợp giữa nhân viên quản lý trường hợp với các bên liên quan | 30 | 2.03 | 1.066 |
| Thiết lập mạng lưới hỗ trợ ở trung tâm và cộng đồng | 30 | 2.00 | 1.083 |

*Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài nghiên cứu 2023*

Nhân viên CTXH với mong muốn được cung cấp các biểu mẫu thực hiện tiến trình từng bước trong QLC, có văn bản hướng dẫn cụ thể để có sự đồng bộ trong việc ghi chép, quản lý, lưu trữ hồ sơ đối tượng. Có sự thống nhất, sử dụng chung các biểu mẫu giữa các cơ sở BTXH trong QLC với NTT sẽ giúp nhân viên CTXH làm việc dễ dàng, thuận tiện hơn. Việc ghi chép các thông tin được thực hiện một cách đầy đủ, chính xác, kịp thời. Đảm bảo hồ sơ đối tượng được quản lý, lưu trữ một cách khoa học, dễ tiếp cận và tìm kiếm thông tin.

Hoạt động nâng cao năng lực cũng cần được quan tâm. Trước hết, họ mong muốn được nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản lý. Để cơ sở bảo trợ xã hội có thể vận hành được tốt, cung cấp những dịch vụ tốt nhất cho thân chủ, những người quản lý phải nắm được những kỹ năng và kiến thức quản lý tổng quát. Tuy nhiên, trong lĩnh vực chăm sóc NTT - đối tượng đặc biệt trong nhóm người yếu thế, nhà quản lý cần nắm vững những kiến thức về sức khỏe tâm thần và CTXH. Vì vậy, các nhà quản lý trong lĩnh vực này cần được nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn về CTXH và sức khỏe tâm thần. Đây là những yếu tố có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả của hoạt động quản lý nói chung và hoạt động cung cấp dịch vụ CTXH đối với NTT nói riêng. Tiếp đến là mong muốn được nâng cao năng lực và hỗ trợ nhân viên CTXH thực hiện việc QLC với NTT. CTXH là một hoạt động chuyên nghiệp, ở đó nhân viên CTXH cung cấp các dịch vụ xã hội và tham gia vào tiến trình trợ giúp để hỗ trợ thân chủ tiếp cận được các dịch vụ cần thiết, đảm bảo nhu cầu và đảm bảo an sinh xã hội. Để có thể thực hiện các hoạt động cung cấp dịch vụ CTXH, trong thực tiễn nhân viên CTXH đòi hỏi phải có kiến thức về hành vi con người, về sự phát triển của con người, về các vấn đề xã hội, kinh tế, văn hóa và sự tương tác giữa chúng với nhau. Nhân viên CTXH phải được đào tạo

và trang bị các kiến thức và kỹ năng CTXH, có nhiệm vụ trợ giúp thân chủ nâng cao khả năng giải quyết và đối phó với vấn đề trong cuộc sống; tạo cơ hội để thân chủ tiếp cận được nguồn lực cần thiết; thúc đẩy sự tương tác giữa các cá nhân, giữa cá nhân với môi trường tạo ảnh hưởng tới chính sách xã hội, các cơ quan, tổ chức vì lợi ích của cá nhân, gia đình, nhóm và cộng đồng. Đặc biệt, đối với nhân viên CTXH trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tâm thần, cần trang bị cho họ những kiến thức cơ bản về sức khỏe tâm thần, về sang chấn tâm lý, stress sau sang chấn, trầm cảm…, để họ hiểu rõ hơn về đối tượng, từ đó có những hoạt động và cách ứng xử phù hợp hơn, hiệu quả hơn trong quá trình cung cấp dịch vụ CTXH cho thân chủ là NTT; đồng thời cũng cần đào tạo cho nhân viên CTXH làm việc với NTT một số kỹ thuật và phương pháp để có thể can thiệp sớm nhằm thực hiện tốt khâu phòng ngừa, hạn chế gia tăng số người bệnh tâm thần.

Qua kết quả khảo sát nghiên cứu cũng cho thấy nhân viên CTXH mong muốn được cải thiện, nâng cao chế độ hỗ trợ. Những năm gần đây, Đảng và Nhà nước ta đặc biệt quan tâm đến các chính sách, chế độ đãi ngộ cho NTT và cán bộ làm việc trong các cơ sở BTXH trợ giúp NTT. Tuy nhiên, hệ thống chính sách, chế độ hỗ trợ chưa được triển khai một cách đồng bộ, kịp thời, chưa đáp ứng đủ nhu cầu, nguyện vọng của NTT và đội ngũ cán bộ làm CTXH. *"Cần sửa đổi, bổ sung hệ thống luật pháp, chính sách dành cho NTT phù hợp với tình hình thực tế. Hơn nữa, cần đảm bảo nguồn kinh phí hỗ trợ cho các cơ sở BTXH thực hiện chăm sóc, nuôi dưỡng NTT. Cải thiện, nâng cao chế độ đãi ngộ cho đội ngũ cán bộ, nhân viên CTXH để thu hút nguồn lực, tạo môi trường làm việc lý tưởng, để đội ngũ cán bộ, nhân viên cống hiến, làm việc hiệu quả hơn". (phỏng vấn sâu, nhân viên CTXH, Nam, 40 tuổi).*

Như vậy, có thể thấy các hoạt động QLC với NTT đã được triển khai ở nhiều mức độ khác nhau tuy nhiên nhân viên CTXH còn gặp phải nhiều khó khăn trong việc thực hiện các hoạt động này. Những khó khăn đó xuất phát từ những thiếu hụt về chính sách, năng lực chuyên môn còn hạn chế, thiếu các quy trình, hướng dẫn cụ thể và cả do đặc thù đối tượng trợ giúp là NTT nên nhân viên CTXH cũng gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện hoạt động QLC. Nguyên nhân chủ yếu của những khó khăn trên là do sự phối hợp của các bên liên quan còn chưa chặt chẽ cũng như luật pháp, chính sách còn thiếu hụt khiến việc thực hiện các hoạt động trên còn chưa đạt được như mong muốn. Để khắc phục những khó khăn trên, cần thiết phải thực hiện các giải pháp như xây dựng các bộ công cụ chuyên môn trong QLC để hỗ trợ nhân viên CTXH thực hiện tốt việc QLC hơn. Ngoài ra, do đây cũng là lĩnh vực mới và nhiều cán bộ còn chưa được đào tạo chuyên sâu trong lĩnh vực này nên họ rất cần được nâng cao năng lực cũng như mong muốn được hỗ trợ về chính sách trong công việc. Các giải pháp này cần được thực hiện một cách đồng bộ và toàn diện để có thể giúp đội ngũ nhân viên CTXH khắc phục các khó khăn, từ đó nâng cao hiệu quả trong các hoạt động QLC và mang lại lợi ích tốt nhất cho NTT và gia đình họ.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Báo điện tử Chính phủ.(2022). Chuẩn hóa đội ngũ người làm CTXH. *Hội thảo quốc gia về dự thảo về nghị định CTXH.*

Báo, N. T. (2009). *Hoàn thiện luật pháp về quyền của người khuyết tật ở Việt Nam hiện nay. Luận án tiến sĩ Học viện Chính trị quốc gia.*

Bộ Y tế. (2021). *Hội thảo xây dựng Kế hoạch quốc gia phòng, chống bệnh không lây nhiễm và các rối loạn sức khỏe tâm thần giai đoạn 2021-2025.*

Chính phủ. (2015). *Quyết định 1215/2011 về Trợ giúp xã hội và phục hồi chức năng cho bệnh tâm thần và người rối nhiễu tâm trí dựa vào cộng đồng.*

Công, L. V. (2020). *Một số khó khăn và vai trò của nhân viên CTXH trong việc hỗ trợ lao động nhập cư tiếp cận dịch vụ y tế tại làng Eahdil, tỉnh Đắk Lăk.*

Cục Bảo trợ xã hội. (2013). *Tài liệu hướng dẫn thực hành quản lý trường hợp với các nhóm yếu thế.* NXB Lao động - Xã hội.

Cục Bảo trợ xã hội. (2015). *Báo cáo kết quản thực hiện điều tra, rà soát nhu cầu đào tạo của cán bộ, viên chức, nhân viên và cộng tác viên CTXH năm 2010 của toàn quốc.*

Hải, N. T. (2019). *Phát triển dịch vụ xã hội cho trẻ mắc bệnh tâm thần.* Đề tài cấp Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội.

Hải, N.T. (2021). *Một số khó khăn ảnh hưởng tới hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên CTXH.*

Hội các trường đào tạo CTXH Việt Nam. (2017). *Báo cáo hoạt động Xây dựng cơ sở dữ liệu các trường đào tạo ngành CTXH tại Việt Nam.* Hiệp hội Giáo dục nghề nghiệp và Nghề CTXH Việt Nam.

Hội thảo khoa học. (2018). *CTXH: Nhu cầu nhân lực và vấn đề đào tạo CTXH.* Thành phố Hồ Chí Minh.

Hường, T.T.M. (2015). *Giáo trình tham vấn cơ bản trong chăm sóc sức khỏe tâm thần.* NXB Lao động - Xã hội

Khanh, B.T. & Sĩ, P.T. (2019). *Đánh giá hiện trạng hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần các tỉnh, thành phố phía Nam, đề xuất một số giải pháp.*

Lan, N.T. T. & Hương, N.T.T. (2018). *Đào tạo thực hành CTXH: Thực trạng, thách thức và những gợi mở từ kinh nghiệm quốc tế.* Hội thảo quốc tế về Đào tạo thực hành CTXH. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội.

Phúc, N. S. (2013). *Giáo trình đại cương chăm sóc sức khỏe tâm thần.* NXB Lao động - Xã hội

# MÔ HÌNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN CỦA SINH VIÊN

**Vũ Yến Ngọc**
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
vyn.forwork@gmail.com
**Vũ Ngọc Khánh**
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
vungockhanhcv@gmail.com
**Nguyễn Anh Dũng**
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
anhdung.py.03@gmail.com
**Hà Quang Phú**
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
phuhq.work@gmail.com
**Nguyễn Thùy Linh**
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
linh2k3ttpt@gmail.com

**Tóm tắt: Trong bối cảnh sự bùng nổ của khoa học công nghệ và trí tuệ nhân tạo, thị trường lao động đang trải qua cuộc cách mạng, khiến việc tìm kiếm và giữ chân công việc trở nên khó khăn hơn. Sinh viên Việt Nam ngày càng nhận thức rõ rằng xây dựng thương hiệu cá nhân có chiến lược là yếu tố quyết định để nổi bật và thành công trong môi trường lao động đầy cạnh tranh. Mục tiêu của nghiên cứu này là phát triển một mô hình mà mỗi bạn sinh viên Việt Nam có thể áp dụng để phát triển thương hiệu cá nhân của bản thân, nhờ đó họ có thể gia tăng cơ hội có việc làm của bản thân trên thị trường lao động hiện nay. Nghiên cứu này đã áp dụng phương pháp định tính thông qua phỏng vấn sâu với 13 sinh viên và người đã đi làm tại Hà Nội, những người đã và đang tích cực xây dựng thương hiệu cá nhân của mình. Dựa trên những phản hồi từ phỏng vấn, mô hình được đề xuất gồm năm bước chính: (1) Thấu hiểu thương hiệu cá nhân sẵn có của bản thân; (2) Xác định thương hiệu cá nhân cần phát triển; (3) Chiến lược hóa thương hiệu; (4) Phát triển thương hiệu; (5) Đánh giá sự phù hợp của thương hiệu và Phương hướng cho thương hiệu trong tương lai. Mô hình này không chỉ cung cấp một khung lý thuyết mạnh mẽ mà còn là công cụ hữu ích giúp sinh viên Việt Nam định hình và phát triển thương hiệu cá nhân của mình một cách hiệu quả và linh hoạt, giúp họ tăng cơ hội thành công trên thị trường lao động hiện nay.**

***Từ khóa:*** *Xây dựng thương hiệu cá nhân, Chiến lược, Quy trình, Sự chuyên nghiệp, Sự nhất quán*

## PERSONAL BRANDING MODEL FOR STUDENTS

***Abstract:*** *In the context of the explosive growth in science and technology, particularly artificial intelligence, the labor market is undergoing a revolution, making job searching and retention increasingly challenging. Vietnamese students are becoming increasingly aware that strategically building a personal*

*brand is crucial to standing out and succeeding in this competitive labor environment. The objective of this research is to develop a model that Vietnamese students can apply to develop their personal brands, thereby enhancing their job opportunities in today's labor market. This study employed a qualitative approach through in-depth interviews with 13 students and working professionals in Hanoi who are actively building their personal brands. Based on the feedback from these interviews, a model comprising five main steps was proposed: (1) Understanding one's existing personal brand; (2) Identifying the personal brand to be developed; (3) Brand strategizing; (4) Brand development; (5) Evaluating brand fit and planning for the brand's future. This model not only provides a robust theoretical framework but also serves as a practical tool to help Vietnamese students shape and develop their personal brands effectively and flexibly, thereby increasing their chances of success in the current labor market.*

***Keywords:*** *personal branding, strategy, process, professional career, consistency*

**Mã bài báo:** JHS - 166 **Ngày nhận bài:** 10/11/2023 **Ngày nhận phản biện:** 25/11/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 18/12/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Đặt vấn đề**

Xây dựng thương hiệu cá nhân là một khái niệm tiếp thị mới liên quan đến các chiến lược tiếp thị mà một người áp dụng nhằm quảng bá bản thân trên thị trường (Khedher & Manel, 2014). Kể từ cuối những năm 1990, xây dựng thương hiệu cá nhân ngày càng trở nên phổ biến qua các cuốn sách, trang web và dịch vụ tư vấn về phát triển bản thân. Nhưng trong những năm gần đây, khái niệm này lại trở nên rầm rộ hơn qua những video ngắn trên Tiktok, Facebook, Youtube. Cùng với sự phát triển của công nghệ 4.0 cũng như sự lên ngôi của các mạng xã hội, đối tượng xây dựng thương hiệu cá nhân cũng dần được trẻ hóa, tập trung chủ yếu vào sinh viên và các chuyên gia trẻ. Ở Việt Nam, trong một xã hội bị chi phối bởi môi trường cạnh tranh, sinh viên cần được đáp ứng nhu cầu tạo dựng danh tiếng tốt và quản lý việc thể hiện bản thân, cả trong lĩnh vực học thuật và thị trường chuyên nghiệp. Bắt đầu nhận thức được sự cần thiết của việc hiểu rõ hơn về bản thân và chỉ ra các mục tiêu phát triển bản thân càng sớm càng tốt, họ sẽ đảm bảo một lộ trình nghề nghiệp hoàn thiện rõ ràng hơn. Trong bối cảnh này, thời điểm thích hợp nhất trong cuộc đời của một thanh niên để nghĩ về chiến lược, quy trình xây dựng thương hiệu cá nhân là trong quá trình học tập (Rangarajan & Vandaveer, 2017). Mặt khác, văn hóa Việt Nam còn bị ảnh hưởng nhiều bởi văn hóa phương Đông và đạo Khổng Tử. Đạo Khổng Tử đề cao lòng trung hiếu và ý thức xã hội, coi trọng nhân tâm, lòng nhân ái và sự công bằng. Trong khi đó, văn hóa phương Đông coi trọng sự kỳ vọng từ gia đình, xã hội và đề cao lòng khiêm tốn. Điều đó khiến cho khi xây dựng thương hiệu cá nhân, người Việt Nam đặt lên cao giá trị nhân văn và đóng góp tích cực cho cộng đồng, đồng thời họ không dám thể hiện những nét nổi bật ra bên ngoài, không dám khoe thành tích, họ sợ bị bàn tán, lời ra tiếng vào, sợ mang tai tiếng... Chính vì vậy, việc giúp người Việt Nam xây dựng thương hiệu cá nhân đúng hướng, đúng cách là điều vô cùng quan trọng.

Mặc dù có sự tăng trưởng mạnh mẽ về sự quan tâm đến xây dựng thương hiệu cá nhân, các nghiên cứu trước đây về đề tài này vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn các nghiên cứu chỉ tập trung chủ yếu ở Hoa Kỳ, các nước Châu Âu như Anh, Pháp, Thụy Điển và ở Châu Á như Trung Quốc - nơi mà có nền kinh tế phát triển và người dân quan tâm đến thương hiệu của họ, còn ở Việt Nam hiện nay chưa có một nghiên cứu cụ thể nào về xây dựng thương hiệu cá nhân. Cụ thể, theo Philbrick và Cleveland (2015), quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân mang tính nội tâm sâu sắc và sẽ mất thời gian, công sức để hoàn thành gồm 6 bước: (1) hiểu bản thân, (2) hiểu thương hiệu có thể đã tồn tại, (3) phát triển câu thần chú thương hiệu cá nhân của bạn, (4) tạo ra dấu ấn vật lý của bạn, (5) tạo dấu ấn kỹ thuật số của bạn và (6) truyền đạt thông điệp của bạn. Tuy nhiên, Khedher (2014) cho rằng, thương hiệu cá nhân là quá trình thiết lập bản sắc cá nhân độc đáo, phát triển hoạt động truyền thông tích cực về bản sắc thương hiệu của một người đến một thị trường mục tiêu cụ thể và đánh giá tác động của nó đối với hình ảnh và danh tiếng của một người, đồng thời để hoàn thành các mục tiêu cá nhân và nghề nghiệp. Quá trình này bao gồm ba giai đoạn. Giai đoạn đầu

tiên là thiết lập bộ nhận diện thương hiệu, giai đoạn thứ hai là phát triển định vị thương hiệu và giai đoạn thứ ba là đánh giá hình ảnh của thương hiệu. Như vậy, các nghiên cứu này chỉ tập trung vào việc xác định và phát triển thương hiệu, bỏ qua việc đánh giá lại và cập nhật thương hiệu theo thời gian. Các mô hình và quy trình đề xuất trong các nghiên cứu này thường không đầy đủ và không cung cấp những hướng dẫn cụ thể để áp dụng trong thực tế.

Việc thiếu hụt một quy trình và chiến lược xây dựng thương hiệu cá nhân đầy đủ và linh hoạt đã khiến cho việc áp dụng những nguyên tắc này trở nên khó khăn, đặc biệt là khi cần phải tích hợp các giá trị văn hóa đặc trưng của Việt Nam. Việc này đòi hỏi sự hiểu biết sâu rộng về nền văn hóa và tâm lý của người Việt Nam mới có thể xây dựng một thương hiệu cá nhân đúng đắn, phù hợp và hiệu quả. Để giải quyết những hạn chế này và cung cấp một hướng dẫn thực sự hữu ích cho việc xây dựng thương hiệu cá nhân, việc nghiên cứu và phát triển một quy trình xây dựng thương hiệu cá nhân đầy đủ và cụ thể là cần thiết, đặc biệt là đối với đối tượng là sinh viên Việt Nam.

## 2. Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

### *2.1. Các khái niệm liên quan*

*2.1.1. Personal brand - thương hiệu cá nhân*

Trước khi những tìm hiểu xoay quanh *"xây dựng thương hiệu cá nhân" - "personal branding"* xuất hiện lần đầu tiên trong cuốn sách "A Brand Called You" của cố tác giả Peters xuất bản năm 1997, cụm từ *"thương hiệu cá nhân" - "personal brand"* thường chỉ được sử dụng khi người ta muốn nhắc đến hình ảnh của người nổi tiếng hay nhà quản lý, lãnh đạo cấp cao (Zidar, 2015). Thế nhưng, với sự phát triển của nền kinh tế tri thức, thị trường lao động cũng trở nên khắt khe hơn, những người lao động nếu muốn có nâng cao cạnh tranh và nổi bật hơn trong thị trường lao động, họ cần định hình một lộ trình phát triển của riêng họ ngay từ khi bắt đầu, cũng như ở mọi giai đoạn của sự nghiệp. Chính vì vậy, mọi người cần nhận thức được tầm quan trọng của việc xây dựng hình ảnh bản thân trở nên rõ ràng, dễ được nhận biết và được công nhận (Figurska, 2016).

Bên cạnh đó, Kaputa (2010) nhấn mạnh tầm quan trọng của đánh giá khách quan về một thương hiệu cá nhân, theo đó, tác giả chỉ ra rằng "để thành công, bạn phải tạo ấn tượng tốt với người khác. Bởi bạn không thể thành công một cách tự lực, mà chính người khác mới là người giúp bạn trở nên thành công".

Những khái niệm về *"thương hiệu cá nhân"* cũng ra đời vì lẽ đó: Thương hiệu cá nhân là sự tổng hợp của tất cả những kỳ vọng, hình ảnh và nhận thức mà nó tạo ra trong tâm trí người khác khi họ nhìn thấy hoặc nghe thấy tên bạn. (Rampersad, 2008b: 34). Song, Holloway (2013) cho rằng thương hiệu cá nhân bao gồm giá trị, động lực, danh tiếng, hành vi, kỹ năng và hình ảnh; về cơ bản mọi thứ chúng ta làm đều ảnh hưởng Zidar (2015) định nghĩa thương hiệu cá nhân là một "tôi" khác của bản thân, được xây dựng nhằm mục đích tác động đến cách người khác nhìn nhận về hình ảnh bản thân và biến nhận thức đó thành cơ hội. Thương hiệu cá nhân phải phản ánh đúng giá trị và tầm nhìn thương hiệu cá nhân của bản thân người xây dựng, từ đó nó có thể trụ vững, nhất quán và phù hợp về mặt dài hạn.

Nhìn chung, mỗi người cần phải biết được bản thân đã là một thương hiệu, dù có xây dựng nó một cách không có kế hoạch đi chăng nữa (Snodgrass, 2004). Việc chúng ta cần làm là xây dựng thương hiệu sẵn có ấy một cách có chiến lược, nhất quán và hiệu quả nhất (Rampersad, 2008b: 34). Thương hiệu cá nhân tốt giúp chúng ta nổi bật hơn, chủ động điều hướng góc nhìn của người khác về chúng ta, tạo ra danh vọng cần thiết cho lộ trình phát triển sự nghiệp và phát triển sự độc đáo của chúng ta (Figurska, 2016).

Ở bài nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ tiếp cận về chủ đề "thương hiệu cá nhân" là một hình ảnh khác của bản thân được xây dựng với mục đích tìm kiếm cơ hội từ nó (Zidar, 2015) và đảm bảo ba thuộc tính: tính hoàn thiện, tính rõ ràng và tính độc đáo. (Zabojnik, 2018).

*Thương hiệu cá nhân sẵn có:*

Đây là một khái niệm mới mẻ, lần đầu được đề cập bởi Rampersad (2008), theo đó tác giả chỉ ra "bên trong mỗi người chúng ta đều đã tồn tại một thương hiệu mà chúng ta có thể chưa nhận ra, nó có hiện hữu nhưng được chú ý đến". Thương hiệu sẵn có có thể được hiểu theo hai phương diện (1) thương hiệu đã tồn tại mà một người không nhận thức được, song thương hiệu sẵn còn có thể là (2) thương hiệu nghề nghiệp của họ (Philbrick & Cleveland, 2015).

Theo cách tiếp cận của nhóm nghiên cứu, *thương hiệu sẵn có* được hiểu theo hướng sau: thương hiệu cá nhân mà mỗi người đều sở hữu một cách vô thức. Thương hiệu đó đã tồn tại một cách vô thức bên trong mối quan hệ xã hội của mỗi cá nhân hoặc được xây

dựng bởi các yếu tố khách quan khác theo một mục đích cụ thể. Nó là một thương hiệu độc nhất mà bạn thể hiện cho mọi người xung quanh thông qua đời sống hằng ngày. Gần đây, theo nghiên cứu của Jenna Jacobson (2020) cũng đã chỉ ra mỗi người đều có thương hiệu riêng. Song, người ta có thể không nhận ra, thừa nhận, đón nhận hoặc quản lý thương hiệu đó, nhưng nó chắc chắn vẫn đang tồn tại. Điều này càng củng cố mong muốn khai thác vào khoảng trống nghiên cứu này, từ đó đề xuất một mô hình giúp các bạn sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân một cách chiến lược dựa trên thương hiệu sẵn có.

*2.1.2. Personal branding - xây dựng thương hiệu cá nhân*

Theo Arruda (2003), xây dựng thương hiệu cá nhân là quá trình truyền đạt rõ những giá trị có thể dễ dàng phân biệt được của bạn với thế giới bên ngoài. Quá trình xây dựng thương hiệu xuất phát từ việc hiểu rõ những đặc tính độc đáo cá nhân – "tầm nhìn thương hiệu cá nhân", bao gồm: điểm mạnh, kỹ năng, giá trị và niềm đam mê và phải tuân theo ba giai đoạn chính: khai thác, thể hiện và chứng minh.

Shuker (2010) đã phát triển thêm, ông cho rằng xây dựng thương hiệu cá nhân là một nghệ thuật, bao gồm quản lý sự ấn tượng và thực hành chiến lược nhằm mục đích tạo ra một ấn tượng mong muốn được ảnh hưởng bởi những người khác bên ngoài, dẫn đến sự hình thành một trao đổi quan hệ xã hội.

Sự phát triển của công nghệ 4.0 dẫn đến sự bùng nổ trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân thông qua các nền tảng trực tuyến như ảnh hồ sơ LinkedIn (van der Land và cộng sự, 2016), hồ sơ Facebook (Labrecque và cộng sự, 2011), ảnh Instagram (Geurin -Eagleman và Burch, 2016), kênh YouTube (Chen, 2013) và hoạt động Twitter (Brems và cộng sự, 2017). Việc sử dụng hình ảnh và các văn bản hồ sơ đã khiến cho thương hiệu cá nhân hữu hình và thực tế hơn (Pagis and Ailon, 2017).

Bài nghiên cứu của chúng tôi tập trung chủ yếu vào nhóm các bạn sinh viên, người đi làm hiện đang học tập, làm việc tại Thành phố Hà Nội quen thuộc với việc sử dụng nền tảng xã hội trực tuyến. Vì vậy, hầu hết khi được hỏi về khái niệm xây dựng thương hiệu cá nhân, nhóm tác giả đều ghi nhận được 2 yếu tố chung "riêng thuộc về bản thân được mọi người biết đến" và "cuộc sống hằng ngày và mạng xã hội". Từ đó, nhóm tác giả khái quát khái niệm như sau: "Xây dựng thương hiệu cá nhân là quá trình xây dựng và thể hiện những cá tính, phong cách, đặc điểm riêng của bản thân được mọi người biết đến qua cuộc sống hằng ngày và trên mạng xã hội".

***2.2. Cơ sở lý luận***

Lý thuyết của Keller về hình ảnh thương hiệu

Theo Keller (1993) các liên kết thương hiệu chính là hình ảnh thương hiệu (brand image) trong tâm trí của khách hàng. Hình ảnh của một thương hiệu là một tập hợp các liên kết tới thương hiệu đó trong tâm trí của khách hàng. Các liên kết thương hiệu được nghiên cứu theo bốn khía cạnh: (1) Kiểu liên kết thương hiệu; (2) Mức độ ưa thích đối với liên kết thương hiệu; (3) Độ mạnh của liên kết thương hiệu; (4) Tính độc đáo của của liên kết thương hiệu. Có ba kiểu liên kết thương hiệu là: liên kết về thuộc tính; liên kết về lợi ích và liên kết về thái độ. Theo lý thuyết này, hình ảnh thương hiệu không chỉ phản ánh các đặc điểm cụ thể của thương hiệu mà còn bao gồm cả cảm xúc, giá trị và kỳ vọng mà thương hiệu mang lại cho khách hàng. Hình ảnh thương hiệu được xây dựng qua việc tạo lập các điểm nhấn tích cực, nổi bật và độc đáo, từ đó tạo ra một ấn tượng sâu sắc và đặc biệt trong tâm trí của người tiêu dùng. Mục đích cuối cùng của định vị thương hiệu là tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững hay đặc điểm bán hàng độc đáo mang lại cho khách hàng lý do mua một thương hiệu. Những điểm khác biệt này có thể được truyền thông công khai thông qua sự so sánh trực tiếp với đối thủ cạnh tranh hoặc có thể được ngầm nhấn mạnh mà không cần tạo liên tưởng cạnh tranh.

Lý thuyết của Keller (1993) về mô hình giá trị thương hiệu cung cấp một cơ sở lý thuyết vững chắc cho bài nghiên cứu. Dù Keller tập trung vào mô hình thương hiệu từ góc độ của doanh nghiệp và người tiêu dùng cá nhân, nhưng các nguyên tắc cơ bản của ông có thể được áp dụng một cách linh hoạt vào việc xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên. Một điểm mạnh của lý thuyết của Keller là việc nhấn mạnh vào tầm quan trọng của việc xây dựng và duy trì giá trị thương hiệu trong tâm trí của khách hàng. Trong bối cảnh của bài nghiên cứu, việc này có thể dịch chuyển sang việc sinh viên phải xác định và xây dựng một hình ảnh cá nhân mạnh mẽ và đáng tin cậy, để nổi bật trong cộng đồng học thuật và nghề nghiệp. Lý thuyết của Keller cũng đề cập đến việc tạo ra các liên kết tích cực trong tâm trí của khách hàng thông qua việc liên kết

thương hiệu với các giá trị và cảm xúc tích cực. Việc sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân của họ cũng liên quan đến việc tạo ra ấn tượng tích cực, kết nối với những giá trị và mục tiêu cá nhân cũng như mục tiêu nghề nghiệp của họ. Hơn nữa, lý thuyết của Keller về mô hình giá trị thương hiệu cũng tập trung vào quá trình tạo ra sự khác biệt trong lòng khách hàng, điều này cũng rất phù hợp với mục tiêu của việc xây dựng thương hiệu cá nhân. Sinh viên cần phát triển và thể hiện những đặc điểm riêng biệt và độc đáo của họ để thu hút sự chú ý và tạo ra ấn tượng tích cực trong cộng đồng học thuật và doanh nghiệp.

Áp dụng Lý thuyết của Keller vào đề tài xây dựng thương hiệu cá nhân, chúng ta có thể nhận thấy một số điểm quan trọng. Đầu tiên, việc hiểu rõ bản thân và định hình các giá trị, tầm nhìn và sứ mệnh cá nhân là yếu tố quan trọng để xác định hình ảnh thương hiệu cá nhân. Thứ hai, việc phát triển một thông điệp thương hiệu cá nhân sáng tạo và độc đáo sẽ giúp tạo nên một ấn tượng tích cực trong lòng người xem và người tiếp nhận thông điệp. Mặt khác, việc đánh giá lại và cập nhật thương hiệu cá nhân cũng rất quan trọng để đảm bảo rằng hình ảnh thương hiệu vẫn phù hợp và thực sự đại diện cho bản thân cá nhân trong quá trình phát triển. Điều này đặc biệt cần thiết trong bối cảnh công nghệ và môi trường xã hội thay đổi liên tục, yêu cầu cá nhân phải linh hoạt và đáp ứng nhanh chóng để không bị lạc hậu và mất đi giá trị của mình.

***2.3. Tổng quan nghiên cứu về xây dựng thương hiệu cá nhân***

Tới thời điểm hiện tại, đã có nhiều đề xuất các phương pháp xây dựng thương hiệu cá nhân, tuy có khác nhau một số điểm về cách tiếp cận. Sự khác biệt chủ yếu phụ thuộc vào các nhóm đối tượng mục tiêu cũng như ngành nghề riêng biệt.

Tiếp cận theo hướng khái niệm "tiếp thị" (marketing) truyền thống, Rampersad (2008) đề cập một mô hình 4 giai đoạn xây dựng thương hiệu cá nhân mang tính "xác thực" (authentic) mạnh mẽ. Bao gồm: (1) Xác định và hình thành đam mê bản thân; (2) Xác định và hình thành thương hiệu cá nhân của bạn; (3) Xây dựng "bảng điểm cân bằng cá nhân" (personal balanced scorecard); (4) Thực hiện và nuôi dưỡng đam mê, thương hiệu cá nhân và bảng điểm cân bằng cá nhân. Philbrick & Cleveland (2015) khi nghiên cứu trong lĩnh vực công nghệ thông tin và thư viện đã chỉ ra 6 bước khi bắt đầu bước vào con đường xây dựng thương hiệu cá nhân để đi đến thành công trong sự nghiệp: (1) Hãy nhìn sâu vào nội tâm; (2) Hiểu rằng thương hiệu có thể đã tồn tại; (3) Phát triển câu thần chú của bạn; (4) Tạo ra dấu ấn vật lý của bạn; (5) Tạo ra dấu ấn kỹ thuật số; (6) Truyền đạt thông điệp của bạn với mọi người. Bên cạnh đó, vẫn còn nhiều đề xuất của các tác giả, nhóm tác giả khác: N. Patel & A. Agius chia giai đoạn trong quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân thành 5 bước; Roffer (2002) quan niệm: *"Nếu bạn không tự quảng bá bản thân, người khác sẽ làm"* và đề xuất 8 bước xây dựng thương hiệu cá nhân cho phụ nữ...

**3. Phương pháp nghiên cứu**

***3.1. Thu thập dữ liệu***

Để thực hiện bài nghiên cứu định tính này, nhóm tác giả đã chọn phương pháp phỏng vấn sâu bán cấu trúc vì đây là phương pháp phù hợp nhất để khám phá quan điểm và suy nghĩ của các đối tượng nghiên cứu. Đối với phương pháp này, nhóm tác giả đã đưa ra những câu hỏi mở không xác định câu trả lời trước và khai thác sâu hơn quan điểm và suy nghĩ của mọi người. Những câu hỏi có lựa chọn xác định trước không có ý nghĩa trong kết quả nghiên cứu (Doughlas, 1985).

Về việc chọn đối tượng phỏng vấn, nhóm tác giả đã chọn những đối tượng có nền tảng tốt về việc xây dựng thương hiệu cá nhân. Các đối tượng đều đã và đang trong quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân được thể hiện qua các trang mạng xã hội cùng với sự giới thiệu của những người xung quanh như sinh viên, giảng viên. Bên cạnh đó, nhóm tác giả chọn đối tượng phỏng vấn là những người đã từng tiếp xúc hoặc có mối quan hệ với người phỏng vấn để tránh tình trạng người được phỏng vấn "kiệm lời" hoặc có hành vi không muốn chia sẻ quá sâu. Tổng cộng, nhóm đã phỏng vấn 13 người, được thể hiện dưới bảng 1, trong đó chiếm số lượng lớn là các bạn sinh viên trong độ tuổi 20-23 ở nhiều trường đại học trong khu vực Thành phố Hà Nội, chỉ có 1 đối tượng phỏng vấn là có độ tuổi cao hơn hẳn giúp cho nghiên cứu có 1 góc nhìn khách quan hơn về chủ đề xây dựng thương hiệu cá nhân ở sinh viên.

**Bảng 1.** Các đối tượng phỏng vấn

| STT | Tên đối tượng (đã được mã hóa) | Họ và tên đệm | Giới tính | Độ tuổi | Trường Đại học đang theo học/Nơi làm việc | Lĩnh vực của thương hiệu cá nhân | Thời gian xây dựng thương hiệu cá nhân |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | A | Phí T. K. | Nam | 20 | Đại học Kiến trúc Hà Nội | Thiết kế kiến trúc | 2 năm |
| **2** | B | Nguyễn T. K. | Nữ | 20 | Đại học Thương mại | Nhà sáng tạo nội dung | 1 năm |
| **3** | C | Hoàng T. | Nam | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Tài chính ngân hàng | 1 năm và 6 tháng |
| **4** | D | Nguyễn T. T. | Nữ | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Marketing | 1 năm |
| **5** | E | Nguyễn T. | Nam | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Thời trang | 2 năm và 3 tháng |
| **6** | F | Nguyễn T. D | Nữ | 20 | Học viện Ngân hàng | Người dẫn chương trình | 3 năm |
| **7** | G | Nguyễn T. P | Nữ | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Tổ chức hoạt động ngoại khóa | 1 năm và 6 tháng |
| **8** | H | Phạm T. C | Nữ | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Người dẫn chương trình | 1 năm và 3 tháng |
| **9** | J | Chu T. M. C | Nữ | 20 | Đại học FPT | Người dẫn chương trình và người mẫu thời trang | 1 năm |
| **10** | K | Chu N. K. | Nữ | 22 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Nhà sáng tạo nội dung | 2 năm và 4 tháng |
| **11** | L | Nguyễn A. | Nữ | 20 | Đại học Kinh tế Quốc dân | Kinh doanh quốc tế và kinh tế quốc tế | Không có câu trả lời |
| **12** | M | Lương M. T. | Nam | 35 | Bee Art Group | Thiết kế đồ họa và marketing | Không có câu trả lời |
| **13** | N | Lê T. H. T. | Nữ | 23 | Viettel Construction Joint Stock Corporation | Tổ chức hoạt động ngoại khóa | Trên 5 năm |

*Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả*

Nghiên cứu quan sát sẽ được tiến hành đồng thời với phương pháp hỗ trợ là phỏng vấn sâu. Các phỏng vấn được thực hiện trực tiếp và nhóm tác giả đánh giá sự thực tế của câu trả lời thông qua việc nắm bắt hành động và sự trôi chảy trong câu trả lời của đối phương. Những câu trả lời kèm theo biểu hiện lạ nhóm tác giả đã xoáy sâu vào vấn đề để bóc tách ý nghĩa của câu trả lời đó hoặc xác thực câu trả lời. Cách nhóm tác giả sử dụng có thể kể đến như: "Bạn có thể giải thích thêm.."; "Bạn có thể kể một vài ví dụ về việc…" v.v… Từ những câu hỏi đó, nhóm tác giả tiếp tục quan sát hành vi và nét mặt của đối tượng phỏng vấn để xác định tính chân thực trong câu trả lời. Ngoài cách phỏng vấn hỏi để nhận lại một câu trả lời trực tiếp, nhóm tác giả đưa ra ý kiến trái chiều hoặc gợi mở vấn đề để kích thích đối tượng thể hiện quan điểm của họ chứ không áp đặt câu trả lời hoặc tranh luận đúng sai với đối tượng phỏng vấn. Nhóm nghiên cứu cũng tránh thể hiện quan điểm cá nhân quá nhiều để kết quả phỏng vấn thu về mang tính khách quan nhất có thể.

Các cuộc phỏng vấn đều được ghi âm lại với sự cho phép từ đối tượng phỏng vấn. Các thông tin được người phỏng vấn ghi ghép lại trong suốt cuộc phỏng vấn. Sau đó, một thành viên khác sẽ đối chiếu bản ghi chép và bản ghi âm giúp không bỏ sót thông tin. Nhóm nghiên cứu hoàn toàn cam kết thông tin thu thập sẽ được bảo mật và hoàn toàn cho mục đích nghiên cứu.

***3.2. Xử lý dữ liệu***

Đối với bài nghiên cứu của nhóm, chúng tôi sử dụng kỹ thuật mã hóa đơn giản dựa vào các kỹ thuật về xây dựng lý thuyết của Glaser and Strauss (Glaser & Strauss, 1967, Strauss, 1987). Dữ liệu được phân tích qua các 4 bước sau: *(1)Mã hóa dữ liệu; (2)Tạo các mã bậc 1, (3) Phát triển các mã bậc 2, (4)Rút ra quy luật*. Bước đầu, thông tin từ các cuộc phỏng vấn được ghi chép cẩn thận vào các trang tính, người phỏng vấn sẽ ghi chú các ý

tưởng, khái niệm mới. Tên của các đối tượng phỏng vấn được mã hóa thành A, B, C,... Bước tiếp theo, dữ liệu sẽ được nhóm nghiên cứu đọc lại nhiều lượt rồi mã hóa các câu trả lời thành một từ hoặc cụm từ mang ý chính. Quá trình này được thực hiện lặp đi lặp lại, các từ hoặc cụm từ có nghĩa gần giống nhau sẽ được ghép lại thành các mã bậc 1. Tại bước thứ ba, sau một quá trình đọc lại nội dung chi tiết và các nhóm mã được liệt kê ở trên, các nhóm mã bậc 1 khác nhau nhưng có điểm tương đồng sẽ được gộp lại thành các mã bậc cao hơn. Mã bậc 2 sẽ có số lượng ít hơn, mức độ trừu tượng cao hơn. Bên cạnh đó, sẽ xuất hiện các mã rất khác biệt, phản ánh nhân tố, khái niệm mới. Bước cuối cùng, từ các nhóm mã được nhiều bạn đề cập đến, có tính quy luật làm cơ sở để nhóm tác giả đề xuất các bước xây dựng xây dựng thương hiệu cá nhân, các ý tưởng, nhân tố mới cũng được nhắc đến như một điểm mới khi nghiên cứu về quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân ở sinh viên. Để đảm bảo giá trị của phát hiện mới, hai nhà nghiên cứu sẽ phân tích dữ liệu riêng biệt rồi báo cáo, tranh luận trong nhóm đến khi đạt được sự thống nhất (Graneheim & Lundman, 2004).

Mặc dù mẫu nghiên cứu tương đối nhỏ có làm hạn chế mức độ tổng quát hóa của kết quả nghiên cứu, song các đối tượng phỏng vấn đều được nhóm nghiên cứu chọn lọc kỹ để dữ liệu có tính sâu sắc và đầy đủ, cho phép chúng tôi đưa ra những phát hiện mới về việc xây dựng thương hiệu cá nhân của sinh viên Việt Nam hiện nay và đề xuất các bước giúp sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp và dễ dàng hơn.

**4. Kết quả nghiên cứu**

Cho đến thời điểm hiện tại, nhóm tác giả nhận thấy rằng chưa thực sự có bài nghiên cứu nào đề xuất các bước thực hiện cụ thể cho đối tượng sinh viên hiện nay. Bài nghiên cứu của nhóm sẽ chủ yếu dựa vào cách tiếp cận của Rampersad (2008), quy trình 6 bước của Philbrick & Cleveland (2015) như đã trình bày ở trên, cũng như dữ liệu từ các câu trả lời của sinh viên, người đi làm hiện đang học tập, làm việc tại Thành phố Hà Nội mà nhóm nghiên cứu đã thu thập qua phương pháp lập bảng hỏi và phỏng vấn sâu từng đối tượng. Kế thừa các khung lý thuyết, nghiên cứu có từ trước và những điểm mới được phát hiện trong quá trình nghiên cứu, nhóm nghiên cứu đã đưa ra kết quả nghiên cứu về việc đề xuất các bước xây dựng thương hiệu cá nhân cho các bạn sinh viên trẻ năng động hiện nay như sau:

***4.1. Bước 1: Hiểu về bản thân và thương hiệu sẵn có của bạn***

Thương hiệu cá nhân được xây dựng dựa vào đặc điểm riêng của mỗi cá nhân. Từ thời điểm ban đầu, Peter T. (1997) đã nói: *"Chúng ta là CEO của công ty mang tên chính mình - 'Me' Inc"*. Vậy muốn xây dựng thương hiệu bước đầu chúng ta phải hiểu về bản thân mình. Các bài nghiên cứu trước cũng đã đề xuất mọi người tự đặt câu hỏi cho bản thân, làm các bài trắc nghiệm tính cách (MBTI, DISC,..), lập mô hình SWOT... Tuy nhiên, các tác giả mới chỉ dừng lại ở việc tìm hiểu bản thân tại bước đầu tiên (Rampersad, 2008, Philbrick & Cleveland, 2015). Trong quá trình phỏng vấn, chúng tôi ghi nhận nhiều câu trả lời với nội dung: "Thương hiệu cá nhân được xây dựng từ những tính cách bản thân, với mức độ tương đồng khá cao 60 - 80%". Vì vậy, chúng tôi đề xuất bước một bao gồm thêm cả việc hiểu về thương hiệu sẵn có của bản thân trong quá trình tìm hiểu bản thân. Từ dữ liệu mà chúng tôi thu thập được, có thể tạm thời chia ra 2 cách để tìm hiểu bản thân:

(1) Tìm hiểu dựa trên đánh giá chủ quan: chúng ta có thể tự tìm hiểu về bản thân qua các bài trắc nghiệm tính cách, xem tử vi, thần số học... Ngoài ra, đa số các bạn sinh viên trong mẫu dữ liệu cũng chọn cách trải nghiệm thực tế nhiều để hiểu rằng bản thân hợp và không hợp với điều gì, một số ít lại chọn việc đọc sách để có thể suy ngẫm sâu hơn về bản thân.

(2) Tìm hiểu dựa trên đánh giá khách quan: theo hướng này, mọi người sẽ hỏi những người bạn học, đồng nghiệp xung quanh, hoặc có thể thậm chí là giảng viên hoặc cấp trên trực tiếp của mình. Họ sẽ cho chúng ta một cái nhìn khách quan hơn về con người mà chúng ta thể hiện ra hàng ngày.

Theo hướng (1) chúng ta sẽ có cái nhìn nhận sâu về bản thân, còn theo hướng (2) thì chúng ta sẽ thấy những phác họa ban đầu về thương hiệu cá nhân mình đang xây dựng. Như vậy, nên sử dụng kết hợp 2 cách trên để có thể hiểu về bản thân cũng như hương hiệu sẵn có. Jennifer Holloway (2013) cho rằng thương hiệu sẵn có của mỗi người sẽ thể hiện qua hành động, cuộc nói chuyện, học vấn của bạn với mọi người xung quanh. Nó hầu như sẽ phản ánh chân thực những tính cách cá tính của bạn. Vì vậy, khi bạn tìm hiểu sâu về bản thân thì đồng thời cũng nên tìm hiểu về hình ảnh mà mình đã vô thức xây dựng trong mắt mọi người xung quanh để biết mình đã thể hiện những gì cho thế giới và muốn giấu đi điều gì. Theo ghi nhận từ câu trả lời đối tượng B: "Xây dựng thương hiệu cá nhân dựa vào những gì bạn sẵn có, phát triển những điều tốt đẹp và hạn chế những điều xấu"; cũng tương tự, C và N trả lời rằng: "Xây dựng thương hiệu cá nhân là quá trình phát triển bản thân từ những giá trị tốt của bản thân". Các câu trả lời trên đều mang ý nghĩa tương đồng, đó chính là cùng phát triển giá trị tốt đẹp cốt lõi mà bản thân bạn hiện có, hay

cũng chính là thương hiệu sẵn có theo định nghĩa nhóm nghiên cứu.

Bước đầu luôn là bước quan trọng nhất, xin hãy dành nhiều thời gian cho giai đoạn này. *"Thương hiệu cá nhân là một "tôi" khác của bản thân"(Zidar, 2015),* muốn xây dựng nên một thương hiệu riêng nổi bật, chúng ta phải dựa vào thương hiệu sẵn có mỗi người, phải mang tính tương đồng với những tính cách của bản thân nhất, như vậy thương hiệu cá nhân mới mang tính tốt đẹp, bền vững.

***4.2. Bước 2: Xác định thương hiệu bạn cần xây dựng***

Nếu như Bước 1 đòi hỏi người xây dựng thương hiệu cá nhân cần khai phá những giá trị thuộc về *tầm nhìn thương hiệu cá nhân* thì tại Bước 2 này, người xây dựng cần phải xác định được: họ muốn trở thành thương hiệu như thế nào? Một khi đã trả lời được câu hỏi hóc búa đó, người xây dựng sẽ biết cách củng cố thương hiệu sẵn có trong mỗi cá nhân (Snodgrass, 2004).

Để xác định được thương hiệu cần xây dựng:

[1] Xác định điểm độc nhất ở thương hiệu sẵn có của bạn

Từ những giá trị đã được khai phá thuộc về tầm nhìn thương hiệu cá nhân mà nhóm đã đề cập ở Bước 1, người xây dựng sẽ phải xác định đâu là điểm độc nhất ở họ và những thứ họ làm; nghĩa là họ phải tìm ra sự khác biệt giữa họ và những đối thủ khác trên thị trường lao động, mà đối thủ trực tiếp của họ lại chính là những đồng nghiệp, người lao động khác cùng lĩnh vực nghề nghiệp. Điểm độc nhất của người lao động ở đây có thể được hiểu là "điểm bán hàng độc nhất" của người lao động - một thuật ngữ sử dụng trong lĩnh vực tiếp thị để nói về lợi thế bán hàng độc nhất chỉ có ở một sản phẩm này mà không có ở bất kỳ sản phẩm nào khác. Một người có thể có nhiều lợi thế độc nhất.

Tuy nhiên, "thương hiệu sẵn có" còn được tiếp cận trên góc độ khách quan khác, đó là: thương hiệu của sự nghiệp người xây dựng thương hiệu cá nhân đang theo đuổi. Vì thế, không phải lợi thế độc nhất nào của người xây dựng thương hiệu cá nhân cũng có thể phát huy tác dụng trong sự nghiệp chuyên nghiệp của họ. Chính vì vậy, điểm độc nhất của bản thân được tìm thấy cần đảm bảo liên kết thương hiệu cá nhân với thương hiệu doanh nghiệp. Để gắn kết thương hiệu cá nhân của nhân viên với thương hiệu doanh nghiệp, trước hết tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu cá nhân của nhân viên phải phù hợp với tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu của công ty. Do đó, tính thống nhất giữa thương hiệu cá nhân của nhân viên và thương hiệu doanh nghiệp là điều cần thiết để tăng năng suất, sự gắn kết, cam kết, niềm đam mê và tình yêu của nhân viên đối với công ty (Rampersad, 2011).

[2] Xác định đối tượng mục tiêu mà thương hiệu của bạn hướng đến

Phân đoạn thị trường là một công cụ cho một chiến lược tiếp thị hiệu quả vì người xây dựng sẽ hiểu được nhu cầu của các nhóm mục tiêu và động lực ra quyết định, từ đó xử lý thông tin để tạo dựng thương hiệu cá nhân, cũng như các công cụ lập kế hoạch và kiểm soát. Khi xây dựng thương hiệu cá nhân, điều quan trọng là phải phân chia thị trường thành nhiều nhóm mục tiêu theo các thuộc tính cụ thể (Zabojnik, 2018). Dựa trên thực tiễn nguyên lý tiếp thị thông thường, phân đoạn thị trường chủ yếu dựa vào các tiêu thức thuộc về tâm lý và nhân khẩu học, được bổ sung bằng phân tích chuyên sâu trong bối cảnh cơ cấu động lực, quá trình ra quyết định và thông tin.

Sau khi đã phân chia được các đoạn thị trường, người xây dựng thương hiệu cá nhân cần đánh giá các đoạn thị trường, từ đó xác định được chân dung đối tượng mục tiêu mà họ dự định cung cấp giá trị. Để đánh giá chính xác tiềm năng của đoạn thị trường, người xây dựng thương hiệu cá nhân trước hết cần đánh giá hợp lý khả năng thành công của mình trên thị trường lao động mà họ dự định tham gia. Nếu họ không thể mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng hoặc nhà tuyển dụng thì cần phải xem xét những gì cần phải làm để có thể đạt được lợi thế cạnh tranh trước khi thâm nhập vào một phân khúc thị trường nhất định. Việc phân tích SWOT cho phép người xây dựng thương hiệu cá nhân có thể nắm bắt một cách đơn giản và thực tế tình hình thương hiệu cá nhân hiện tại và chỉ ra điểm mạnh và điểm yếu của cá nhân cũng như các cơ hội và mối đe dọa của phân khúc thị trường đã được thiết lập (Dube, 2011).

Ngoài ra, người xây dựng thương hiệu cá nhân cũng cần tìm hiểu, phân tích về xu hướng thị trường riêng lẻ. Việc phân tích các nhóm mục tiêu được thực hiện trên cơ sở nghiên cứu của chính người đó, dù là nghiên cứu định tính (nhóm tập trung, phỏng vấn v.v...) hay nghiên cứu định lượng (bảng câu hỏi và tương tự). Họ cũng có thể dựa vào các nghiên cứu có sẵn công khai trên Internet hoặc các phân tích được trả tiền của các cơ quan nghiên cứu, trong đó người ta cho rằng kết luận phân tích là khách quan hơn và phù hợp hơn với yêu cầu của thị trường. (Zabojnik, 2018).

Từ bước 2 trên, người xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ có đầy đủ thông tin để xác định thương hiệu mà họ cần xây dựng. Bằng một khẩu hiệu thương hiệu riêng biệt, súc tích và phản ánh rõ nét thương hiệu cá nhân của họ, giá trị thuộc về tầm nhìn thương hiệu cá nhân sẽ được truyền tải đầy đủ đến đúng đối tượng mục tiêu.

***4.3. Bước 3: Chiến lược hóa thương hiệu cá nhân***

*4.3.1. Xác định mục tiêu*

Mục tiêu của người xây dựng thương hiệu cá nhân phải phù hợp và nhất quán với tầm nhìn thương hiệu cá nhân của họ. Mỗi người có thể xác định những mục tiêu cụ thể trong từng giai đoạn. Tuy nhiên, đến cuối cùng, dựa trên định nghĩa về thương hiệu cá nhân mà nhóm nghiên cứu tiếp cận, người xây dựng thương hiệu cá nhân sẽ sở hữu chân dung rõ ràng hơn trên thị trường lao động, từ đó có thêm nhiều cơ hội trong tiến trình phát triển bản thân cũng như sự nghiệp. Với dữ liệu thu thập được từ mẫu phỏng vấn 13 bạn sinh viên, kết quả phỏng vấn cho thấy, phần lớn mục tiêu các bạn sinh viên xác định khi theo đuổi xây dựng thương hiệu cá nhân, đó là nâng cao khả năng tìm kiếm cơ hội việc làm và thu hút nhà tuyển dụng. Điều này cũng ủng hộ giả thiết của nhóm nghiên cứu về thương hiệu cá nhân.

*4.3.2. Xác định phương tiện truyền tải thương hiệu cá nhân*

Theo Labrecque, Markos và Milne (2011), mạng xã hội có thể được sử dụng làm phương tiện để các cá nhân xây dựng bản sắc thương hiệu cá nhân của mình. Các phương tiện truyền thông hiện nay mang lại cho cá nhân khả năng xây dựng hồ sơ cá nhân trực tuyến trên nhiều nền tảng đa dạng. Điều này mở ra cơ hội cho họ không chỉ xây dựng thương hiệu cá nhân mà còn giới thiệu bản thân trước công chúng (Labrecque, Markos & Milne, 2011; Holt, 2016). Với sự phổ biến của các nền tảng truyền thông xã hội, các cá nhân có thể tận dụng không gian trực tuyến để chia sẻ thông tin về bản thân, sở thích, kỹ năng, và thành tựu cá nhân. Việc này giúp họ tạo ra một hình ảnh cá nhân tích cực và có thể giao tiếp với mọi người trên mức độ rộng lớn.

Nhìn chung, đa số các bạn sinh viên tham gia phỏng vấn đều xây dựng thương hiệu cá nhân thông qua mạng xã hội, bao gồm: Facebook, LinkedIn… và đánh giá phương tiện này là hiệu quả. Những dữ liệu này dường như cũng ủng hộ những phát hiện của (Khedher, 2015; Chen, 2013) cho rằng: các diễn đàn, nền tảng mạng xã hội trực tuyến tạo động lực cho làn sóng xây dựng thương hiệu cá nhân ngày càng phát triển.

Trong thời đại kỹ thuật số ngày nay, nơi mọi người có thể sử dụng công nghệ như một công cụ để tương tác trực tuyến với người khác, phương tiện truyền thông trực tiếp lại chứng tỏ được vị thế không thể bị thay thế của nó, đó chính là sợi dây liên kết về mặt cảm xúc hay sự tin cậy giữa người với người. Để truyền tải được thông điệp thuộc về thương hiệu cá nhân, người xây dựng cần phải tạo dựng lòng tin, vì thế việc truyền đạt sự tin tưởng cũng như sự cởi mở giúp chống lại sự nghi ngờ là rất cần thiết đối với người xây dựng thương hiệu cá nhân (Egan, 2017). Người ta cũng nhận thấy rằng phương tiện truyền thông trực tuyến là một cách để trở nên nổi bật hơn trong xã hội số hóa ngày nay (Egan, 2017).

Tóm lại, những người xây dựng thương hiệu cá nhân cần phải hiểu được tầm quan trọng của cả hai phương thức truyền thông trực tiếp và trực tuyến qua các mạng xã hội khi truyền tải thương hiệu cá nhân của họ (Karlsson, 2019). Vì thế, người xây dựng thương hiệu cá nhân cần phải xây dựng một hình ảnh nhất quán về họ trên các phương tiện trên.

***4.4. Bước 4: Phát triển thương hiệu***

Thương hiệu cá nhân được hình thành trong suốt quá trình phát triển của một người. Nó dễ dàng thay đổi theo thời gian vì mọi người đều bắt đầu với những đặc điểm có thể tạo ấn tượng nào đó đối với người khác nên thương hiệu cá nhân phải được phát triển hoặc sửa đổi thay vì được tạo ra mới (Rangarajan và cộng sự, 2017).

Từ việc định hình được thương hiệu của bản thân, khi xem xét các quyết định mang tính chiến thuật, hãy nhất quán với chiến lược, kế hoạch đã được xây dựng của bạn (Snodgrass và Brucks, 2004). Điều đó có nghĩa là hình ảnh thương hiệu được duy trì nhất quán trong mọi thời gian và theo như Snodgrass (2002), bạn cần kiểm soát được những gì mình làm. Bạn có thể lựa chọn làm những điều mới, thú vị, hợp xu hướng nhưng nếu những điều đó không góp phần thiết lập thương hiệu hiện tại thì cũng không có ý nghĩa bởi nó sẽ làm loãng thương hiệu bạn đang xây dựng.

Đối tượng của bài nghiên cứu nằm trong độ tuổi 20-35 với hầu hết là các bạn sinh viên, những người đang tìm kiếm việc làm. Tuy tệp đối tượng mục tiêu hiện tại là những người đồng trang lứa (học sinh, sinh viên), các bạn vẫn có định hướng đến nhóm đối tượng nhà tuyển dụng cho công việc tương lai. Nhóm nghiên cứu tin rằng việc các bạn xây dựng nội dung nhất quán trong quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân là việc cần thiết. Cuộc phỏng vấn của Cooley và Yancy (2020) về ảnh hưởng của thương hiệu cá nhân đến các thuộc tính tìm kiếm việc làm đã chỉ ra các nhà tuyển dụng sẽ đánh giá thương hiệu của ứng viên thông qua việc được giới thiệu, phỏng vấn, sơ yếu lý lịch và internet/ mạng xã hội. Họ cho rằng, những người được giới thiệu có thời gian làm việc lâu hơn và hoạt động tốt hơn những người không được giới thiệu. Với internet/ phương tiện truyền thông xã hội, các nhà tuyển dụng dùng để đối chứng với thương hiệu được truyền đạt trong sơ yếu lý lịch và/ hoặc các cuộc phỏng vấn của ứng viên. Trong một số trường hợp, thương hiệu internet/ phương tiện truyền thông xã hội giúp ứng viên đề nghị mức lương

cao hơn hoặc công việc tốt hơn mức mà nhà tuyển dụng đưa ra ban đầu. Trong các trường hợp khác, nếu thương hiệu internet/ truyền thông xã hội của ứng viên bị coi là tiêu cực, họ sẽ bị loại khỏi danh sách tuyển dụng. Có thể thấy, việc xây dựng thương hiệu cá nhân nhất quán từ cuộc sống hàng ngày lẫn mạng xã hội giúp củng cố hình ảnh của bản thân trong mắt nhà tuyển dụng tương lai, góp phần tạo dựng niềm tin ở nhà tuyển dụng. Nó không chỉ tạo ấn tượng về một ứng viên chuyên nghiệp, mà còn tăng cơ hội được giới thiệu đến công việc bởi những người xung quanh. Nhóm tác giả kết luận rằng các bạn nên lựa chọn những nội dung xây dựng phù hợp với định hướng công việc tương lai và xây dựng xuyên suốt ngay cả khi đã được tuyển dụng.

Việc chia sẻ các thành tựu bản thân đã đạt được trong lĩnh vực theo đuổi cũng là một phương pháp phù hợp. Vì đã quen thuộc với việc sử dụng nền tảng xã hội trực tuyến, nhóm đối tượng nghiên cứu chủ yếu sẽ truyền tải hình ảnh hay chia sẻ trên các phương tiện mạng xã hội và đánh giá đây là phương tiện hiệu quả nhất. Phương tiện truyền thông trên mạng xã hội và Internet đang kết nối thế giới hơn bao giờ hết (Gringarten, 2020). Đây cũng là một giải pháp chi phí thấp để giao tiếp và nhận phản hồi từ nhiều đối tượng (Philbrick và Cleveland, 2015).

Như đã đề cập ở bước 3, ta có thể phát triển thông qua các phương tiện quen thuộc như Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn... và ta nên lựa chọn sẽ chủ yếu tập trung phát triển qua nền tảng nào. Theo Philbrick và Cleveland (2015), bạn cần phải đầu tư thời gian vào việc duy trì sự hiện diện trực tuyến của mình, tạo nên dấu ấn kỹ thuật số cá nhân. Với mạng xã hội, "tất cả là về nội dung, tần suất và tính nhất quán của sự tương tác". Mục đích chính của việc có dấu ấn kỹ thuật số là để cộng đồng của bạn thấy được bản thân bạn và tạo ra lượng người theo dõi. Bạn cần dành thời gian để viết và chia sẻ nội dung thường xuyên thông qua mạng xã hội với nội dung có thể về trải nghiệm sống, góc nhìn về lĩnh vực hoặc những thành tựu đã đạt được trong lĩnh vực. Đồng thời, bạn nên tiến hành kiểm tra thương hiệu định kỳ để theo dõi dấu ấn kỹ thuật số của mình. Qua đó, đánh giá các nội dung đã đăng tải về lượt tiếp cận và phản ứng của cộng đồng để lựa chọn hướng chia sẻ nội dung cho phù hợp với tệp đối tượng mục tiêu..

Tuy nhóm đối tượng được phỏng vấn đã có ý thức xây dựng dấu ấn kỹ thuật nhưng hầu hết tần suất còn ít, chỉ có 1/13 người phản hồi là thường xuyên xây dựng nội dung trên phương tiện xã hội với tần suất cao. Nội dung xây dựng chưa mang tính hệ thống, ít đề cập đến thành tựu mà chủ yếu mang tính sở thích và chưa hướng đến mục đích về lĩnh vực phát triển, gây nhiễu hình ảnh thương hiệu cá nhân. Nhóm nghiên cứu nhận thấy các bạn cần đầu tư hơn vào nội dung với tần suất chia sẻ cố định để lan tỏa thương hiệu cá nhân tốt nhất và thường xuyên đánh giá tính hiệu quả của nội dung.

***4.5. Bước 5: Đánh giá sự phù hợp của thương hiệu và phương hướng cho thương hiệu trong tương lai***

Sau khi xác định các yếu tố cần có để lập kế hoạch và phát triển thương hiệu cá nhân ở các bước trên, ta cần đánh giá khả năng phù hợp của thương hiệu đối với bản thân và cộng đồng trong thực tiễn. Đánh giá, tuy là bước cuối cùng, song lại có ý nghĩa quan trọng cho cả quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân.

Thông qua phỏng vấn, nhóm tác giả nhận được một số lợi ích đến từ các bạn như được nhiều người tin tưởng, trở nên nổi tiếng, thêm khách hàng đến dịch vụ cá nhân, mở rộng vòng quan hệ. Các bạn hầu như không đề cập đến chi phí đã bỏ ra và cho rằng xây dựng thương hiệu cá nhân mang tính tích cực nhiều hơn đến bản thân. Có thể kết luận rằng, các bạn đang nhận về nhiều lợi ích hơn cho trong cuộc sống hiện tại, từ đó tạo đòn bẩy dẫn đến các cơ hội tương lai, đặc biệt là công việc mong muốn.

Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số mặt trái trong quá trình xây dựng khi các bạn tốn thời gian và công sức, đánh đổi quyền riêng tư cá nhân, có thêm người ghét và dễ đi sai hướng khi xây dựng. Việc nhìn nhận lại cả quá trình phát triển thương hiệu, với cả lợi ích và mặt trái, giúp ta đánh giá cụ thể hơn về từng tiêu chí trong xây dựng thương hiệu.

Sau khi đánh giá tính phù hợp của thương hiệu, đối tượng được phỏng vấn sẽ xây dựng phương hướng phát triển cho thương hiệu trong tương lai, đảm bảo phát huy tối đa những lợi ích và khắc phục những mặt trái còn tồn tại. Việc có được phương hướng xuyên suốt trong cả quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu cá nhân là một điều tốt bởi nó sẽ đảm bảo được sự nhất quán và tạo đà mạnh mẽ hơn theo định hướng đã được xác định là phù hợp với bản thân. Tuy nhiên, trước các tác động của yếu tố bên ngoài (kinh tế, xã hội, công nghệ,...) và yếu tố bên trong (bản thân), định hướng thương hiệu cá nhân của bạn có thể thay đổi theo từng giai đoạn. Nhóm tác giả đã ghi nhận được 9/13 đối tượng phỏng vấn đã có sự thay đổi về định hướng so với thời điểm bắt đầu. Các bạn thay đổi theo hướng phù hợp với thực tiễn hoặc thay đổi theo hướng tốt hơn dù vẫn dựa trên đối tượng, mục đích cũ. Sự thay đổi ấy là tất yếu bởi nó sẽ giúp bản thân tăng thêm những cơ hội và định hình về một thương hiệu phù hợp với lĩnh vực hướng đến.

**5. Phát hiện mới và thảo luận**

Sau khi phỏng vấn 13 người đều có những hiểu biết ban đầu về thương hiệu cá nhân, song đã và đang thực hiện hoạt động này, có thể thấy hầu hết đều bắt đầu xây dựng khi bước vào ngưỡng cửa đại học, một môi trường với nhiều cơ hội cho các bạn xây dựng nên thương hiệu cho riêng mình. Tuy có một người thực hiện sau khi đã đi làm nhưng xét đến độ tuổi tiếp cận đến khái niệm "Xây dựng thương hiệu cá nhân" là cao hơn khi so với các bạn sinh viên, cựu sinh viên đã biết về khái niệm này từ khi còn học THPT. Khi được hỏi về các bước xây dựng, chỉ có 6 người trả lời rằng họ có chia ra các bước cụ thể, song các bước này còn rất khái quát, chỉ bao gồm 2 - 4 bước. Tuy nhiên, họ đều đề xuất quy trình xây dựng thương hiệu cá nhân xuất phát từ tự tìm hiểu về bản thân, sau đó chọn một phong cách, hình ảnh phù hợp rồi cuối cùng phát triển hình ảnh đó.

Bên cạnh đó, kết quả của cuộc phỏng vấn cũng cho thấy không có đối tượng phỏng vấn nào đề cập đến bước đánh giá lại tính nhất quán cũng như lợi ích nhận được và chi phí bỏ ra. Khi được hỏi về bước này, tất cả đều cảm thấy mình đã bỏ rất nhiều thời gian, công sức trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân nhưng điều này là hoàn toàn xứng đáng bởi họ tin rằng về lâu dài sẽ đạt được lợi ích rõ ràng. Nhìn chung, kết quả của hoạt động xây dựng thương hiệu cá nhân của những người được phỏng vấn chỉ dựa trên đánh giá chủ quan của bản thân họ. Chính vì vậy, việc đề xuất một thang đo để lượng hóa hiệu quả của hoạt động xây dựng thương hiệu cá nhân trong tương lai rất cần thiết cho những người theo đuổi xây dựng thương hiệu cá nhân một cách nghiêm túc.

Mặc dù có sự khác biệt trong việc đánh giá phương tiện nào giúp xây dựng thương hiệu cá nhân một cách tốt nhất, đối với các bạn muốn xây dựng theo ngành truyền thông đánh giá mạng xã hội là phương tiện tốt nhất, với các bạn ngành tài chính, nhân sự đánh giá phương tiện tốt nhất là qua hồ sơ xin việc, sơ yếu lý lịch... nhưng hiện nay tất cả họ đều cùng sử dụng mạng xã hội để phát triển thương hiệu cá nhân, do tính chất xu hướng và dễ tiếp cận của các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn... Bên cạnh đó, cũng có nhiều bạn sinh viên vẫn còn phân vân về đối tượng thương hiệu cá nhân nhắm đến. Dù đa số đều muốn hướng đến những nhà tuyển dụng, những khách hàng, những người có thể giúp bạn có được việc làm tốt trong tương lai nhưng do vẫn còn đang trong môi trường đại học nên họ ưu tiên chuyển hướng sang đối tượng sinh viên, giảng viên trong trường mình theo học. Tuy đối tượng khác nhau nhưng chúng ta vẫn phải xây dựng thương hiệu "nhất quán" xuyên suốt quá trình. Vì vậy, chúng tôi cũng đã đề xuất các bạn xây dựng thương hiệu nhất quán, sau đó hãy đánh giá lại và xác định phương hướng phù hợp hơn (có thể không thay đổi) trong tương lai.

**6. Kết luận**

Kết quả của nghiên cứu này nhấn mạnh vào tính thực tế của việc xây dựng thương hiệu cá nhân đối với các sinh viên tại Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh thị trường lao động đang trở nên cạnh tranh gay gắt và nhu cầu tìm kiếm việc làm cao. Mặc dù nhận thức về việc xây dựng thương hiệu cá nhân đã được phát hiện nhưng hầu hết các sinh viên vẫn tiếp cận vấn đề này một cách tự phát và không có chiến lược cụ thể. Kết quả nghiên cứu là mô hình đề xuất 5 bước, từ thấu hiểu thương hiệu cá nhân hiện có đến phát triển, chiến lược hóa và đánh giá sự phù hợp của thương hiệu, cung cấp một khung nhìn chi tiết và có thể áp dụng cho các sinh viên Việt Nam. Nhìn chung, nghiên cứu này đề xuất một cách tiếp cận cụ thể để các sinh viên có thể xây dựng thương hiệu cá nhân một cách chiến lược hơn, giúp họ tối ưu hóa cơ hội việc làm và thúc đẩy sự thành công trong sự nghiệp sau này trên thị trường lao động ngày càng cạnh tranh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Arruda, W. (2003). An introduction to personal branding: A revolution in the way we manage our careers. *Reach Communications Consulting*, Inc, 02-11.

Brems, C., Temmerman, M., Graham, T., & Broersma, M. (2017). Personal branding on Twitter: How employed and freelance journalists stage themselves on social media. *Digital journalism*, 5(4), 443-459.

Chen, C. P. (2013). Exploring personal branding on YouTube. *Journal of internet commerce*, 12(4), 332-347.

Danermark, B., Ekström, M., & Karlsson, J. C. (2019). *Explaining society: Critical realism in the social sciences*. Routledge.

Dube, A., Kaplan, E., & Naidu, S. (2011). Coups, corporations, and classified information. *The Quarterly journal of economics*, 126(3), 1375-1409.

Egan, R., Maidment, J., & Connolly, M. (2017). Trust, power and safety in the social work supervisory relationship: Results from Australian research. *Journal of Social Work Practice*, 31(3), 307-321.

Figurska, I. R. E. N. A. (2016). Personal branding as an element of employees' professional development. *Human Resources Management & Ergonomics*, 10(2), 33-47.

Geurin-Eagleman, A. N., & Burch, L. M. (2016). Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes' visual self-presentation on Instagram. *Sport management review*, 19(2), 133-145.

Glaser, B., & Strauss, A., (1967). The Discovery of Grounded Theory. *Aldine Publishing Company*, Hawthorne, NY.

Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112.

Gringarten, H. (2020). Personal Branding: An Essential Choice in the COVID-19 Era? Carolina Pérez. *Journal of Multidisciplinary Research*, 12(2), 83-92.

Heath, H., & Cowley, S. (2004). Developing a grounded theory approach: a comparison of Glaser and Strauss. *International journal of nursing studies*, 41(2), 141-150.

Holloway, J. (2013). Managing your Personal Brand. *Skipton, UK: Webinar for Open University MBA alumni*.

Holt, D. (2016). Branding in the age of social media. *Harvard business review*, 94(3), 40-50.

Kaputa, C. (2010). *You are a brand!: How smart people brand themselves for business success.* Nicholas Brealey Publishing.

Karlsson, J., & Cetino Salazar, C. M. (2019). Personal Brands.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of marketing*, 57(1), 1-22.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. J*ournal of interactive marketing*, 25(1), 37-50.

Minor-Cooley, D., & Parks-Yancy, R. (2020). The Power of the brand: Personal branding and its effect on job seeking attributes. *Journal of Internet Commerce*, 19(3), 241-261.

Pagis, M., & Ailon, G. (2017). The paradoxes of self-branding: An analysis of consultants' professional web pages. *Work and Occupations*, 44(3), 243-267.

Peters, T. (1997). The brand called you. *Fast company*, 10(10), 83-90.

Philbrick, J. L., & Cleveland, A. D. (2015). Personal branding: building your pathway to professional success. *Medical reference services quarterly*, 34(2), 181-189.

Rampersad, H. K. (2008). A new blueprint for powerful and authentic personal branding. *Performance Improvement,* 47(6), 34-37.

Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding-And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657-666.

Roffer, R. F. (2002). *Make a name for yourself: Eight steps every woman needs to create a personal brand strategy for success.* Crown Currency.

Shuker, L. (2010). *"It'll look good on your personal statement": a multi-case study of self-marketing amongst 16-19 year olds applying to university* (Doctoral dissertation).

Snodgrass, R. T. (2002). Why i like working in academia. *ACM SIGMOD Record*, 31(1), 118-121.

Snodgrass, R., & Brucks, M. (2004). Branding yourself. *ACM SIGMOD Record*, 33(2), 117-125.

Strauss, A. L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge university press.

Van der Land, S. F., Willemsen, L. M., & Wilton, B. G. (2016). Professional personal branding: Using a "think-aloud" protocol to investigate how recruiters judge LinkedIn profile pictures. *In HCI in Business, Government, and Organizations: eCommerce and Innovation: Third International Conference, HCIBGO 2016, Held as Part of HCI International 2016, Toronto, Canada, July 17-22, 2016, Proceedings, Part I 3 (pp. 118-128)*. Springer International Publishing.

Zabojnik, R. (2018). Personal branding and marketing strategies. *European Journal of Science and Theology*, 14(6), 159-169.

Zidar, P., & Marič, M. (2015). Personal brand. *University of Maribor, Faculty of Organizational Sciences, Slovenia.*

# HOẠT ĐỘNG CÔNG TÁC XÃ HỘI ĐỐI VỚI NGƯỜI CAI NGHIỆN MA TÚY TẠI CƠ SỞ CAI NGHIỆN MA TÚY SỐ 1 TỈNH HÒA BÌNH

**ThS. Đỗ Thị Ngọc Bích**
Trường Đại học Lao Động - Xã hội
bichctxh@gmail.com
**Bùi Thị Phương Linh**
Học viên cao học ngành Công tác xã hội
btplinh.ctxh@gmail.com

**Tóm tắt: Người nghiện ma túy là người sử dụng chất ma túy, thuốc gây nghiện, thuốc hướng thần và bị lệ thuộc vào các chất này. Nghiện ma túy là một bệnh mãn tính của não bộ, quá trình điều trị phải liên tục, lâu dài. Đòi hỏi phải có sự kết hợp giữa sử dụng thuốc với các liệu pháp hành vi, các hỗ trợ về y tế, tâm lý, xã hội… Công tác xã hội (CTXH) đối với người cai nghiện ma túy là phương pháp trong CTXH nhằm giúp tăng cường, củng cố chức năng xã hội của người cai nghiện ma túy thông qua các hoạt động nhóm, cá nhân và khả năng ứng phó với các vấn đề của cá nhân của người cai nghiện ma túy thông qua các hoạt động như kết nối nguồn lực, tham vấn, giáo dục sức khỏe… Bài viết tập trung phân tích các hoạt động CTXH đang được các cán bộ, nhân viên Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình triển khai trong việc hỗ trợ các học viên để họ có những hành trang tốt nhất cho quá trình tái hòa nhập cộng đồng sau khi cai nghiện.**

***Từ khóa:*** *Công tác xã hội, ma túy, cai nghiện ma túy*

## SOCIAL WORK ACTIVITIES FOR DRUG REHABILITATORS AT NO. 1 DRUG REHABILITATION CENTER IN HOA BINH PROVINCE

***Abstract:*** *A drug addict is an individual who engages in the consumption of narcotics, narcotic drugs, and psychotropic drugs, and becomes reliant on these substances. Drug addiction is a persistent brain disorder that necessitates an ongoing and lengthy treatment process. It entails a combination of medication usage alongside behavioral therapies, medical interventions, psychological support, and social assistance, etc. Social work for drug addicts is an approach within the field of social work that aims to enhance and reinforce the social capabilities of drug addicts through both group and individual activities. It also aims to equip drug addicts with the skills to effectively address personal challenges through activities such as resource connection, counseling, and health education. The article centers on the examination of social work endeavors carried out by the authorities and personnel of No. 1 Drug Rehabilitation Center in Hoa Binh province in order to provide optimal preparation for practitioners to reintegrate into the community post-detoxification.*

***Keywords:*** *social work, drug, drug rehabilitation*

**Mã bài báo:** JHS - 167 **Ngày nhận bài:** 8/11/2023 **Ngày nhận phản biện:** 21/11/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 02/12/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

## 1. Giới thiệu

Ma túy trở thành mối hiểm họa lớn của các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Nghiện ma túy làm gia tăng mối lo ngại về sức khỏe, xã hội, làm giảm chất lượng và giá trị cuộc sống của người nghiện. Nghiện ma túy không chỉ gây ra nhiều hệ lụy cho bản thân người nghiện mà còn cho gia đình và xã hội.

Tại Việt Nam, tình hình tội phạm ma túy, vận chuyển trái phép chất ma túy ngày càng diễn biến phức tạp. Theo báo cáo *"Tình hình, kết quả thực hiện công tác phòng, chống mại dâm, cai nghiện ma túy năm 2019 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2020"* của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, tình hình người nghiện ma túy gia tăng về số lượng, mức độ; Đặc biệt, có sự thay đổi về loại ma túy sử dụng, người nghiện sử dụng đồng thời nhiều loại ma túy ngày càng phổ biến, gây khó khăn trong công tác tổ chức cai nghiện. Công tác cai nghiện ma túy tại gia đình, tại cộng đồng gặp nhiều khó khăn, số người được cai nghiện giảm dần, tình trạng học viên gây rối bỏ trốn tập thể, làm mất mất an ninh, trật tự xảy ra tại một số tỉnh, thành phố (Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, Tây Ninh, Long An, Tiền Giang, Cà Mau) và còn tiềm ẩn nhiều nguy cơ ở các tỉnh, thành phố khác.

Tình hình xã hội trên địa bàn tỉnh Hòa Bình vẫn còn nhiều phức tạp, triển khai thực hiện công tác cai nghiện ma túy, phòng chống tệ nạn mại dâm chưa kiểm soát chặt chẽ để có thể tiến tới giảm dần tệ nạn ma túy, mại dâm, nâng cao chất lượng công tác cai nghiện và quản lý đối tượng sau cai, góp phần đảm bảo an sinh xã hội trên địa bàn. Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 là đơn vị sự nghiệp công lập, trực thuộc Sở Lao động - Thương binh và Xã hội tỉnh Hòa Bình, thực hiện chức năng của cơ sở xã hội đa chức năng (cai nghiện ma túy bắt buộc, cai nghiện ma túy tự nguyện cho học viên vào chữa bệnh tại cơ sở và điều trị Methadone cho người nghiện các chất dạng thuốc phiện) theo quy trình và quy định của pháp luật với quy mô tiếp nhận từ 300 - 500 học viên.

Hoạt động CTXH đối với người cai nghiện ma túy là vô cùng cần thiết trong việc can thiệp hỗ trợ. Tuy nhiên, việc tổ chức hoạt động CTXH, tư vấn, tuyên truyền, giao ban tập trung, lao động trị liệu, cũng như một số các hoạt động khác trong cơ sở chưa được chú trọng đẩy mạnh phát triển, học viên chưa thực sự được tham gia vào các hoạt động CTXH. Phần lớn là học viên không nghề nghiệp, không có việc làm, nghiện ma túy lâu năm, sức khỏe yếu, nhiều bệnh lây truyền nguy hiểm. Nhiều học viên có tiền án tiền sự, không thật thà, trong giáo dục chưa tập trung, vẫn có tư tưởng mặc cảm với gia đình, xã hội. Từ những khó khăn nêu trên, có thể nhận thấy CTXH đối với người cai nghiện ma túy còn hạn chế vì các nghiên cứu chỉ tiếp cận theo hướng y học, tâm lý học..., trong khi người cai nghiện ma túy cần được can thiệp hỗ trợ như những người yếu thế trong xã hội và rất cần sự quan tâm từ gia đình, cộng đồng và các tổ chức xã hội.

Bài viết này sử dụng kết quả nghiên cứu của đề tài *"Hoạt động CTXH đối với người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2022"* của tác giả Bùi Thị Phương Linh thực hiện năm 2023.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Tại Việt Nam cũng đã có nhiều nghiên cứu về người nghiện ma túy. Việt (2013), trong Đề tài *"Nghiên cứu mạng lưới hỗ trợ giữa những người nghiện chích ma túy tại Việt Nam"* đã đề cập nhiều về mạng lưới hỗ trợ điều trị nghiện ma túy với mục đích của nghiên cứu là nâng cao hiểu biết về cơ cấu và vai trò của mạng lưới xã hội giữa những người nghiện chích ma túy trong các hành vi có liên quan đến việc phòng chống, chăm sóc và điều trị HIV/AIDS nhằm cung cấp các khuyến nghị thích hợp cho các can thiệp điều trị nghiện ma túy.

Năm 2013, "*Đánh giá hiệu quả các chất dạng thuốc phiện bằng Methadone tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hải Phòng (2009-2011)*" cho thấy, điều trị bằng MMT đã đem lại nhiều kết quả khả quan: Tỷ lệ nhiễm HIV trong nhóm bệnh nhân đã giảm rõ rệt, không còn bệnh nhân sử dụng chung bơm kim tiêm, tỷ lệ bệnh nhân sử dụng bao cao su khi quan hệ tình dục tăng lên, thể chất được cải thiện, một số bệnh nhân tìm được việc làm (Cảnh, Long và Hưng, 2013).

Đề tài *"Hoạt động CTXH trong hỗ trợ điều trị nghiện cho người nghiện ma túy tại cộng đồng (Nghiên cứu trường hợp tại cơ sở điều trị Methadone thuộc Trung tâm phòng chống HIV/AIDS thành phố Nam Định"* của tác giả Vân (2015) đã tập trung đánh giá thực trạng điều trị NMT. Qua đó, nhận định những nhu cầu và khó khăn của người điều trị nghiện ma túy nhằm hỗ trợ người sử dụng ma túy trong quá trình điều trị.

Đề tài *"Nhu cầu việc làm của người sau cai nghiện ma túy"* của tác giả Hường (2015) đã phân tích và tổng hợp được các yếu tố về tâm lý ảnh hưởng đến nhu cầu và nhu cầu việc làm của người sau cai nghiện ma túy. Tác giả đã đi sâu nghiên cứu nhu cầu lý giải dưới góc độ tâm lý học, từ đó có những nghiên cứu điển hình về nhu cầu việc làm của người sau cai nghiện ma túy, các yếu tố ảnh hưởng tới nhu cầu việc làm của họ, đề xuất một số biện pháp tâm lý - giáo dục, góp phần tăng cường nhu cầu việc làm của người sau cai nghiện ma túy.

Luận văn Thạc sĩ *"Mô hình tái hòa nhập cộng đồng cho người sau cai nghiện ma túy tại Trung tâm Quản lý*

*dạy nghề và giải quyết việc làm số 1 Hà Nội"* của tác giả Tươi (2016), đã nghiên cứu đưa ra cái nhìn tổng thể về mô hình quản lý và giải quyết việc làm, vấn đề dạy nghề tại trung tâm và vai trò của nhân viên CTXH đối với hoạt động của trung tâm, nhằm giúp đỡ những nguồn lực, yếu tố tâm lý của đối tượng trong trung tâm góp phần giúp trung tâm có những điều chỉnh, quy hoạch, có chính sách hỗ trợ phù hợp cho các đối tượng.

Luận văn Thạc sĩ *"Hoạt động hỗ trợ cho người sau cai nghiện ma túy tại thành phố Hòa Bình, tỉnh Hòa Bình"* của tác giả Huyền (2017), từ việc tìm hiểu về thực trạng và đánh giá ưu và nhược điểm, tác giả đã đưa ra các giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động hỗ trợ xã hội cho người sau cai nghiện ma túy. Qua đề tài, tác giả cũng đã nhấn mạnh đến vai trò vô cùng quan trọng của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sau cai nghiện ma túy, các hoạt động hỗ trợ đã nhận được kết quả tích cực trong việc tái hòa nhập cộng đồng và phòng, chống tái nghiện.

Luận văn Thạc sĩ *"Vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sau cai nghiện tái hòa nhập cộng đồng tại huyện Gia Lâm, Thành phố Hà Nội"* của tác giả Nhật (2019) nhằm đánh giá thực trạng vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sau cai nghiện ma túy tái hòa nhập cộng đồng, tìm hiểu những yếu tố ảnh hưởng đến vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sau cai nghiện. Trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sau cai nghiện ma túy tái hòa nhập cộng đồng.

Nhìn chung, có rất nhiều nghiên cứu liên quan đến các hoạt động hỗ trợ người cai nghiện ma túy nhưng những nghiên cứu cụ thể trên địa bàn về từng hoạt động CTXH đang được triển khai với người đang cai nghiện ma túy còn ít và chưa phong phú. Kế thừa và phát huy những đề tài liên quan đã nghiên cứu trước đó, nhóm tác giả đã nghiên cứu các hoạt động CTXH hiện đang triển khai tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình và phân tích thực trạng của các hoạt động đó. Qua những phân tích này sẽ đề xuất, khuyến nghị các chính sách nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động CTXH hỗ trợ người cai nghiện ma túy được phát triển, hiệu quả và thiết thực hơn.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu như: nghiên cứu lý luận, điều tra bằng bảng hỏi, phỏng vấn sâu, phương pháp xử lý số liệu bằng thống kê toán.

Phân tích tài liệu liên quan đến từ các công trình nghiên cứu và các tài liệu có sẵn của các tác giả trong và ngoài nước; tìm hiểu thực trạng các hoạt động CTXH với người nghiện ma túy tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình.

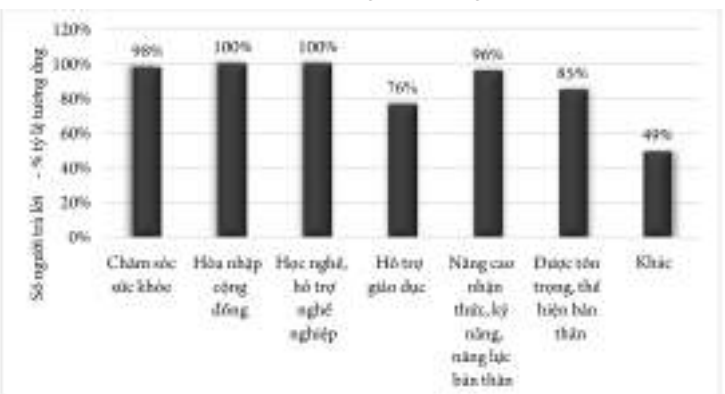
Điều tra bằng bảng hỏi (online) nhằm thu thập các thông tin liên quan để tìm hiểu thực trạng hoàn cảnh, nhu cầu, đánh giá mức độ thích ứng của họ đối với các hoạt động CTXH đang triển khai tại cơ sở. Đồng thời, sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu một số người cai nghiện, cán bộ nhân viên và cán bộ lãnh đạo quản lý đang công tác tại cơ sở để tìm hiểu sâu hơn, lý giải nguyên nhân về các vấn đề nghiên cứu.

**4. Kết quả nghiên cứu**

***4.1. Nhu cầu của người cai nghiện ma túy tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình***

Mỗi con người là một cá thể khác nhau và sẽ có những nhu cầu khác nhau, người cai nghiện ma túy cũng vậy. Người đang cai nghiện ma túy cùng lúc có thể có nhiều nhu cầu khác nhau, điều đó được thể hiện trong biểu đồ dưới đây:

**Hình 1.** Nhu cầu của người cai nghiện ma túy




*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài "Hoạt động CTXH đối với người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện Ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2022"*

Kết quả khảo sát cho thấy, 80/80 (chiếm 100%) người được hỏi có nhu cầu được hòa nhập cộng đồng và học nghề, hỗ trợ nghề nghiệp. Ma túy tác động lớn tới sức khỏe của người nghiện, là nguyên nhân gây ra các bệnh nguy hiểm kèm theo như viêm gan B, C, HIV/AIDS... Chính vì vậy, nhu cầu được hỗ trợ y tế, chữa trị, cai nghiện, phục hồi sức khỏe chiếm tỷ lệ cao thứ hai trong nhóm các nhu cầu của người cai nghiện ma túy (chiếm 98%).

Nhu cầu nâng cao nhận thức, kỹ năng, năng lực bản thân chiếm 96% với mong muốn được tiếp cận các thông tin, kiến thức về bệnh của mình; nguyên nhân, tác hại và phương pháp đối phó. Họ còn có nhu cầu được hỗ trợ giáo dục (chiếm 76%) để có thể thay đổi tư duy, cách nhìn nhận để có thể ý thức được vấn đề của mình, tìm lại được niềm vui trong cuộc sống.

Hầu hết người cai nghiện ma túy bị xã hội kỳ thị nên khảo sát có tới 85% người cai nghiện ma túy trả lời hộ họ có nhu cầu được tôn trọng, thể hiện bản thân. Trên cơ sở quan hệ bình đẳng không phân biệt đối xử như bao người khác, người cai nghiện ma túy cần được tôn trọng, được yêu thương, được chia sẻ.

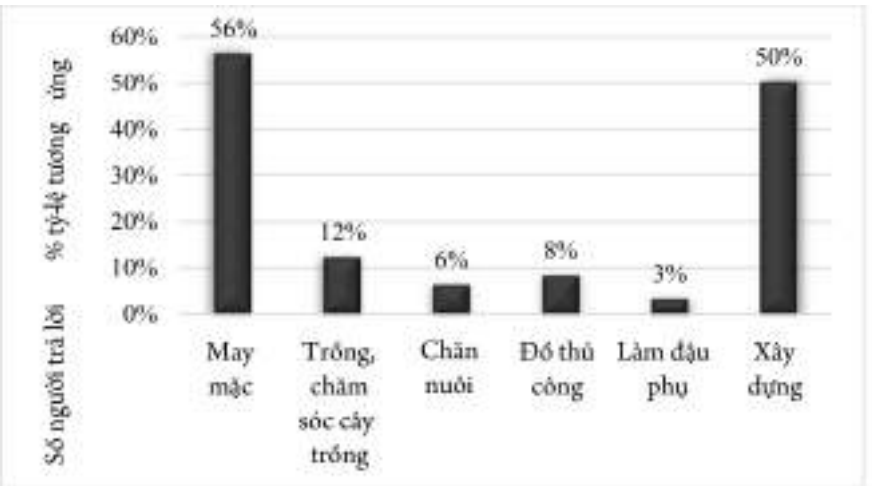
Ngoài ra, người cai nghiện ma túy còn một số các nhu cầu khác như: trợ giúp pháp lý, tham gia nhóm tự giúp đỡ, nhóm đồng đẳng nhằm đáp ứng nhu cầu thiết yếu, nâng cao năng lực, tái hòa nhập cộng đồng theo chiều hướng tích cực hơn.

Qua khảo sát những nhu cầu của người cai nghiện ma túy tại cơ sở, nhóm nghiên cứu đã tập trung vào các hoạt động CTXH đáp ứng những nhu cầu trên của họ để tìm hiểu thực trạng các hoạt động này đang được các cán bộ xã hội tại các phòng chức năng như *Phòng Y tế và Điều trị Methadone; Phòng Quản lý học viên; Phòng Tư vấn, Giáo dục và Hòa nhập cộng đồng* triển khai như thế nào tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình.

***4.2. Kết nối nguồn lực hỗ trợ đào tạo nghề, định hướng nghề nghiệp***

Nhận thấy được nhu cầu học nghề, hỗ trợ nghề nghiệp của học viên đang thực hiện cai nghiện nên cơ sở đã phối kết hợp với ban ngành địa phương, doanh nghiệp tổ chức các lớp học nghề, truyền nghề cho người cai nghiện ma túy. Dưới sự quan tâm và chỉ đạo sát sao của ban giám đốc, các hoạt động kết nối với cơ sở đào tạo nghề của Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình luôn nhận được sự quan tâm của các cơ quan chức năng. Nhân viên CTXH tại cơ sở luôn chú trọng thực hiện công tác kết nối nguồn lực để có thể dạy nghề, hỗ trợ tạo việc làm cho học viên.

**Hình 2.** Các nghề nghiệp được kết nối thành công cho người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình

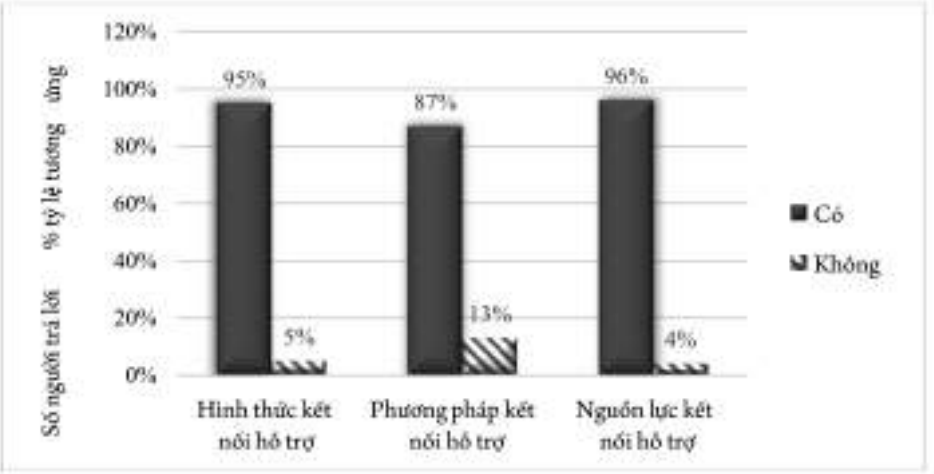



*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Kết quả khảo sát cho thấy: may mặc chiếm 56% số học viên tại cơ sở được kết nối thành công; 50% là được kết nối các ngành nghề thuộc lĩnh vực xây dựng; 12% lựa chọn trồng, chăm sóc cây trồng như ngô, khoai, sắn, hay nổi bật nhất ở Hòa Bình đó là cam Cao Phong; 8% đã được kết nối đến những ngành thủ công mỹ nghệ đơn giản dễ làm và có thể mang lại thu nhập cho người làm ra chúng; 6% chọn nghề chăn nuôi và 3% học viên tại cơ sở được truyền nghề làm đậu phụ.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đã khảo sát về hiệu quả của công tác kết nối nguồn lực hỗ trợ đạo tạo nghề cho người cai nghiện ma túy. Kết quả được thể hiện ở biểu đồ sau:

**Hình 3.** Hiệu quả của công tác kết nối hỗ trợ đào tạo nghề cho người cai nghiện ma túy



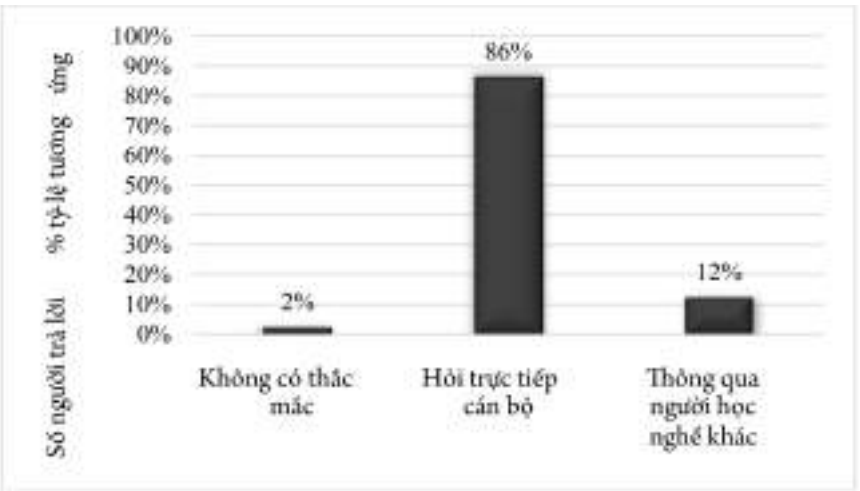

*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Hiệu quả của công tác kết nối nguồn lực hỗ trợ đào tạo nghề cho người cai nghiện ma túy được học viên đánh giá khá cao và phù hợp hợp với họ. Hình thức kết nối hỗ trợ đào tạo nghề 95%; 87% câu trả lời phù hợp với phương pháp kết nối hỗ trợ đào tạo nghề. Nguồn lực hỗ trợ đào tạo nghề đáp ứng nhu cầu và mong muốn của người cai nghiện ma túy sát với thực tế, kỹ năng nghề nghiệp (chiếm 96%). *"Việc thực hiện công tác giáo dục tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình đã tạo cho chúng tôi một vốn kiến thức vốn có để có thể làm việc, ngoài ra chúng tôi còn được quan tâm và tạo điều kiện học nghành nghề theo nhu cầu của mình, nhu cầu của xã hội."* Anh NVD - học viên tại cơ sở chia sẻ về công tác giáo dục dạy nghề tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình.

Qua đó, có thể thấy rằng công tác kết nối nguồn lực hỗ trợ đào tạo nghề tại cơ sở là rất có ích và phù hợp với nhu cầu của học viên; hình thức, nguồn lực, phương pháp bám sát với các chính sách của nhà nước, Sở Lao động - Thương binh và Xã hội tỉnh Hòa Bình đề ra.

Công tác cung cấp Cung cấp thông tin việc làm cho người cai nghiện ma túy cũng được Ban Giám đốc Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình cùng sự chỉ đạo quyết liệt của Sở Lao động - Thương binh và Xã hội và Sở Giáo dục và Đào tạo tỉnh Hòa Bình, các trường dạy nghề trên địa bàn tỉnh. Điều này cho thấy sự quan tâm của các cấp lãnh đạo đối với vấn đề cung cấp thông tin tư vấn việc làm cho người cai nghiện ma túy để họ nắm rõ về ngành nghề mà mình có thể học. Kết quả khảo sát cụ thể như sau:

**Hình 4.** Lựa chọn giải đáp thắc mắc thông tin ngành nghề của người cai nghiện ma túy tại cơ sở



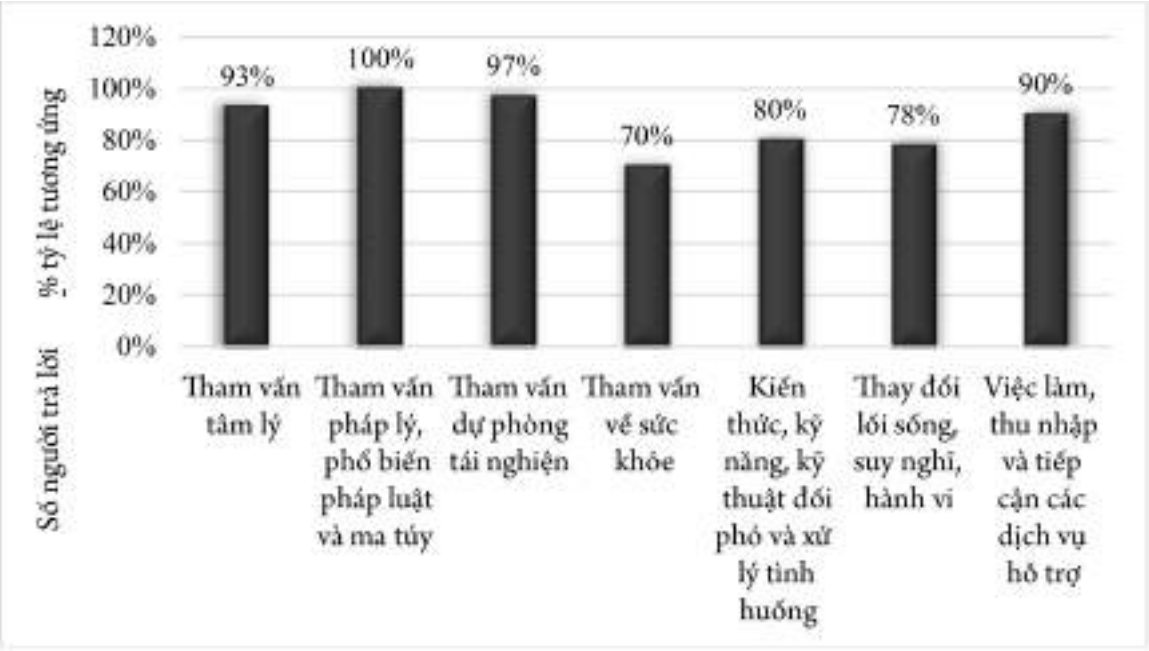

*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Hình trên cho thấy phần lớn học viên khi có nhu cầu tìm hiểu về thông tin nghề nghiệp sẽ lựa chọn việc hỏi trực tiếp cán bộ tại cơ sở về thông tin ngành nghề, định hướng nghề (chiếm 86%), 12% học viên hỏi qua người học nghề khác và 2% học viên không có thắc mắc. Để cung cấp thông tin và định hướng nghề nghiệp đạt hiệu quả cao hơn thì cần chú tâm đến nhu cầu học nghề của học viên. Hầu hết học viên học tại cơ sở đều được cung cấp thông tin việc làm theo nhu cầu của họ. Phần lớn họ chọn các ngành nghề phù hợp với khả năng và sở thích của bản thân, khi có các thắc mắc, họ được kịp thời giải đáp cùng với sự hướng dẫn của các cán bộ trong cơ sở. Ngoài ra, họ thường hỏi những người học nghề khác khi có những điều còn băn khoăn, do cùng học nghề nên họ có thể giúp đỡ lẫn nhau khi gặp khó khăn trong việc học tập và việc thu nhận thông tin việc làm mà cơ sở cung cấp.

***4.3. Hoạt động tham vấn***

Tạo điều kiện cho người cai nghiện ma túy tại cơ sở được tham vấn nhằm thay đổi lối sống, suy nghĩ, hành vi một cách tốt nhất và hiệu quả nhất là quan điểm xuyên suốt của cơ sở. Mỗi hoạt động tham vấn đều chịu sự chi phối và ảnh hưởng của nhiều nhân tố như hệ thống chính sách, nhận thức về triển khai hoạt động của đội ngũ lãnh đạo, quản lý tại trung tâm, năng lực thực hành tham vấn điều trị của những người cán bộ làm việc trực tiếp với người cai nghiện ma túy, ý thức sẵn sàng tham gia của chính học viên... Chính vì vậy, đánh giá mức độ tác động của các yếu tố trên đến chất lượng/ hiệu quả của hoạt động tham vấn là cần thiết. Tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình, các nội dung của hoạt động tham vấn được triển khai khá đa dạng, từ những nội dung tham vấn về tâm lý nói chung đến các nội dung tham vấn về các vấn đề sâu hơn như: pháp lý, sức khỏe, dự phòng tái nghiện… cho các học viên tại đây.

**Hình 5.** Nội dung tham vấn được cung cấp cho người cai nghiện ma túy tại cơ sở



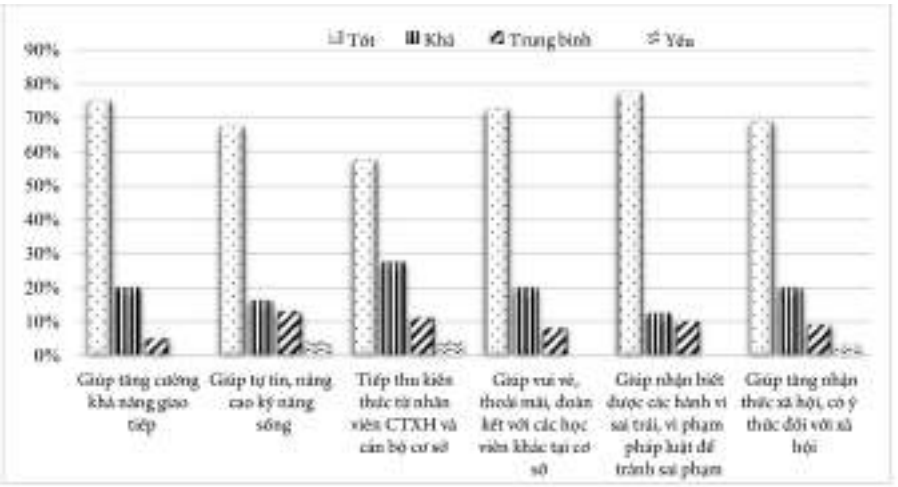

*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Khảo sát cho thấy, 100% học viên tại cơ sở đều được tham vấn pháp lý, phổ biến pháp luật và ma túy; 97% được tham vấn dự phòng tái nghiện; 93% được tham vấn tâm lý; 90% học viên được tham vấn về việc làm, thu nhập và tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ; 80% được bổ sung kiến thức, kỹ năng, kỹ thuật đối phó và xử lý tình huống; 78% học viên được tham vấn thay đổi lối sống, suy nghĩ, hành vi; 70% học viên được tham vấn về các vấn đề sức khỏe.

Hoạt động tham vấn tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình cho thấy hoạt động được triển khai đầy đủ và đồng bộ tới toàn bộ học viên là người đang thực hiện cai nghiện ma túy tại cơ sở.

Trên cơ sở các nội dung tham vấn cơ sở cung cấp, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát đánh giá hiệu quả hoạt động tham vấn trong quá trình hỗ trợ điều trị tại cơ sở.

**Hình 6.** Đánh giá hiệu quả công tác tham vấn cho người cai nghiện ma túy tại cơ sở




*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Giúp các học viên tăng cường khả năng giao tiếp được đánh giá là đạt hiệu quả tốt, chiếm tỷ lệ 75%; 20% đánh giá ở mức khá; 5% đánh giá mức trung bình; không có đánh giá ở mức yếu.

Giúp tự tin, nâng cao kỹ năng sống có 67,5% đánh giá hiệu quả tốt; 16,2% đánh giá hiệu quả khá, chiếm; 12,5% đánh giá trung bình và 3,8% đánh giá mức yếu.

Về tiếp thu kiến thức từ nhân viên CTXH và cán bộ cơ sở 57,5% đánh giá tốt; 27,5% đánh giá mức khá; 3,8% đánh giá mức trung bình và 3,8% đánh giá mức yếu.

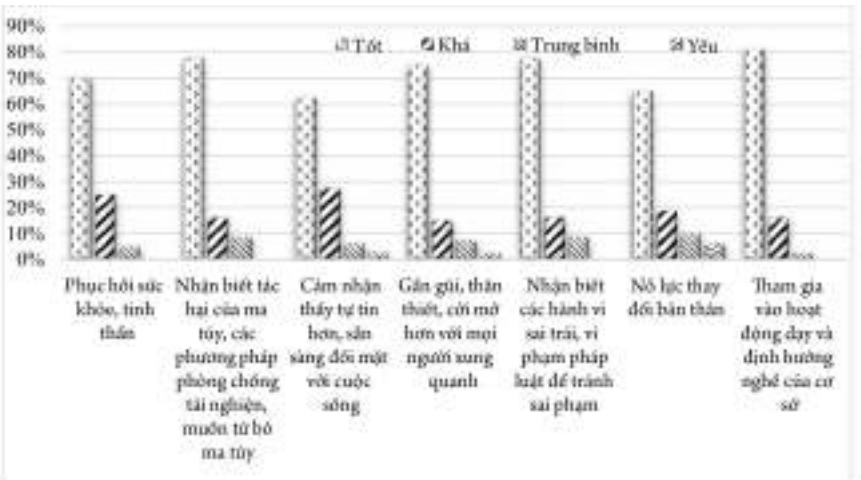
Giúp các học viên vui vẻ, thoải mái, đoàn kết với các học viên khác tại cơ sở có 72,5% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 20% đánh giá ở mức khá; 7,5% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

Học viên điều trị tại cơ sở nhận biết được các hành vi sai trái, vi phạm pháp luật để tránh sai phạm có 77,5% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 12,5% đánh giá ở mức khá; 10% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

Về giúp tăng nhận thức xã hội, có 68,8% đánh giá tốt; 20% đánh giá mức khá; 8,7% đánh giá mức trung bình và 2,5% đánh giá mức yếu. Qua đây có thể nhận thấy, hoạt động tham vấn tại cơ sở đã có ích đối với người cai nghiện ma túy, những nội dung khảo sát học viên đa phần được đánh giá ở mức tốt, khá. Còn tồn tại khoảng 3,5% đánh giá hiệu quả ở mức yếu.

Các hoạt động tham vấn đã có những tác động nhất định đến người nghiện đang cai nghiện tại cơ sở, tác động đến quá trình điều trị cai nghiện của họ tại nơi đây. Biểu đồ sau cho thấy kết quả đánh giá mức độ phục hồi của người nghiện ma túy sau khi được tham vấn tại cơ sở:

**Hình 7.** Đánh giá mức độ phục hồi của người cai nghiện ma túy tại cơ sở sau khi được tham vấn




*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Qua kết quả điều tra khảo sát cho thấy, mức độ phục hồi của học viên sau thời gian được tham gia hoạt động tham vấn điều trị là rất cao, cụ thể:

Học viên phục hồi sức khỏe, tinh thần có 70% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 25% đánh giá ở mức khá; 5% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

Học viên nhận biết tác hại của ma túy, các phương pháp phòng chống tái nghiện, muốn từ bỏ ma túy có 77,5% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; 16,2% đánh giá ở mức khá; 8,7% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

Học viên cảm thấy tự tin hơn, sẵn sàng đối mặt với cuộc sống có 62,5% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; 27,5% đánh giá ở mức khá; 6,2% đánh giá mức trung bình và 2,8% đánh giá phục hồi ở mức yếu.

Người cai nghiện ma túy tại cơ sở trở nên gần gũi, thân thiết, cởi mở hơn với mọi người xung quanh có 75% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 15% đánh giá ở mức khá; 7,5% đánh giá mức trung bình và 2,5% đánh giá phục hồi ở mức yếu.

Học viên nhận biết được các hành vi sai trái, vi phạm pháp luật để tránh sai phạm có 77,5% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 16,5% đánh giá ở mức khá; 8,7% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

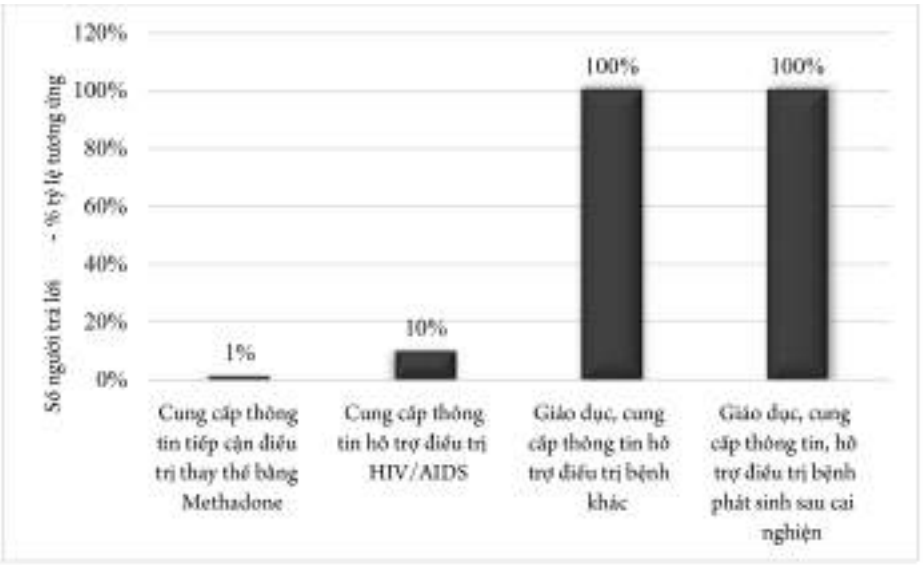
Học viên nỗ lực thay đổi bản thân có 65% đánh giá là đạt hiệu quả tốt; có 18,7% đánh giá ở mức khá; 10% đánh giá mức trung bình và 2,5% đánh giá phục hồi ở mức yếu.

Học viên đã chủ động tham gia vào hoạt động dạy và định hướng nghề nghiệp tại cơ sở được đánh giá khá cao chiếm 81,25%; có 16,2% đánh giá ở mức khá; 2,5% đánh giá mức trung bình; không có học viên đánh giá ở mức yếu.

***4.4. Hoạt động giáo dục, chăm sóc sức khỏe***

Hoạt động chăm sóc sức khỏe như thăm khám, điều trị, cấp thuốc... do đội ngũ bác sĩ, y sĩ tại cơ sở đảm nhiệm. Nhân viên CTXH chịu trách nhiệm các hoạt động như tổ chức tập huấn, tuyên truyền, cung cấp thông tin về chăm sóc, phụ hồi sức khỏe cho người cai nghiện ma túy. Giáo dục, chăm sóc sức khỏe là hoạt động mang tính chất thường xuyên trong quá trình cai nghiện ma túy.

**Hình 8.** Hoạt động giáo dục cung cấp thông tin, chăm sóc sức khỏe cho người cai nghiện ma túy tại cơ sở




*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài (2023)*

Kết quả khảo sát cho thấy người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình được giáo dục, chăm sóc sức khỏe trong quá trình thực hiện cai nghiện ma túy tại cơ sở. Trong thời gian đầu, khi người nghiện ma túy đến cơ sở thực hiện cai nghiện dưới dạng bắt buộc hoặc tự nguyện đều được đánh giá kỹ mức độ lệ thuộc các chất gây nghiện, loại ma túy sử dụng, đường dung, mức độ dung nạp…. Việc này rất quan trọng trong hỗ trợ cai nghiện ma túy và hỗ trợ chăm sóc sức khỏe cho người cai nghiện ma túy.

Các hành vi nguy cơ cao: Tiêm chích ma túy gây ngộ độc hoặc quá liều; sử dụng đồng thời nhiều loại chất gây nghiện, dùng chung bơm kim tiêm khi tiêm

chích ma túy, quan hệ tình dục không an toàn; Tìm hiểu tiền sử bệnh nhiễm HIV, viêm gan B, C (nếu có), các giai đoạn bị trầm cảm, ý tưởng và hành vi tự sát, các bệnh loạn thần khác đã điều trị…; tiền sử tình trạng tâm lý xã hội liên quan (học tập, nghề nghiệp, hôn nhân, gia đình, tài chính, quan hệ xã hội và pháp luật).

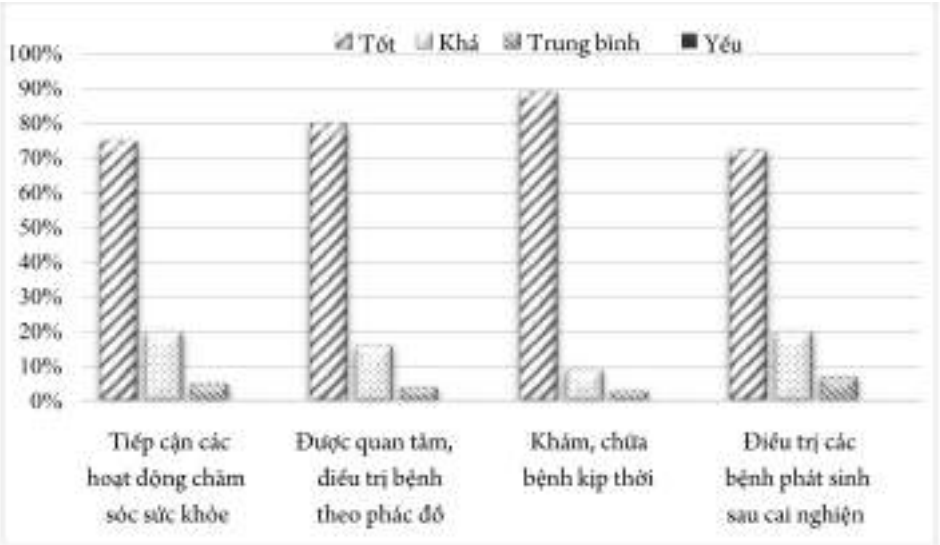
Người cai nghiện ma túy tại cơ sở đều được giáo dục, cung cấp thông tin hỗ trợ về điều trị các bệnh phát sinh sau cai và các bệnh khác, chiếm 100%. Điều này cho thấy cơ sở thường xuyên triển khai các hoạt động giáo dục, cung cấp thông tin, tập huấn, hỗ trợ điều trị bệnh cho người cai nghiện, luôn tạo điều kiện cho các học viên có cơ hội tiếp cận dịch vụ y tế để điều trị các bệnh phát sinh, các bệnh nhiễm trùng cơ hội và bệnh thông thường khác.

Hoạt động cung cấp thông tin hỗ trợ điều trị HIV/AIDS hiện có 10% học viên tiếp cận và được điều trị hoàn toàn bằng ARV. Cơ sở phối kết hợp với Bệnh viện Đa khoa tỉnh Hòa Bình để cung cấp thuốc điều trị cho người cai nghiện ma túy nhiễm HIV/AIDS. Bên cạnh đó, cơ sở phối hợp với Trung tâm Kiểm soát Bệnh tật và Trung tâm Y tế thành phố Hòa Bình lấy máu xét nghiệm sàng lọc HIV/AIDS cho học viên.

Hoạt động cung cấp thông tin hỗ trợ điều trị thay thế bằng Methadone tuy được triển khai nhưng chỉ có 1% học viên tham gia. Điều trị bằng Methadone tại cơ sở là tự nguyện và phải chi trả thêm chi phí, nên gia đình của người cai nghiện ma túy không đăng ký cho con, em tham gia điều trị thay thế bằng Methadone.

Hoạt động giáo dục, chăm sóc sức khỏe cũng được nghiên cứu đánh giá mức độ hiệu quả cụ thể. Kết quả khảo sát được thể hiện qua biểu đồ sau:

**Hình 9.** Đánh giá mức độ hiệu quả của giáo dục, chăm sóc sức khỏe đối với người cai nghiện ma túy




*Nguồn: Kết quả khảo sát của Đề tài "Hoạt động CTXH đối với người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2022"*

Tiếp cận các hoạt động chăm sóc sức khỏe được đánh giá là đạt hiệu quả tốt, chiếm 75%; 20% đánh giá ở mức khá; 5% đánh giá ở mức trung bình; không có đánh giá ở mức yếu.

Hiệu quả được quan tâm, điều trị bệnh theo phác đồ được đánh giá là đạt hiệu quả tốt, chiếm 80%; 16% đánh giá ở mức khá; 4% đánh giá ở mức trung bình; không có đánh giá ở mức yếu.

Khám, chữa bệnh kịp thời được đánh giá là đạt hiệu quả tốt, chiếm 89%; 9% đánh giá ở mức khá; 3% đánh giá ở mức trung bình; không có đánh giá ở mức yếu.

Điều trị các bệnh phát sinh sau cai nghiện được đánh giá là đạt hiệu quả tốt, chiếm 73%; 20% đánh giá ở mức khá; 7% đánh giá ở mức trung bình; không có đánh giá ở mức yếu.

**5. Kết luận**

CTXH đối với người cai nghiện ma túy là phương pháp trong CTXH nhằm giúp tăng cường, củng cố chức năng xã hội của người cai nghiện

ma túy thông qua các hoạt động nhóm, cá nhân và khả năng ứng phó với các vấn đề của cá nhân của người cai nghiện ma túy. Kết quả khảo sát thực tiễn các hoạt động CTXH hỗ trợ cho người cai nghiện ma túy ở Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình cho thấy, các cán bộ nhân viên đã thực hiện tốt và đa dạng các hoạt động CTXH trong tổ chức cai nghiện cho học viên như: Các hoạt động kết nối nguồn lực để dạy nghề, hướng nghiệp; các hoạt động tham vấn: tham vấn tâm lý, tham vấn dự phòng tái nghiện, tham vấn về chính sách, luật pháp trong lĩnh vực cai nghiện; các hoạt động giáo dục, chăm sóc sức khỏe…

Kết quả nghiên cứu này là cơ sở thực tiễn quan trọng để đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả các hoạt động CTXH trong hỗ trợ người cai nghiện ma túy tại Cơ sở Cai nghiện ma túy số 1 tỉnh Hòa Bình như tăng cường tập huấn/tuyên truyền cho người đang cai nghiện ma túy về các hoạt động giáo dục nghề nghiệp, tăng cường sự tự tin vào bản thân, rèn luyện các kỹ năng để đối phó với những tình huống nguy cơ sau khi tái hòa nhập cộng đồng. Bên cạnh đó, các cán bộ triển khai các hoạt động CTXH tại cơ sở cũng cần nhận được sự quan tâm, tạo điều kiện từ ban giám đốc trong việc học tập, nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ, tham gia các tập huấn chuyên sâu… để cung cấp các hoạt động hỗ trợ người cai nghiện tại cơ sở ngày càng tốt hơn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2019). *Tình hình, kết quả thực hiện công tác phòng, chống mại dâm, cai nghiện ma túy năm 2019 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2020.*

Cảnh, H.Đ., Long, N.T., và Hưng, N.V. (2013). Đề tài *"Đánh giá hiệu quả các chất dạng thuốc phiện bằng Methadone tại thành phố Hồ Chí Minh và Hải Phòng (2009 -2011)"*.

Hường, T.T.M. (2015). *Nhu cầu việc làm của người sau cai nghiện ma túy"*. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội.

Huyền, Đ.T. (2017). *Hoạt động hỗ trợ cho người sau cai nghiện ma túy tại thành phố Hòa Bình, tỉnh Hòa Bình*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Lao động - Xã hội.

Huyền, L.T.T. (2014). Đề tài *"Hoạt động hỗ trợ tạo việc làm cho người sau cai nghiện ma túy"*.

Nhật, N.L. (2019). *Vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ người sai cai nghiện tái hòa nhập cộng đồng tại huyện Gia Lâm, Thành phố Hà Nội"*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Lao động - Xã hội

Tươi, P. T. (2016). *Mô hình tái hòa nhập cộng đồng cho người sau cai nghiện ma túy tại Trung tâm Quản lý dạy nghề và giải quyết việc làm số 1 Hà Nội*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học - Xã hội và Nhân văn Hà Nội

Vân, T. H. (2015). *Hoạt động CTXH trong hỗ trợ điều trị nghiện cho người nghiện ma túy tại cộng đồng (Nghiên cứu trường hợp tại cơ sở điều trị Methadone thuộc Trung tâm phòng chống HIV/AIDS thành phố Nam Định)*.

Việt, V. Đ. (2013). *Nghiên cứu mạng lưới hỗ trợ giữa những người nghiện chích ma túy tại Việt Nam.*

# KẾ TOÁN XANH TRONG XU THẾ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG: LỢI ÍCH VÀ KHÓ KHĂN ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP

**TS. Lương Thị Huyền**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
luonghuyen1982@gmail.com

**Tóm tắt: Kế toán xanh mang đến nhiều lợi ích không chỉ cho doanh nghiệp mà cả nền kinh tế đất nước, ứng dụng kế toán xanh mang lại nhiều giá trị tích cực. Thực tế hiện nay, nhiều doanh nghiệp chưa nhìn thấy được lợi ích từ việc bảo vệ môi trường nói chung và việc áp dụng kế toán xanh nói riêng. Ứng dụng kế toán xanh sẽ cho doanh nghiệp một cái nhìn tổng thể về thông tin môi trường bên ngoài cũng như thông tin về hoạt động sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp, giúp nhà quản lý định hướng phát triển doanh nghiệp theo hướng tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Tuy nhiên, việc áp dụng kế toán xanh hiện nay vẫn còn nhiều khó khăn và hạn chế. Do đó, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa việc ứng dụng kế toán xanh. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu thu thập dữ liệu để nghiên cứu về kế toán xanh như khái niệm về kế toán xanh, sự khác biệt giữa kế toán xanh và kế toán truyền thống. Đồng thời, bài viết trình bày lợi ích kế toán xanh mang lại cho doanh nghiệp và khó khăn thách thức đối với doanh nghiệp ở Việt Nam khi ứng dụng kế toán xanh, từ đó đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả kế toán xanh đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của doanh nghiệp.**

***Từ khóa:*** *Kế toán xanh, lợi ích của kế toán xanh, khó khăn khi ứng dụng kế toán xanh.*

## GREEN ACCOUNTING IN THE TREND OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: BENEFITS AND DIFFICULTIES FOR BUSINESSES

***Abstract:*** *Green accounting offers numerous advantages not only to enterprises but also to the national economy. The implementation of green accounting brings forth various positive outcomes. Presently, many businesses fail to recognize the advantages of environmental protection in general and the adoption of green accounting in particular. Green accounting aids in providing businesses with a comprehensive understanding of external environmental data, as well as insights into the company's production and operations. This, in turn, assists managers in steering their enterprises towards eco-friendly growth and sustainable development. Nevertheless, the current utilization of green accounting faces several challenges and constraints, necessitating businesses to further advocate for its implementation. The article employs data collection research techniques to explore green accounting, including its concept and the disparities between green accounting and traditional accounting. Additionally, it highlights the benefits that green accounting offers to enterprises, along with the obstacles and difficulties faced by businesses in Vietnam*

*when adopting green accounting. Subsequently, the article proposes solutions to enhance the efficacy of green accounting and meet the sustainable development demands of businesses.*

***Keywords:*** *Green accounting, benefits of green accounting, difficulties encountered while implementing green accounting.*

**Mã bài báo:** JHS - 168 **Ngày nhận bài:** 5/12/2023 **Ngày nhận phản biện:** 17/12/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 29/12/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Giới thiệu**

Có một thực tế rằng, sự thay đổi trong nền kinh tế sẽ làm ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào. Thêm vào đó, tổng sản phẩm nội địa (GDP) của một quốc gia có thể bị ảnh hưởng bởi sự thay đổi của khí hậu và môi trường. Khi mọi người có ý thức hơn về vấn đề môi trường thì yêu cầu công bố thông tin một cách đầy đủ và phù hợp về vấn đề này của doanh nghiệp ngày càng tăng. Đối với các doanh nghiệp trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh có tác động đến môi trường là điều không thể tránh khỏi. Nhưng trước xu thế của xã hội cùng các chính sách về bảo vệ môi trường tại các nước sở tại, đòi hỏi các doanh nghiệp ngoài việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh còn phải có trách nhiệm với môi trường. Đây chính là một khoản chi phí không hề nhỏ, vì vậy việc cần có một hệ thống kế toán để ghi nhận thông tin một cách chính xác, đầy đủ và minh bạch về các yếu tố môi trường cũng như đảm bảo rằng các khoản chi phí để phục vụ cho việc cải tạo môi trường là hợp lý và hiệu quả. Từ đó, doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được chi phí và cải thiện hình ảnh từ các cơ quan quản lý, cổ đông và các nhà đầu tư, tăng sức cạnh tranh trên thị thường. Vì vậy, nghiên cứu về kế toán xanh, lợi ích và khó khăn, thách thức khi ứng dụng kế toán xanh đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay có ý nghĩa rất lớn và cần thiết.

**2. Cơ sở lý thuyết**

Kế toán xanh là phương thức kế toán đưa các yếu tố chi phí môi trường vào kết quả tài chính trong hoạt động của doanh nghiệp. Mục đích chính của kế toán xanh là giúp các doanh nghiệp hiểu và quản lý mối quan hệ có qua có lại giữa các mục tiêu kinh tế truyền thống và các mục tiêu môi trường, hướng đến sự phát triển bền vững. Như vậy có thể hiểu, kế toán xanh là một hệ thống kế toán hiện đại và toàn diện nhằm ghi chép, tổng hợp và lập báo cáo cho một tổ chức, để phản ánh đầy đủ các nội dung về tài sản, nợ phải trả, vốn đầu tư, nguồn thu và các khoản chi cho môi trường xanh của quốc gia. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế và được xem là bước chuyển đổi theo phương thức phát triển bền vững, hướng tới phát triển nền kinh tế xanh.

Mục tiêu của kế toán xanh là trình bày các thông tin về kế toán tài chính, thông tin về kế toán xã hội và thông tin về kế toán môi trường. Các thông tin kế toán này được trình bày một cách tích hợp trong một báo cáo kế toán xanh. Từ đó, các bên liên quan có thể sử dụng nó trong việc định giá và ra quyết định đầu tư về mặt kinh tế, quản lý và các vấn đề khác. Cụ thể là nhà quản trị doanh nghiệp, cổ đông, chủ nợ, khách hàng, người tiêu dùng, nhân viên, Chính phủ … có thể đánh giá đầy đủ về tình hình tài chính và hiệu quả kinh doanh, rủi ro doanh nghiệp, triển vọng tăng trưởng kinh doanh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, lợi nhuận cũng như sự bền vững của doanh nghiệp trước khi đưa ra quyết định doanh cuối cùng. Ngoài ra, các bên liên quan có thể biết các thông tin kế toán về việc doanh nghiệp có trách có nhiệm với xã hội và môi trường hay không. Đây là điều kiện tiên quyết quyết định tính phát triển bền vững và lợi nhuận của doanh nghiệp trong dài hạn.

Kế toán xanh hay còn được gọi phổ biến là kế toán môi trường là phương pháp kế toán có xem xét, toán các đến các chi phí môi trường, những ảnh hưởng đến môi trường và hậu quả của nó.

Theo Wikipedia, kế toán xanh là một phương pháp kế toán cố gắng đưa yếu tố chi phí môi trường vào kết quả tài chính trong các doanh nghiệp. Người ta đã lập luận rằng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) bỏ qua yếu tố môi trường, do đó các nhà hoạch định chính sách cần một mô hình sửa đổi mà có sự kết hợp với kế toán xanh. Mục đích chính của kế toán xanh là giúp các doanh nghiệp hiểu và giải quyết được mối quan hệ qua lại giữa các mục tiêu kinh tế truyền thống và các mục tiêu về môi trường. Kế toán xanh cung cấp thêm thông tin quan trọng phục vụ cho việc phân tích

các vấn đề về chính sách, nhất là khi những thông tin cần thiết này lại thường bị xem nhẹ.

Định nghĩa về kế toán xanh ở nhiều quốc gia có tính tương đồng:

**Bảng 1.** Định nghĩa về kế toán xanh ở các quốc gia khác nhau

| Quốc gia và tên các quy định | Quy định và định nghĩa |
|---|---|
| Cục Bảo vệ môi sinh Hoa Kỳ, giới thiệu Kế toán môi trường như một công cụ kinh doanh năm 1995 | Kế toán về chi phí môi trường nghĩa là thêm thông tin về chi phí môi trường vào hệ thống kế toán về chi phí hiện tại, nhận biết chi phí môi trường đang bị ẩn đi và phân bổ chi phí này cho sản phẩm hoặc sản xuất. |
| Bộ phận phát triển bền vững của Liên hợp quốc, Kế toán quản trị môi trường năm 2001 (EMA) | Về chi phí doanh nghiệp, sản xuất thiết kế sản phẩm và ra quyết định đầu tư, EMA có thể cung cấp thông tin ngay lập tức và mang tính tầm nhìn. EMA cũng là công cụ ra quyết định và hỗ trợ. Hệ thống thông tin cho phép các công ty quản lý chu trình môi trường và thông tin kinh tế và cho phép có được thông tin tốt hơn cùng với các chiến lược bảo vệ môi trường. |
| Liên đoàn kế toán quốc tế, Chỉ dẫn về kế toán quản trị môi trường năm 2005 | Kế toán môi trường quản lý hiệu quả kinh tế và môi trường bằng cách phát triển và thực hiện một hệ thống kế toán môi trường phù hợp, bao gồm các báo cáo và kiểm toán thông tin doanh nghiệp và kế toán quản lý môi trường. Nói chung, kế toán quản lý môi trường bao gồm kế toán vòng đời, kế toán tổng chi phí, một quy trình hiệu quả và hoạch định chiến lược quản lý môi trường. |
| Bộ Môi trường, Nhật Bản, Chỉ dẫn kế toán môi trường năm 2005 | Kế toán xanh là một đánh giá định lượng về chi phí và hiệu quả của doanh nghiệp trong các hoạt động bảo vệ môi trường. Các doanh nghiệp được yêu cầu phải có hồ sơ và báo cáo có hệ thống và được hướng dẫn để duy trì mối quan hệ tích cực với môi trường sinh thái để thực hiện các hoạt động môi trường hiệu quả và năng suất. Mục tiêu cuối cùng là hoàn thành sự phát triển bền vững. |
| Cơ quan bảo vệ môi trường, Đài Loan, Chỉ dẫn về kế toán môi trường công nghiệp năm 2008 | Bằng cách đo lường, ghi chép, phân tích và giải thích, các nguồn lực của doanh nghiệp được đầu tư vào việc cải thiện và bảo vệ môi trường và kết quả thực hiện được sắp xếp lại hoàn chỉnh và nhất quán, và các kết quả được cung cấp cho các bên liên quan của doanh nghiệp. |

*Nguồn: Hang, Jui-Che Tu and Hsieh-Shan Huang, 2015*

Như vậy, kế toán xanh có thể hiểu là một hệ thống kế toán hiện đại và có tính toàn diện nhằm ghi chép, tổng hợp và lập báo cáo cho doanh nghiệp, nhằm phản ánh đầy đủ các nội dung về tài sản, nợ phải trả, vốn đầu tư, nguồn thu và các khoản chi cho môi trường xanh của doanh nghiệp. Từ đó, thúc đẩy doanh nghiệp sử dụng sản xuất sạch và định hướng cho doanh nghiệp thực hiện các hoạt động môi trường hiệu quả để đạt được mục tiêu phát triển bền vững.

**Bảng 2.** Khác biệt giữa kế toán xanh và kế toán truyền thống

| Khoản mục | Kế toán truyền thống | Kế toán xanh |
|---|---|---|
| Thông tin | Thông tin tài chính, kinh tế, quản trị chỉ liên quan sản xuất kinh doanh | Ngoài thông tin như kế toán truyền thống, còn cung cấp thông tin về môi trường, xã hội, phúc lợi người dân. |
| Đối tượng sử dụng thông tin | - Chủ yếu là cơ quan thuế<br>- Nhà đầu tư trong nước | - Chủ yếu là nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức phi chính phủ, tổ chức môi trường<br>- Chính phủ<br>- Nhà đầu tư trong nước<br>- Chủ nợ, khách hàng doanh nghiệp<br>- Người tiêu dùng<br>- Nhân viên |
| Nội dung Báo cáo tài chính | Chỉ thể hiện được tính kinh tế tài chính của hoạt động sản xuất kinh doanh | Ngoài nội dung như kế toán truyền thống, phải thể hiện rõ ràng, riêng biệt, chính xác các khoản mục, số liệu liên quan đến môi trường, xã hội. |

*Nguồn: Farouk, 2012; Lako,2019; Rajshree & Sravani,2017*

Kế toán xanh có khá nhiều ưu điểm vượt trội so với kế toán truyền thống và là một bộ phận để thực hiện tăng trưởng xanh. Ngoài những thông tin của kế toán truyền thống, kế toán xanh còn cung cấp nhiều thông tin liên quan đến môi trường xanh, xã hội, phúc lợi người dân. Đối tượng sử dụng thông tin mà kế toán này cung cấp cũng đa dạng và có vị thế cao hơn, sức cạnh tranh và khả năng thu hút đầu tư quốc tế cũng lớn hơn. Đây là điểm mấu chốt cho sự phát triển bền vững đất nước.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết sử dụng thông tin thứ cấp thông qua các tài liệu liên quan đến kế toán xanh đáp ứng phát triển bền vững của các doanh nghiệp ở Việt Nam để phân tích lợi ích và khó khăn, thách thức ứng dụng kế toán xanh và đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao ứng dụng kế toán của các doanh nghiệp Việt Nam đáp ứng phát triển bền vững.

**4. Lợi ích và khó khăn khi ứng dụng kế toán xanh**

*Lợi ích khi ứng dụng kế toán xanh*

Ambe, C. M (2009) cho rằng kế toán xanh mang lại các lợi ích sau:

*Thứ nhất,* kế toán xanh tư vấn cho khách hàng về tính bền vững và tác động đến môi trường từ của các quyết định của họ.

*Thứ hai,* kế toán xanh được nhìn nhận như là một công cụ hữu ích cung cấp các thông tin về môi trường ngoài các thông tin về tình hình sản xuất - kinh doanh.

*Thứ ba,* kế toán xanh làm cơ sở cho các nghĩa vụ bảo vệ môi trường của doanh nghiệp. Nhờ đó, sẽ giúp giảm các rủi ro về môi trường cũng như rủi ro về sức khoẻ cộng đồng, đồng thời cải thiện công tác kế toán và tài chính môi trường trong phạm vi doanh nghiệp.

Kế toán xanh giúp các doanh nghiệp thực hiện hài hòa giữa mục tiêu kinh tế truyền thống và mục tiêu môi trường (Rajshree & Sravani, 2017). Nó cũng làm gia tăng mức độ quan trọng của thông tin sẵn có về môi trường để phân tích các vấn đề chính sách, đặc biệt là khi những thông tin đó thường bị bỏ qua. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng để thực hiện tăng trưởng xanh nền kinh tế.

**Bảng 3.** Lợi ích của kế toán xanh

| **Kế toán xanh cung cấp thông tin** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Xác định một phần của tổng sản phẩm quốc nội dùng phản ánh chi phí cần thiết để bù đắp các tác động tiêu cực đến môi trường của tăng trưởng kinh tế. | Liên kết tài khoản tài nguyên thiên nhiên với tài khoản tiền tệ thông qua hệ thống kế toán kinh tế môi trường - SEEA. | Đánh giá chính xác được chi phí và thu nhập từ môi trường. | Cung cấp số liệu để xây dựng và duy trì nguồn vốn cho việc sử dụng hoặc tiêu thụ và khám phá tài sản từ môi trường thiên nhiên. | Xây dựng và đo lường các chỉ số về sản phẩm và thu nhập được điều chỉnh theo môi trường. |
| Góp phần tăng trưởng xanh nền kinh tế, phát triển bền vững đất nước | | | | |

*Nguồn: Rajshree và Sravani, 2017*

Theo Lako (2019) cho rằng, kế toán xanh có 3 nhiệm vụ, đó là: (1) hỗ trợ cổ đông, chủ nợ, khách hàng và lớn hơn là cộng đồng có thể đánh giá đầy đủ, toàn diện tình hình tài chính, hiệu quả kinh doanh, triển vọng tăng trưởng bền vững trước khi họ đưa ra các quyết định kinh tế hoặc phi kinh tế; (2) giúp Chính phủ có được thông tin hiệu quả để đề ra các biện pháp quản lý, tuyên truyền để doanh nghiệp nhận thức được tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội đối với môi trường và (3) giúp nhà quản lý doanh nghiệp, nhân viên có thể đánh giá được hiệu suất quản lý nội bộ thông qua quá trình doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội với môi trường, đây là điều kiện tiên quyết để xác định sự tăng trưởng bền vững trong dài hạn.

**Bảng 4.** Lợi ích của kế toán xanh

| Lợi ích kế toán xanh | | |
|---|---|---|
| **Loại thông tin** | **Thông tin định lượng (Thông tin tài chính)** | **Thông tin định tính (Thông tin xã hội và môi trường)** |
| Mục tiêu | Phúc lợi và bền vững của doanh nghiệp, xã hội, môi trường, Quốc gia | |

*Nguồn: Lako,* Andreas, 2019

Vân, (2018) đã nêu ra một số lợi ích nếu doanh nghiệp thực hiện tốt kế toán xanh là: (1) nhà quản lý có thể đưa ra những quyết định quan trọng như giảm chi phí sản xuất, đầu tư thiết bị sản xuất tốt hơn, sạch hơn, tạo ra sản phẩm có chất lượng, giảm giá thành, tăng lợi thế cạnh tranh; (2) nâng cao vị thế của doanh nghiệp đối với thị trường trong nước và quốc tế, tiếp cận với thị trường quốc tế dễ dàng hơn và (3) được hưởng nhiều ưu đãi từ những cơ quan nhà nước cũng như tổ chức môi trường.

Thật vậy, mục tiêu của kế toán xanh là cung cấp thông tin liên quan đến môi trường, xã hội thông qua các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó hướng dẫn doanh nghiệp, các chủ dự án trong các quyết định kinh tế và phi kinh tế, khuyến khích họ nỗ lực trong việc sử dụng tài nguyên, kể cả tài nguyên thiên nhiên do con người tạo ra một cách có hiệu quả và hạn chế tối đa sự hủy hoại môi trường, hạn chế rác thải và sự ô nhiễm, thay đổi các hành vi đối xử với môi trường sống. Điều này là rất quan trọng đối với các nước đang phát triển trong xu thế thực hiện tăng trưởng xanh toàn cầu, phát triển bền vững đất nước.

Thực tế trên thế giới, có nhiều doanh nghiệp đã ứng dụng kế toán xanh và mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Tập đoàn Fujisu của Nhật bản là một điển hình thành công trong ứng dụng hệ thống kế toán xanh. Tập đoàn Fujisu đã đưa ra chương trình "Green Process Activities" mục đích của chương trình là hướng tới việc tiết kiệm chi phí và cải tạo môi trường từ đó giúp tập đoàn thực hiện mục tiêu phát triển bền vững.

Mức độ ảnh hưởng môi trường của vật liệu được chia làm 5 mức độ: mức độ cao nhất là những vật liệu đầu vào có khả năng gây ung thư cho con người, các mức độ tiếp theo giảm dần từ ảnh hưởng nghiêm trọng đến ít ảnh hưởng tới con người và môi trường. Dựa vào việc xem xét môi trường như là một nhân tố tham gia vào tiêu chuẩn sản xuất ngoài các tiêu chuẩn truyền thống giúp Tập đoàn Fujisu đạt được những kết quả đáng kể như: Trong năm 2021, lượng khí thải Flourine giảm 9% lượng khí gas sử dụng cho các thiết bị làm sạch nhà máy từ việc giảm thời gian sử dụng, hóa chất sử dụng giảm 7% và giảm 16,5% chi phí cho nguyên vật liệu đầu vào. Thông qua cung cấp thông tin về tài chính như lợi nhuận, doanh thu, chi phí sản xuất và chi phí môi trường của doanh nghiệp giúp nhà quản lý có nguồn thông tin đầy đủ, chính xác và có cái nhìn tổng quát về tình hình của doanh nghiệp mình từ đó đưa ra các quyết định sản xuất kinh doanh phù hợp. Hệ thống kế toán xanh của công ty đã giúp công ty kiết kiệm được chi phí thông qua việc giảm các yếu tố đầu vào nguyên liệu, năng lượng, nhân công bị tiêu hao trong quá trình tạo ra ô nhiễm. Hệ thống kế toán xanh giúp cung cấp thông tin về dòng chi phí sản phẩm (nguyên liệu, nhiên liệu, công cụ dụng cụ, nhân công..) và các chi phí chất thải trong sản xuất và bảo vệ môi trường để đánh giá lựa chọn phương án tốt hơn. Ví dụ, hệ thống kế toán xanh của công ty đã tiến hành xem xét, theo dõi từ đó phản ánh toàn bộ đầu vào và đầu ra của toàn bộ quá trình sản xuất thông qua thước đo hiện vật. Tính toán dòng chảy đầu vào bao gồm vật liệu, năng lượng, nước và đầu ra là sản phẩm và chất thải của một doanh nghiệp sản xuất dựa trên sự cân bằng vật liệu. Sự cân bằng này phải thực hiện riêng biệt giữa cân bằng nước, năng lượng và các cân bằng nguyên vật liệu khác.

*Khó khăn khi vận dụng kế toán xanh trong doanh nghiệp*

Xu hướng ứng dụng kế toán xanh trong doanh nghiệp sản xuất đang là xu hướng toàn cầu, những lợi ích từ việc áp dụng hệ thống kế toán xanh vào hoạt động sản xuất kinh doanh là không thể phủ nhận. Tuy nhiên, việc triển khai áp dụng kế toán xanh tại Việt Nam hiện nay còn gặp không ít khó khăn, thách thức:

*Thứ nhất, nhiều doanh nghiệp có xu hướng tránh né việc áp dụng kế toán xanh.*

Nghiên cứu về nhận thức của các doanh nghiệp ở Việt Nam đối với hệ thống kế toán xanh (Vân, 2018), tập trung vào 3 khía cạnh là: (1) nhận thức về môi trường; (2) sự tham gia vào hoạt động môi trường và (3) báo cáo liên quan môi trường. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức về các vấn đề về bảo vệ môi trường nhưng cam kết thực hiện bảo vệ môi trường của doanh nghiệp là rất thấp.

Khi thực hiện kế toán xanh tất yếu phát sinh thêm nhiều loại chi phí với quy mô ngày càng lớn liên quan đến môi trường, đến bảo vệ môi trường, xử lý các tác động đến môi trường và nâng cao chất lượng môi trường trong hợp đồng kinh doanh của các doanh nghiệp và trong triển khai các dự án đầu tư. Chi phí môi trường (chi phí khấu hao thiết bị: bao gồm việc xây dựng nhà máy xử lý chất thải, thuê bãi rác…, chi phí nhân sự: nhân viên phân loại rác, nhân viên bảo trì nhà máy xử lý nước thải..., chi phí dịch vụ thuê ngoài hay các phí thuế liên quan đến môi trường…). Những loại chi phí này thường được ẩn trong các loại chi phí sản xuất chung rồi

được phân bổ theo tiêu thức phân bổ chung, điều này có thể ảnh hưởng tới giá thành sản phẩm. Do đó, việc phân bổ chi phí và tính toán chính xác, đầy đủ các chi phí này đòi hỏi kế toán doanh nghiệp phải có trình độ cao, điều này gây khó khăn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

*Thứ hai, các chi phí về môi trường chưa được quy định rõ trong các chuẩn mực, chế độ kế toán Việt Nam gây khó khăn cho kế toán khi hạch toán*

Hiện nay, trên các tài khoản kế toán chưa ghi nhận các chi phí đáng kể liên quan đến môi trường như chi phí sửa chữa, đền bù, chi phí khắc phục sự cố và chi phí dọn dẹp, xử lý trong các vụ tai nạn, hủy hoại môi trường sinh thái, môi trường sống.

Các quy định về tài chính, các chuẩn mực, các chế độ kế toán và thực tế của hợp đồng chưa cung cấp và đáp ứng được những thông tin cần thiết về các chi phí liên quan đến môi trường theo các yêu cầu cho việc ra quyết định các hợp đồng và lập báo cáo tài chính.

*Thứ ba, thiếu hụt nguồn nhân lực có trình độ:* Việc áp dụng kế toán xanh đòi hỏi đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao về kế toán và môi trường. Tuy nhiên, hiện nay nguồn nhân lực này còn thiếu hụt.

**5. Nâng cao hiệu quả kế toán xanh của doanh nghiệp đáp ứng phát triển bền vững**

Nhằm đẩy mạnh việc vận dụng kế toán xanh, cần chú trọng triển khai các giải pháp sau:

Hệ thống kế toán: cần bổ sung, hoàn thiện hệ thống pháp lý liên quan đến kế toán xanh. Cần thiết phải ban hành thông tư hoặc hướng dẫn riêng cho hệ thống kế toán xanh. Hiện nay, tài khoản, sổ, báo cáo tài chính đều không ghi nhận riêng biệt những thông tin liên quan môi trường, xã hội. Những khoản mục chi phí liên quan đến môi trường, xã hội được phản ánh chung trong các khoản mục chi phí sản xuất và chi phí quản lý, làm cho các nhà quản lý không thể xác định được quy mô và tính chất của chi phí môi trường, xã hội.

Trách nhiệm xã hội: doanh nghiệp cần thực hiện tốt các chính sách thuế phí, môi trường. Nâng cao nhận thức cũng như thực hiện trách nhiệm của mình đối với môi trường và bảo vệ môi trường, phúc lợi người dân. Ngoài ra, cơ quan Nhà nước cũng có chế độ đãi ngộ, khuyến khích và biểu dương các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội tốt của mình, qua đó tuyên truyền sâu rộng về việc áp dụng kế toán xanh trong hoạt động thực tiễn.

Nguồn nhân lực: cần quan tâm hơn nữa đến công tác xây dựng và phát triển nguồn nhân lực. Thực trạng hiện nay, kế toán xanh chưa phổ biến nhiều trong các doanh nghiệp tại Việt Nam nên nhân viên kế toán hầu như không có kiến thức gì về lĩnh vực kế toán môi trường nói chung hay chuyên biệt. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần chú trọng đào tạo, tập huấn nhân viên có năng lực và kinh nghiệm về kế toán xanh.

Yêu cầu công bố thông tin: cần ban hành quy định hoặc hướng dẫn các doanh nghiệp lập và nộp Báo cáo tài chính thường xuyên khi ứng dụng kế toán xanh. Hầu hết doanh nghiệp ứng dụng kế toán xanh đều có những hoạt động sản xuất kinh doanh liên quan mật thiết đến môi trường, xã hội. Bên cạnh đó, cũng có những hoạt động gây ô nhiễm môi trường (chế biến thủy sản, sản xuất nước mắm, thuốc trừ sâu…). Vì vậy, chi phí của hoạt động này là thông tin rất nhạy cảm, không doanh nghiệp nào muốn công bố chi tiết, riêng biệt. Ngoài ra, với kế toán xanh, doanh nghiệp phải báo cáo thông tin cho nhiều bên liên quan, chẳng hạn như sở tài nguyên môi trường, nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức môi trường quốc tế… làm cho công tác kế toán thêm nặng nề. Chưa kể đến, nếu công bố nhiều thông tin về môi trường, có thể phát sinh khoản thuế bảo vệ môi trường phải nộp cho cơ quan thuế.

Nhận thức của con người: cần phải thay đổi nhận thức để kế toán xanh được ứng dụng rộng rãi trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Hiện nay, phần lớn doanh nghiệp chưa nhận thức được ý nghĩa và lợi ích của hoạt động bảo vệ môi trường, phúc lợi xã hội. Các doanh nghiệp chưa tiến hành tính toán các chi phí môi trường, hơn nữa, nhà quản lý cũng chưa nhận thức được rằng khoản chi phí bỏ ra để tính toán các chi phí môi trường lại nhỏ hơn rất nhiều so với chi phí phải trả như phí, tiền phạt từ các hành vi làm tổn hại cho môi trường, xã hội.

Đạo đức nhà quản lý: cần tổ chức các buổi tập huấn, bồi dưỡng kiến thức để nhà quản lý thấu hiểu được trách nhiệm, có nghĩa vụ hơn đối với môi trường, phúc lợi xã hội. Đôi khi những quyết định kinh tế của nhà quản lý lại gây ra tổn hại nghiêm trọng cho môi trường sống, vì vậy, họ phải cân nhắc, thực hiện hài hòa giữa lợi ích kinh tế của doanh nghiệp và nghĩa vụ bảo vệ môi trường.

**6. Kết luận**

Kinh tế xanh đang là xu hướng phát triển toàn cầu trước sự biến đổi khí hậu, môi trường ô nhiễm và tài nguyên đang có nguy cơ cạn kiệt. Ứng dụng kế toán xanh là không thể thiếu trong các doanh nghiệp, nó giúp doanh nghiệp có thể xác định, nhận diện chi phí

môi trường một cách đầy đủ, thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp đưa tra những quyết định phát triển theo hướng phát triển bền vững. Trước sự giao lưu kinh tế trên thế giới ngày càng được mở rộng, sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng cao, việc doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các mặt hàng có tính thân thiện với môi trường sẽ được đón nhận nhiều hơn. Ngoài ra, những doanh nghiệp định hướng sản xuất và kinh doanh theo hướng thân thiện với môi trường sẽ luôn nhận được những ưu ái, quan tâm từ các cơ quan, tổ chức Nhà nước, tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Abdel-Rahim, H. Y. and Abdel-Rahim, Y. M. (2010). Green accounting-a proposition for EA/ER conceptual implementation methodology. *Journal of Sustainability and Green Business,* 5, (1), 27-33.

Ambe, C. M. (2009). *Linkages of sustainability and environmental management accounting.* Innovation for Sustainability in a Changing World, 36.

Farouk, S., Cherian, J., & Jacob, J. (2012). Green accounting and management for sustainable manufacturing in developing countries. *International Journal of Business and Management,* 20, (7), 36-43.

Huang, Jui-Che Tu & Hsieh-Shan. (2015). *Analysis on the Relationship between Green Accounting.*

Lako, Andreas. (2019). *Conceptual Framewwork of Green Accounting.*

Rajshree, R., and Sravani, V. (2017). *Need of green accounting.* Proceedings of the International Conference on Paradigm Shift in Taxation, Accounting, Finance and Insurance, 39-43.

Vân, N. T. H. (2018). Thúc đẩy ứng dụng kế toán xanh ở Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*, 7/2018.

Wikipedia. (2020). *https://en.wikipedia.org/. n.d. https://en.wikipedia.org/wiki/Green_accounting,* accessed 02 01.

# KẾ TOÁN XANH TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM

**ThS. Nguyễn Thị Thu Thảo**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
thaontt9789@gmail.com

**Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hiện nay, việc áp dụng và phát triển kế toán xanh đang dần trở thành một xu hướng không thể tránh khỏi đối với các tổ chức và doanh nghiệp nhằm đáp ứng yêu cầu về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Tại các trường đại học ở Việt Nam, sự quan tâm đến kế toán xanh cũng ngày càng được nhấn mạnh, nhằm đào tạo ra lực lượng kế toán viên có khả năng tích hợp các vấn đề môi trường vào quyết định tài chính và kinh doanh, đồng thời phản ánh đúng mức độ tác động đến môi trường qua các hoạt động kinh tế. Kế toán xanh không chỉ đề cập đến việc đo lường và báo cáo về các yếu tố môi trường của một tổ chức mà còn tập trung vào việc tối ưu hóa tác động của các hoạt động kinh doanh đối với môi trường và xã hội. Tại các trường đại học ở Việt Nam, việc áp dụng kế toán xanh đang trở thành một xu hướng mới và đầy hứa hẹn. Các trường đại học không chỉ là nơi truyền đạt kiến thức mà còn là cốt lõi của việc hình thành tư duy và hành động của thế hệ trẻ. Do đó, việc giáo dục về kế toán xanh tại các trường đại học có thể có một tác động lớn đối với tương lai của xã hội và môi trường. Tại các trường đại học ở Việt Nam, kế toán xanh nói chung và kế toán môi trường nói riêng là một bộ phận của tăng trưởng xanh, hướng đến mục tiêu "do con người, vì con người", góp phần tạo sự ổn định, bền vững cho nguồn lực môi trường, xã hội phát triển.**

***Từ khóa:*** *Trường đại học, kế toán xanh, giảng dạy*

## GREEN ACCOUNTING AT UNIVERSITIES IN VIETNAM

***Abstract****: In the present global context, the utilization and advancement of Green Accounting are progressively becoming an unavoidable inclination for organizations and businesses to fulfill the prerequisites of environmental protection and sustainable development. In Vietnam's universities, there is a growing emphasis on green accounting, with the objective of educating accountants who are capable of integrating environmental concerns into financial and business decisions, while accurately reflecting the environmental impact of economic activities. Green Accounting encompasses not only the measurement and reporting of an organization's environmental factors but also focuses on optimizing the influence of business activities on the environment and society. In Vietnamese universities, the implementation of Green Accounting is emerging as a promising and innovative trend. Universities serve not only as knowledge dissemination centers but also as the nucleus for shaping the thoughts and actions of the younger generation. Hence, the inclusion of Green Accounting in university curricula holds immense potential for shaping the future of society and the environment. Vietnamese universities prioritize the integration of green accounting practices, including environmental accounting, as essential components of green growth. This approach aligns with the overarching objective of "for the people, by the people," as*

*it actively contributes to the preservation and sustainability of environmental resources, while fostering societal development.*

***Keywords:*** *University, green accounting, teaching*

**Mã bài báo:** JHS - 169 **Ngày nhận bài:** 5/12/2023 **Ngày nhận phản biện:** 20/12/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 05/01/2024 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Giới thiệu**

Những năm gần đây, vấn đề phát triển bền vững, cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế với tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường trở thành xu hướng và mục tiêu chung của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Hiện thực hóa mục tiêu trên, Chính phủ các nước đã đặt ra các yêu cầu về bảo vệ môi trường ngày càng chặt chẽ, buộc các doanh nghiệp (DN) phải thay đổi cách nhìn nhận về vấn đề môi trường khi tiến hành các hoạt động đầu tư hoặc sản xuất kinh doanh. Chính sách này đòi hỏi các doanh nghiệp thể hiện trách nhiệm bảo vệ môi trường như phải hạn chế chất thải, làm sạch chất thải hoặc phải bồi thường thiệt hại khi gây ra sự cố về môi trường... Điều này đòi hỏi kế toán không chỉ ghi chép và báo cáo về mặt tài chính mà còn phải ghi chép, đánh giá và báo cáo về các tác động môi trường của hoạt động kinh doanh, bao gồm việc tính toán và quản lý chi phí liên quan đến tiêu dùng nguồn lực, chi phí xử lý chất thải và ô nhiễm, cũng như việc đầu tư vào công nghệ thân thiện với môi trường và phát triển sản phẩm bền vững. Với việc chuyển hướng sang "kế toán xanh", doanh nghiệp không chỉ nhìn nhận lại mô hình kinh doanh của mình từ góc độ tài chính mà còn từ góc độ tác động môi trường, qua đó thúc đẩy họ hành động có trách nhiệm hơn với môi trường sống.

Kế toán xanh là một phương pháp trong lĩnh vực kế toán, tập trung vào việc đo lường, ghi chép và báo cáo về các hoạt động kinh doanh và tài chính của tổ chức, đồng thời đánh giá tác động của các hoạt động này đối với môi trường và xã hội. Mục tiêu của kế toán xanh là tối ưu hóa tác động của các hoạt động kinh doanh để đảm bảo sự cân bằng giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường, góp phần vào sự phát triển bền vững. Đây là một phương tiện quan trọng để các tổ chức đo lường và quản lý hiệu quả tài nguyên, giảm thiểu lãng phí và tác động tiêu cực đến môi trường. Kế toán xanh không chỉ giúp đo lường và báo cáo về các yếu tố môi trường của một tổ chức mà còn nhấn mạnh vào việc thúc đẩy các biện pháp tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải, và sử dụng các nguồn tài nguyên tái tạo. Nó cũng đánh giá và báo cáo về tác động xã hội của các hoạt động kinh doanh, như việc tạo ra cơ hội việc làm và ảnh hưởng đến cộng đồng. Đồng thời, kế toán xanh cũng đặt ra các tiêu chuẩn và quy định để đảm bảo rằng các tổ chức tuân thủ các quy định môi trường và xã hội, từ đó góp phần vào việc xây dựng một nền kinh tế bền vững và xã hội hòa nhập. Do đó, việc chuyển đổi từ kế toán truyền thống sang kế toán môi trường và tiếp tục phát triển sang kế toán xanh không chỉ là một xu hướng mà còn là một yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh phát triển kinh tế hiện đại, giúp các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội và đóng góp vào mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu.

Năm 2014, Liên hợp quốc đã triển khai chương trình ứng dụng "Hệ thống kế toán về kinh tế và môi trường" hay còn gọi là kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam và trên toàn thế giới. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế và được xem là bước chuyển đổi theo phương thức phát triển bền vững, hướng tới phát triển nền kinh tế xanh.

Theo Sudhamathi & Kaliyamoorthy (2014), kế toán xanh bao gồm 3 mục tiêu chính: Xác định, thu thập, tính toán và phân tích vật liệu và các vật liệu liên quan đến năng lượng; Báo cáo nội bộ và sử dụng thông tin về chi phí môi trường; Cung cấp thông tin liên quan đến chi phí khác trong quá trình ra quyết định, với mục đích đưa ra các quyết định hiệu quả và góp phần bảo vệ môi trường. Một số nghiên cứu cho rằng, tại các trường đại học ở Việt Nam, kế toán xanh được chia thành nhiều góc độ khác nhau, bao gồm 5 nội dung chính: Kế toán tài chính môi trường; kế toán quản trị môi trường; pháp luật về môi trường; tài chính môi trường; đạo đức và quan hệ với cộng đồng xã hội.

Có rất nhiều công trình nghiên cứu về kế toán xanh đã được thực hiện như:

- Rubenstein (1992) cho rằng, vấn đề đạo đức có thể được giải quyết khi quản lý môi trường được đặt dưới góc độ của khía cạnh tài chính, khi đó sẽ đạt được tầm quan trọng nhiều hơn từ kinh doanh. Tầm quan

trọng của vấn đề môi trường đã được tăng lên do sự suy giảm liên tục của môi trường và gia tăng các thảm họa môi trường.

- Asheim (1997) cho thấy, cần thành lập hệ thống kế toán xanh và kế toán môi trường để ngăn chặn ô nhiễm hoặc thiệt hại, đặc biệt là trước tình trạng các nhà máy điện có ảnh hưởng đến nguồn vốn tự nhiên ngày càng cao.

- Aronson và Lokfgren (1999) đưa ra lập luận rằng xã hội khuyến cáo các hành vi có trách nhiệm môi trường từ cả 2 phía, phía chính phủ và kinh doanh bằng cách kiểm tra những thảm họa sinh thái và suy thoái hệ sinh thái của trái đất. Thực tế chung là kết quả dự kiến sẽ đạt được khi các nhà quản lý kinh doanh được trao trách nhiệm giải quyết các vấn đề đạo đức bằng cách xem xét hoặc thúc đẩy lợi nhuận của mình hoặc bảo vệ môi trường. Do đó, cần có các biện pháp tiêu chuẩn hóa và định lượng để kiểm soát các hoạt động kinh doanh gây ô nhiễm môi trường.

- Heba YM & Yousuf (2010) đã kiểm tra các khái niệm kế toán môi trường bằng cách khám phá các kỹ thuật để phát triển các báo cáo môi trường cho phép chính phủ sử dụng và làm cho nhiều doanh nghiệp chịu trách nhiệm về các yếu tố bên ngoài của họ. Harazain và Horváth (2011), trong bài viết "Mối quan hệ giữa kế toán môi trường và các trụ cột của phát triển bền vững mô tả bốn thách thức liên quan đến phát triển bền vững".

**2. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính, phân tích các tài liệu liên quan đến kế toán xanh, tìm hiểu về cách mà chủ đề này được thảo luận và triển khai trong môi trường đại học; Tiến hành phân tích dữ liệu để hiểu rõ cách mà kế toán xanh được đề xuất và áp dụng trong các trường đại học ở Việt Nam; Xác định các xu hướng chính, điểm mạnh và điểm yếu trong triển khai kế toán xanh tại các trường đại học; Tổng hợp các kết quả phân tích để tạo ra một cái nhìn tổng thể về tình hình triển khai kế toán xanh trong các trường đại học ở Việt Nam; Đề xuất các khuyến nghị và hướng đi cho các trường đại học và các bên liên quan để cải thiện và phát triển kế toán xanh.

**3. Kết quả nghiên cứu**

***3.1. Thực trạng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam***

Tình hình nghiên cứu và áp dụng kế toán xanh ở các trường đại học tại Việt Nam đang có sự gia tăng đáng kể. Các trường đại học ngày càng nhận thức sâu sắc về tầm quan trọng của bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Sự gia tăng về số lượng nghiên cứu về kế toán xanh cũng như phát triển chương trình đào tạo cho sinh viên là dấu hiệu tích cực. Đồng thời, các trường đại học cũng bắt đầu ứng dụng kế toán xanh vào hoạt động quản lý và vận hành của họ, thông qua các dự án nghiên cứu và hợp tác với doanh nghiệp và tổ chức.

Một số dự án nghiên cứu tập trung vào các chủ đề như đo lường hiệu quả môi trường, phân tích chi phí môi trường và đánh giá tác động của các hoạt động kinh doanh đến môi trường. Sự đa dạng trong các nghiên cứu phản ánh sự quan tâm và cam kết của cộng đồng nghiên cứu ở Việt Nam trong việc thúc đẩy phát triển bền vững thông qua việc ứng dụng kế toán xanh. Những nỗ lực này có thể giúp tạo ra những giải pháp sáng tạo và hiệu quả hơn cho việc quản lý môi trường và phát triển kinh tế.

Các chương trình đào tạo về kế toán xanh không chỉ cung cấp kiến thức lý thuyết mà còn tạo điều kiện cho sinh viên áp dụng vào thực tiễn. Các chương trình đào tạo về kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam bao gồm các học phần như: Kế toán quản trị môi trường; Đánh giá tiêu cực môi trường; Kế toán chi phí môi trường và Phân tích dữ liệu môi trường. Những học phần này không chỉ giúp sinh viên hiểu về lý thuyết và phương pháp của kế toán xanh mà còn cung cấp cho họ cơ hội thực hành thông qua các dự án nghiên cứu, thực tập tại các doanh nghiệp và các hoạt động thực tiễn khác. Việc áp dụng những kiến thức được học vào thực tế giúp sinh viên hiểu sâu hơn về tầm quan trọng của kế toán xanh và có khả năng áp dụng chúng trong các tình huống thực tế khi ra trường.

Việc tạo ra một thế hệ nhân lực có kỹ năng và nhận thức vững chắc về kế toán xanh là mục tiêu quan trọng của các trường đại học sẽ góp phần tạo ra một môi trường kinh doanh và sản xuất bền vững, giúp Việt Nam thích ứng và phát triển trong thời kỳ toàn cầu hóa và biến đổi khí hậu. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả cao hơn, cần có sự hỗ trợ và đầu tư đồng đều từ cả chính phủ và các tổ chức đối tác, từ việc cung cấp nguồn lực đến việc tạo ra môi trường học tập và nghiên cứu thuận lợi. Từ đó, kế toán xanh sẽ thực sự trở thành một công cụ mạnh mẽ hỗ trợ cho việc xây dựng một nền kinh tế và một cộng đồng bền vững tại Việt Nam.

***3.2. Khó khăn và thách thức***

Thực tiễn giảng dạy kế toán xanh ở Việt Nam hiện đang phát triển nhưng vẫn còn nhiều thách thức cần vượt qua:

- Thiếu chương trình giảng dạy chuẩn: Hiện nay, các trường đại học ở Việt Nam chưa có một chương trình giảng dạy kế toán xanh cụ thể và chuẩn mực. Một số trường đại học ở Việt Nam chưa có chương trình giảng dạy cụ thể về kế toán xanh, dẫn đến sự không đồng nhất trong việc truyền đạt kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực này. Thiếu hụt chương trình giảng dạy chuẩn mực khiến cho sinh viên gặp khó khăn trong việc tiếp cận và hiểu biết về kế toán xanh, đồng thời, cũng làm giảm khả năng hấp dẫn của lĩnh vực này đối với sinh viên và giảng viên, từ đó ảnh hưởng đến sự phát triển và chất lượng của ngành kế toán xanh tại Việt Nam.

- Thiếu nguồn nhân lực chuyên môn: Việc thiếu hụt chuyên gia và giáo viên có kiến thức và kỹ năng về kế toán xanh đang gây ra một lỗ hổng nghiêm trọng trong quá trình giảng dạy và nghiên cứu. Nhu cầu về nguồn nhân lực chuyên môn trong lĩnh vực này đang tăng mạnh, tuy nhiên, cung cấp lại không đáp ứng được. Điều này góp phần làm giảm chất lượng và hiệu quả của quá trình đào tạo kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam.

- Thiếu phản hồi từ thị trường lao động: Việc thiếu sự phản hồi từ thị trường lao động về nhu cầu và yêu cầu cụ thể về kỹ năng và kiến thức về kế toán xanh cũng là một thách thức đối với việc giảng dạy kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam. Thiếu thông tin về tiêu chuẩn và yêu cầu thực tế từ thị trường làm việc khiến cho chương trình đào tạo không thể điều chỉnh và cập nhật kịp thời để đáp ứng nhu cầu của sinh viên và doanh nghiệp.

- Thiếu kết nối với doanh nghiệp: Các chương trình giảng dạy kế toán xanh cần phải tạo ra cơ hội hợp tác với doanh nghiệp để đảm bảo rằng nội dung giảng dạy phản ánh thực tế và đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động. Thiếu kết nối với doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến sự phát triển của các chương trình học và nghiên cứu về kế toán xanh. Thiếu thông tin và phản hồi từ doanh nghiệp về những thách thức và cơ hội thực tiễn trong lĩnh vực này làm cho các chương trình học trở nên lý thuyết và cách ly khỏi thực tế, làm giảm tính ứng dụng và giá trị của kiến thức. Đồng thời, việc thiếu hỗ trợ từ doanh nghiệp cũng làm giảm khả năng nghiên cứu và phát triển các dự án và chương trình học liên quan đến kế toán xanh.

- Thiếu tài liệu và tài nguyên hỗ trợ: là một vấn đề quan trọng đối với việc giảng dạy kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam. Hiện nay, tài liệu và tài nguyên hỗ trợ cho môn học này vẫn còn hạn chế, đặc biệt là trong tiếng Việt. Điều này làm giảm sự linh hoạt trong việc lựa chọn tài liệu và phương pháp giảng dạy, gây ra sự khó khăn cho giảng viên trong quá trình chuẩn bị bài giảng và hướng dẫn sinh viên. Đồng thời, thiếu tài liệu cũng làm giảm khả năng nghiên cứu và phát triển của các nhà giáo và sinh viên trong lĩnh vực này.

**4. Giải pháp**

Để đẩy mạnh ứng dụng kế toán xanh trong các doanh nghiệp Việt Nam, cần tập trung thực hiện những nội dung sau:

- Cải thiện chương trình đào tạo: Các trường đại học cần điều chỉnh và bổ sung vào chương trình đào tạo những môn học liên quan đến kế toán xanh, nhằm cung cấp kiến thức và kỹ năng cần thiết cho sinh viên. Các môn học này có thể bao gồm kế toán môi trường, quản lý môi trường và kế toán quản trị môi trường. Để thúc đẩy ứng dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam, việc cải thiện chương trình đào tạo là một yếu tố quan trọng. Các môn học này bao gồm kế toán môi trường, quản lý môi trường và kế toán quản trị môi trường. Việc này giúp sinh viên hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của kế toán xanh và có cơ hội áp dụng kiến thức trong thực tiễn sau này. Đồng thời, cần tạo điều kiện học tập và nghiên cứu thuận lợi bằng cách cung cấp tài liệu, phòng thí nghiệm và các khóa đào tạo chuyên sâu về kế toán xanh. Qua đó, sinh viên có thể tiếp cận với kiến thức và kỹ năng mới nhất trong lĩnh vực này, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh và sẵn sàng tham gia vào các hoạt động quản lý môi trường sau khi tốt nghiệp. Hơn nữa, việc hỗ trợ nghiên cứu và ứng dụng kế toán xanh trong các dự án nghiên cứu và thực tập cũng là một phần không thể thiếu để khuyến khích sinh viên tham gia và phát triển trong lĩnh vực này.

- Tạo điều kiện nghiên cứu và học tập: Các trường đại học cần tạo ra môi trường học tập và nghiên cứu thuận lợi cho sinh viên và giảng viên về kế toán xanh. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp tài liệu, phòng thí nghiệm và các khóa đào tạo chuyên sâu về kế toán xanh. Một giải pháp quan trọng để đẩy mạnh ứng dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam là tạo ra môi trường học tập và nghiên cứu thuận lợi cho sinh viên và giảng viên. Đầu tiên, cần xây dựng và trang bị các phòng thí nghiệm hiện đại, cung cấp tài liệu và công cụ học tập liên quan đến kế toán xanh. Việc này giúp sinh viên tiếp cận với các công nghệ và phương pháp mới nhất trong lĩnh vực này, từ đó nâng cao kiến thức và kỹ năng của họ.

Ngoài ra, cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về kế toán xanh, nơi sinh viên và giảng viên có thể cập nhật kiến thức và chia sẻ kinh nghiệm với những chuyên gia hàng đầu trong ngành. Đồng thời, việc tổ chức các hội thảo, buổi nói chuyện về kế toán xanh cũng là cách hiệu quả để tạo cơ hội giao lưu và học hỏi từ các nhà nghiên cứu và doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này. Hơn nữa, việc thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng kế toán xanh trong các dự án nghiên cứu và thực tập cũng đóng vai trò quan trọng. Các trường đại học có thể hợp tác với các doanh nghiệp và tổ chức phi chính phủ để thực hiện các dự án nghiên cứu cụ thể về kế toán xanh, từ đó tạo điều kiện cho sinh viên tham gia và áp dụng kiến thức vào thực tiễn. Điều này giúp sinh viên hiểu rõ hơn về ứng dụng thực tế của kế toán xanh và phát triển kỹ năng làm việc trong môi trường doanh nghiệp.

- Hợp tác với doanh nghiệp: Các trường đại học có thể hợp tác với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực môi trường để thực hiện các dự án nghiên cứu và thực tập cho sinh viên. Điều này giúp sinh viên áp dụng kiến thức lý thuyết vào thực tiễn và cũng giúp doanh nghiệp có được các giải pháp kế toán xanh hiệu quả. Đầu tiên, cần thiết lập các chương trình hợp tác giữa trường đại học và các doanh nghiệp trong lĩnh vực kế toán xanh. Việc này có thể bao gồm việc tổ chức các khóa học, thực tập và dự án nghiên cứu chung. Thông qua việc hợp tác trực tiếp với doanh nghiệp, sinh viên có cơ hội áp dụng kiến thức học được vào thực tiễn và nắm bắt được các xu hướng và yêu cầu của thị trường.

+ Cần tạo ra các cơ hội giao lưu và hợp tác với các tổ chức chính phủ và các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong lĩnh vực môi trường và phát triển bền vững. Việc này có thể thông qua việc tổ chức hội thảo, diễn đàn và dự án nghiên cứu chung để thảo luận và chia sẻ kinh nghiệm về ứng dụng kế toán xanh trong thực tiễn và đề xuất các chính sách và biện pháp hỗ trợ.

+ Cần tạo ra các cơ chế khuyến khích và hỗ trợ cho giảng viên và sinh viên tham gia vào các hoạt động nghiên cứu và ứng dụng kế toán xanh. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp tài trợ và nguồn lực cho các dự án nghiên cứu, học bổng và giải thưởng cho những đóng góp xuất sắc trong lĩnh vực này.

- Tổ chức hội thảo và khóa học: Các trường đại học có thể tổ chức các hội thảo, buổi nói chuyện và khóa học ngắn hạn về kế toán xanh, nhằm tăng cường nhận thức và kiến thức cho sinh viên và cộng đồng học thuật. Để thúc đẩy ứng dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam, cần tăng cường việc tích hợp chủ đề này vào các khóa học và hoạt động ngoại khóa. Đầu tiên, các trường cần điều chỉnh chương trình đào tạo, bao gồm các môn học về kế toán xanh như kế toán môi trường, quản lý môi trường và đạo đức kinh doanh. Việc này giúp sinh viên hiểu rõ về tầm quan trọng của kế toán xanh và cách áp dụng nó trong thực tiễn.

+ Cần tổ chức các hoạt động ngoại khóa như các buổi seminar, hội thảo và thực tập tại các doanh nghiệp có môi trường hoạt động phức tạp. Những trải nghiệm này giúp sinh viên áp dụng kiến thức học được vào thực tiễn và phát triển kỹ năng làm việc trong môi trường thực tế.

+ Ngoài ra, việc thúc đẩy nghiên cứu và phát triển các dự án liên quan đến kế toán xanh cũng là một phần quan trọng của việc nâng cao ý thức và kiến thức của sinh viên. Các trường cần tạo điều kiện và khuyến khích giảng viên và sinh viên tham gia vào các dự án nghiên cứu về kế toán xanh, từ đó đóng góp vào sự phát triển của lĩnh vực này cũng như nâng cao chất lượng giáo dục và nghiên cứu tại các trường đại học.

**5. Kết luận**

Việc thúc đẩy và áp dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc chuẩn bị cho thế hệ sinh viên trở thành nguồn nhân lực chất lượng cao và có ý thức bảo vệ môi trường. Việc tích hợp chủ đề này vào chương trình đào tạo giúp sinh viên hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của bảo vệ môi trường và phát triển kinh doanh bền vững. Các hoạt động ngoại khóa như seminar, hội thảo và thực tập cung cấp cơ hội cho sinh viên áp dụng kiến thức vào thực tiễn và phát triển kỹ năng thực hành. Việc thúc đẩy nghiên cứu và phát triển dự án liên quan đến kế toán xanh không chỉ làm giàu kiến thức mà còn tạo ra môi trường học tập sáng tạo và nâng cao phẩm chất nghiên cứu của sinh viên và giảng viên. Sự hợp tác giữa trường đại học, doanh nghiệp và các tổ chức chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một cộng đồng học thuật và doanh nghiệp chung, nơi mà kiến thức được chia sẻ và ứng dụng vào thực tiễn. Việc thúc đẩy ứng dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam không chỉ mang lại lợi ích cho sinh viên và giảng viên mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của đất nước thông qua việc tạo ra những doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường. Để thực hiện được những mục tiêu trên, cần có sự cam kết và hỗ trợ từ phía các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp và cộng đồng xã hội. Các chính sách hỗ trợ, cơ chế khuyến khích và nguồn lực đầu tư vào giáo dục và nghiên cứu về kế toán xanh cần được thúc đẩy và định hình một cách mạnh mẽ, hỗ

trợ và tạo điều kiện cho sinh viên và giảng viên tham gia vào các hoạt động ngoại khóa, dự án nghiên cứu và thực tập là cần thiết, việc liên kết và hợp tác giữa các trường đại học, doanh nghiệp và các tổ chức chính phủ cần được củng cố và phát triển. Qua đó, chúng ta có thể xây dựng một cộng đồng học thuật và doanh nghiệp chung, nơi mà kiến thức được chia sẻ và ứng dụng vào thực tiễn một cách hiệu quả nhất. Do vậy, việc thúc đẩy ứng dụng kế toán xanh tại các trường đại học ở Việt Nam không chỉ là nhiệm vụ của các cơ quan quản lý giáo dục mà còn là trách nhiệm của toàn xã hội để đạt được mục tiêu phát triển bền vững trong lĩnh vực này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Abdel-Rahim, Heba Y. M., & Yousef M. Abdel-Rahim. (2010). Green accounting - a proposition for EA/ER conceptual implementation methodology. *Journal of Sustainability and Green Business.*

Adams, C. A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: beyond current theorising. Accounting, *Auditing & Accountability Journal;*

Asheim, G. B. (1997). Adjusting green NNP to measure sustainability. *The Scandinavian Journal of Economics,* forthcoming.

Chính phủ. (2011). *Nghị định số 67/2011/NĐ-CP ngày 08/08/2011 quy định về đối tượng chịu thuế, căn cứ tính thuế, khai thuế, tính thuế, nộp thuế và hoàn thuế bảo vệ môi trường.*

Sudhamathi & Kaliyamoorthy. (2014). Green accounting. *Journal of international academic research for multidisciplinary*

Quốc hội. (1993*). Luật bảo vệ môi trường số 29-l/CTN ngày 27/12/1993 của Quốc hội*

Quốc hội. (2005). *Luật Bảo vệ môi trường ngày 29 tháng 11 năm 2005*

# TÍN DỤNG XANH TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU ACB - CHI NHÁNH THANH HÓA

**ThS. Hoàng Thị Thu Trang**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
tranghtt82@gmail.com

**Tóm tắt: Đối với ngành Ngân hàng, tín dụng xanh được xem là công cụ tài chính độc đáo, có ý nghĩa trong việc kiểm soát môi trường của các doanh nghiệp và ngăn chặn sự phát triển không kiểm soát của các doanh nghiệp gây ô nhiễm, nguy hại đến môi trường. Xu hướng tín dụng xanh đã phát triển từ lâu trên thế giới với các dự án tiết kiệm năng lượng, tái tạo năng lượng và công nghệ sạch nhằm hướng đến mục tiêu "kép" là tăng trưởng kinh tế gắn liền với bảo vệ môi trường. "Xanh hóa" tín dụng là một trong những hành động được ưu tiên hàng đầu trong bối cảnh biến đổi khí hậu diễn ra trên toàn cầu, nhất là khi Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có mức độ ô nhiễm cao. Tuy nhiên, việc áp dụng các chính sách tín dụng xanh tại Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn. Dù không thể thực hiện được ngay nhưng Việt Nam phải dần đi theo xu hướng tăng trưởng xanh, tín dụng xanh như một xu thế tất yếu. Bài viết nghiên lý luận và đặc điểm về tín dụng xanh, phân tích thực trạng hoạt động tín dụng xanh và đưa ra giải pháp nhằm phát triển tín dụng xanh tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa trong thời gian tới.**

***Từ khóa**: Tín dụng xanh; Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB, Thanh Hóa; ngân hàng xanh.*

## GREEN CREDIT AT ASIA COMMERCIAL JOINT STOCK BANK ACB - THANH HOA BRANCH

***Abstract:** Green credit is a distinctive financial instrument for the banking sector, playing a significant role in regulating businesses' impact on the environment and curbing the unchecked growth of enterprises that contribute to pollution and environmental degradation. The global trend of green credit has been steadily advancing, focusing on energy efficiency, renewable energy, and clean technology projects that aim to achieve the dual objective of fostering economic growth while safeguarding the environment. The implementation of green credit policies in Vietnam encounters numerous challenges, despite being a crucial action in the face of global climate change. This is particularly significant as Vietnam is recognized as one of the nations grappling with high pollution levels. Despite the fact that immediate implementation is not feasible, Vietnam is urged to progressively align with the green growth and green credit movement, which is deemed as an unavoidable trend. The study delves into the principles and features of green credit, assesses the present state of green credit initiatives, and presents recommendations for fostering green credit at Asia Commercial Joint Stock Bank - Thanh Hoa branch in the near future.*

***Keywords:** Green credit; Asia Commercial Joint Stock Bank ACB, Thanh Hoa; green bank.*

**Mã bài báo:** JHS - 170 **Ngày nhận bài:** 02/12/2023 **Ngày nhận phản biện:** 15/12/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 25/12/2023 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Giới thiệu**

Ngành Ngân hàng đóng góp đáng kể vào việc thực hiện tăng trưởng xanh với vai trò là công cụ khuyến khích đầu tư tài chính vào các dự án thân thiện với môi trường. Vì thế, mô hình tín dụng xanh được xem là công cụ tài chính độc đáo, có ý nghĩa quan trọng trong việc kiểm soát hành vi bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp và ngăn chặn sự phát triển không kiểm soát của các doanh nghiệp gây ô nhiễm, nguy hại đến môi trường (Xu và Li, 2020; S. Zhang và cộng sự, 2022).

Tín dụng xanh, ngân hàng xanh đóng vai trò rất quan trọng trong việc triển khai thành công Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050. Tuy nhiên, việc phát triển hoạt động xanh tại các tổ chức tín dụng Việt Nam còn nhiều khó khăn, thách thức. Để triển khai tăng trưởng xanh cần có bộ tiêu chí phân loại. Đây là nền tảng quan trọng để huy động nguồn lực trong nước và quốc tế.

Hướng tới "xanh hóa" hoạt động ngân hàng, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa tập trung phát triển các sản phẩm dịch vụ trên nền tảng hệ thống công nghệ thông tin, chủ động áp dụng các giải pháp của cuộc CMCN 4.0 để phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, từng bước số hóa hoạt động ngân hàng. Đến nay, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa cung cấp trên 200 sản phẩm dịch vụ ngân hàng với nhiều tiện ích vượt trội, đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng, đẩy nhanh tiến trình thanh toán không dùng tiền mặt, góp phần "xanh hóa" ngành Ngân hàng thông qua xây dựng thói quen thân thiện với môi trường cho khách hàng trong việc tiếp cận, sử dụng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Xác định mục tiêu hướng tới xây dựng nền kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, thân thiện với môi trường, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa đã tích hợp phát triển xanh trong chiến lược phát triển của ngân hàng. Đây cũng là một trong những mắt xích quan trọng trong chuỗi liên kết phát triển bền vững.

Để thực hiện quá trình phát triển xanh, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa luôn cải tiến các cơ chế, quy trình và có những phương án để tiếp cận với hệ thống tài chính xanh như cho vay qua tổ vay vốn; đồng thời áp dụng bộ chính sách ESG - chính sách quản trị rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng; Khung tài chính xanh và khung tài chính xã hội, các chính sách ESG trong hoạt động vận hành của ngân hàng Á Châu ACB xây dựng; xác định mục tiêu cụ thể và xây dựng lộ trình triển khai trong ngắn hạn và dài hạn nhằm tạo môi trường thuận lợi cho phát triển tín dụng xanh, ngân hàng xanh và thu hút các nguồn vốn quốc tế xanh và bền vững; hoàn thiện mô hình tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của một số đơn vị liên quan trong triển khai thực hiện ESG.

**2. Cơ sở lý thuyết**

Tín dụng xanh là gì?

Theo Aizawa và Yang (2010): tín dụng xanh là một trong số những giải pháp mà ngành tài chính áp dụng để đối phó với các thách thức môi trường và xã hội của thế giới thông qua các công cụ tài chính. Tín dụng xanh là một biểu hiện của tài chính bền vững nhằm mục đích hướng đến sự phát triển bền vững (Jin & Mengqi, 2011).

Theo Nguyên tắc tín dụng xanh được ban hành vào năm 2018 (gọi tắt là GLP 2018) bởi Hiệp hội thị trường tín dụng và Hiệp hội thị trường Tín dụng châu Á - Thái Bình Dương thì tín dụng xanh được định nghĩa là bất kì loại cho vay nào được cung cấp riêng để cấp vốn hoặc tái cấp vốn toàn bộ hoặc một phần các dự án xanh đủ điều kiện mới và/hoặc hiện có. Danh mục theo GLP 2018 bao gồm: Năng lượng tái tạo; sử dụng năng lượng hiệu quả; giao thông xanh; sản phẩm, các công nghệ sản xuất thân thiện với môi trường và/hoặc thích nghi với nền kinh tế; quản lí nước bền vững và xử lí nước thải; tòa nhà xanh; nông lâm nghiệp bền vững; ngăn chặn và kiểm soát ô nhiễm.

Tín dụng xanh là chiến lược tín dụng của các ngân hàng, không ủng hộ các doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường. Tín dụng xanh điều chỉnh cơ cấu tỉ lệ tín dụng dài hạn và ngắn hạn đối với các doanh nghiệp, từ đó ảnh hưởng đến cơ cấu đầu tư và hiệu quả đầu tư của các doanh nghiệp gây ô nhiễm nặng (Wang & cộng sự, 2019). Trong quá trình cấp tín dụng xanh, ngân hàng lấy thông tin liên quan đến dự án và doanh nghiệp xin vay làm tiêu chuẩn kiểm tra trong quá trình cho vay, sau đó đưa ra quyết định cho vay (Yao và cộng sự, 2021). Hay nói cách khác, tín dụng xanh được hiểu là những khoản tín dụng nhằm hỗ

trợ các dự án sản xuất, kinh doanh không/ít gây rủi ro tới môi trường, góp phần bảo vệ sinh thái chung, là biểu hiện của nền tài chính hướng đến sự phát triển bền vững.

Tại Việt Nam, theo Điều 149 Luật Bảo vệ môi trường năm 2020, có hiệu lực từ ngày 01/01/2022, quy định về tín dụng xanh như sau: Tín dụng xanh là tín dụng được cấp cho các dự án đầu tư sau đây: (i) Sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên; (ii) Ứng phó với biến đổi khí hậu; (iii) Quản lí chất thải; (iv) Xử lí ô nhiễm, cải thiện chất lượng môi trường; (v) Phục hồi hệ sinh thái tự nhiên; (vi) Bảo tồn thiên nhiên và đa dạng sinh học; (vii) Tạo ra lợi ích khác về môi trường.

*Đặc điểm của tín dụng xanh*

Tín dụng xanh là một hoạt động cấp tín dụng của ngân hàng thương mại dưới hình thức tiền tệ với ba đặc điểm riêng biệt:

*Thứ nhất*, tín dụng xanh được cấp cho các dự án sản xuất, kinh doanh mà không gây rủi ro về môi trường. Tuy nhiên, không phải dự án nào có yếu tố "xanh" cũng được cấp tín dụng, các ngân hàng cũng có những tiêu chí nhất định. Đối với doanh nghiệp, các dự án phải chứng minh được tính hiệu quả, minh bạch thông tin, kinh doanh có lợi nhuận, có kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ "xanh" tối thiểu một năm, đặc biệt phải chứng minh được đầu ra của sản phẩm. Đối với cá nhân, phải chứng minh được năng lực tài chính, có hồ sơ "sạch", không có nợ xấu tại ngân hàng.

*Thứ hai*, tín dụng xanh cho vay chủ yếu bằng vốn huy động của các thành phần trong xã hội chứ không phải hoàn toàn là vốn huy động của ngân hàng và nguồn vốn được sử dụng để cấp tín dụng xanh là nguồn vốn xanh. Các ngân hàng có thể tiếp cận nguồn vốn xanh thông qua các hợp đồng ủy thác của ngân hàng trung ương hay Ngân hàng Nhà nước, các quỹ hỗ trợ tín dụng xanh hoặc trực tiếp phát hành trái phiếu xanh trên thị trường.

*Thứ ba*, hoạt động cấp tín dụng xanh của ngân hàng liên quan đến nhiều cơ quan chức năng. Do đó, để khuyến khích các nhà đầu tư, Chính phủ hỗ trợ thông qua các chính sách thuế và cam kết đầu ra ổn định cho các doanh nghiệp đầu tư cho các dự án thuộc diện ưu tiên hướng tới bảo vệ môi trường, ngân hàng cam kết cung cấp vốn dài hạn, lãi suất ưu đãi.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp thu thập thông tin: Bài viết sử dụng thông tin thứ cấp thông qua số liệu thống kê từ báo cáo tài chính của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa giai đoạn 2018 - 6 tháng đầu năm 2023, các tài liệu liên quan đến tín dụng xanh của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam và trên thế giới.

Phương pháp xử lý và phân tích thông tin: Thông tin sau khi thu thập được xử lý bằng phần mềm Excel và sử dụng các phương pháp phân tích như: Phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh để đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng xanh tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa.

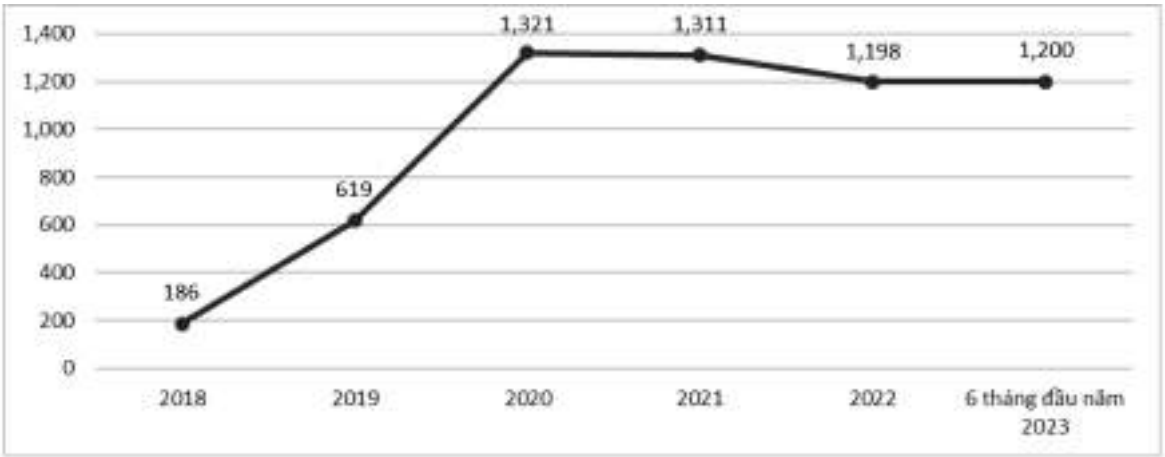
**4. Thực trạng hoạt động tín dụng xanh tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa**

***Kết quả đạt được***

Xác định mục tiêu hướng tới xây dựng nền kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, thân thiện với môi trường, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa đã và đang tập trung ưu tiên nguồn vốn, mở rộng cho vay có hiệu quả các dự án, chương trình phát triển sản xuất, kinh doanh, nhất là các chương trình, dự án tạo ra giá trị tăng thêm, năng lượng sạch, ứng dụng công nghệ cao: (i) Tích cực tham gia nhiều dự án có liên quan đến vấn đề bảo vệ môi trường do Ngân hàng Thế giới và các tổ chức tài chính tài trợ; (ii) Triển khai chương trình tín dụng ưu đãi quy mô tối thiểu 50.000 tỷ đồng và không hạn chế về nguồn vốn phục vụ sản xuất "nông nghiệp sạch" vì sức khỏe cộng đồng từ năm 2016. Đối tượng khách hàng vay vốn của chương trình là doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã, chủ trang trại… tham gia các khâu trong chuỗi sản xuất sản phẩm nông nghiệp an toàn, quy mô lớn với lãi suất cho vay giảm từ 0,5%/năm đến 1,5%/năm. Dư nợ cho vay đối với các lĩnh vực xanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa cũng có sự tăng trưởng ổn định qua từng năm.

**Hình 1.** *Dư nợ tín dụng xanh giai đoạn 2018-T6/2023*

*Đơn vị tính: tỷ đồng*




*Nguồn: Báo cáo tài chính Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa, giai đoạn 2018-6 tháng đầu năm 2023*

Giai đoạn 2018-2020, dư nợ tín dụng xanh tăng trưởng nhanh từ 100-350%/năm. Sau giai đoạn này, do ảnh hưởng của các yếu tố vĩ mô như đại dịch Covid-19, căng thẳng leo thang giữa Nga - Ukraina và các nước phương Tây, suy thoái kinh tế của các nền kinh tế lớn trên thế giới ảnh hưởng tới kinh tế Việt Nam. Tốc độ tăng trưởng dư nợ có sự suy giảm nhẹ, nhưng vẫn khá ổn định về giá trị cho vay lẫn số lượng khách hàng. Đến 30/6/2023, dư nợ cho vay đối với lĩnh vực xanh tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa đạt gần 1,2 nghìn tỷ đồng, trong đó dư nợ lĩnh vực lâm nghiệp bền vững chiếm tỷ trọng 54,7% tổng dư nợ tín dụng xanh, tiếp đến là lĩnh vực năng lượng tái tạo, năng lượng sạch chiếm tỷ trọng 22,6% tổng dư nợ tín dụng xanh; thứ ba là lĩnh vực nông nghiệp xanh chiếm tỷ trọng 16,4%/tổng dư nợ tín dụng xanh. Về số lượng khách hàng, đến cuối năm 2022, Ngân hàng Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa tiếp tục duy trì là tổ chức tín dụng có số lượng khách hàng xanh lớn, trong đó lĩnh vực lâm nghiệp bền vững chiếm tỷ lệ cao nhất với 99,3% tổng số khách hàng (4.462 khách hàng), tăng 0,27% so với năm 2021 và 7,3% so với năm 2020. Đến hết năm 2022, doanh số cho vay từ khi bắt đầu triển khai chương trình của ngân hàng này đã đạt trên 3.000 tỷ đồng, dư nợ đạt trên 500 tỷ đồng, với gần 400 khách hàng. Cùng với đó, một số dự án mà Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa đã đầu tư với quy mô vốn lớn đã mang lại hiệu quả thiết thực như Chương trình cho vay nhà ở xã hội với tổng dư nợ cho vay 216 tỷ đồng, xây dựng và cải tạo nước sạch và vệ sinh môi trường nông thôn với số vốn cho vay 415 tỷ đồng, cho vay đối với các doanh nghiệp để phục hồi sản xuất bị ngừng do ảnh hưởng của đại dịch covid,.... Ngoài ra, ngân hàng này đã tham gia nhiều dự án có liên quan đến vấn đề bảo vệ môi trường do Ngân hàng Thế giới và các tổ chức tài chính tài trợ như: Dự án nguồn lợi ven biển vì sự phát triển bền vững; Dự án hỗ trợ nông nghiệp các-bon thấp,... Bên cạnh đó, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa là ngân hàng phục vụ dự án hiện đại hóa ngành Lâm nghiệp và tăng cường tính chống chịu ven biển (FMCR).

Đặc biệt, ACB Thanh Hóa còn cải tiến các cơ chế, quy trình và có những phương án để tiếp cận với hệ thống tài chính xanh như: Cho vay qua tổ vay vốn. Xác định áp dụng bộ tiêu chuẩn ESG là một trong những mục tiêu hàng đầu trong chiến lược phát triển ngân hàng giai đoạn 2023 - 2025, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa đã thành lập Ban chỉ đạo và Tổ giúp việc nhằm thực hiện Đề án triển khai ESG toàn diện tại doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn. Việc thành lập Ban chỉ đạo và Tổ giúp việc với thành phần nhân sự cấp cao cho thấy quyết tâm của ACB Thanh Hóa trong việc triển khai một cách đồng bộ, hiệu quả việc áp dụng ESG. Bên cạnh đó, ngân hàng còn chú trọng việc hoàn thiện cơ

chế, chính sách nội bộ nhằm thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường, xã hội trong hoạt động cấp tín dụng; ban hành văn bản nội bộ về việc thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh, hướng dẫn quản lý rủi ro môi trường trong hoạt động cấp tín dụng, chương trình hành động triển khai Kế hoạch hành động của ngành Ngân hàng thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030. Trong quy trình nghiệp vụ tín dụng, sổ tay tín dụng, doanh nghiệp cũng luôn gắn việc thẩm định dự án, phương án vay vốn với vấn đề đảm bảo môi sinh, môi trường, các dự án phải có báo cáo đánh giá tác động môi trường được phê duyệt của cấp thẩm quyền theo quy định của pháp luật, kiên quyết loại trừ cấp tín dụng đối với các dự án có khả năng ảnh hưởng lớn và nghiêm trọng đến môi trường, xã hội…

Trong nhiều năm qua, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa cũng luôn tích cực tham gia nhiều dự án về bảo vệ môi trường do Ngân hàng Thế giới và các tổ chức tài chính tài trợ như nâng cao chất lượng, an toàn sản phẩm nông nghiệp và phát triển chương trình khí sinh học; Dự án nguồn lợi ven biển vì sự phát triển bền vững; Quản lý rủi ro thiên tai; Hỗ trợ nông nghiệp carbon thấp; Cấp nước sạch và vệ sinh nông thôn; Điện gió… Đồng thời, triển khai chương trình tín dụng ưu đãi quy mô tối thiểu 500 tỷ đồng và không hạn chế về nguồn vốn phục vụ sản xuất "nông nghiệp sạch" vì sức khỏe cộng đồng từ năm 2016 với lãi suất ưu đãi từ 0,5-1,5%/năm.

Ngoài ra, ngân hàng tiếp tục duy trì tỷ trọng dư nợ cho vay phục hồi sản xuất kinh doanh từ 65-70% tổng dư nợ; Nghiên cứu và triển khai các sản phẩm tín dụng xanh, có chính sách ưu đãi, khuyến khích cho vay các dự án, phương án kinh doanh hiệu quả, thân thiện với môi trường, phù hợp với định hướng kinh doanh, phân khúc khách hàng, thị trường mục tiêu cũng như năng lực, thế mạnh của ngân hàng này.

Với vai trò chủ lực cung ứng vốn và dịch vụ tài chính trong tỉnh, ACB Thanh Hóa quyết tâm đi đầu trong việc thực hiện các chủ trương, chỉ đạo của Chính phủ về thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh, quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng, cùng mong muốn xây dựng nền nông nghiệp an toàn, phát triển bền vững.

***Hạn chế***

Mặc dù sự phát triển của tín dụng xanh tại ACB Thanh Hóa trong những năm gần đây đã có những bước khởi động tích cực do nhận được sự hỗ trợ từ Chính phủ, các cơ quan ban, ngành, tổ chức tài chính quốc tế... Tuy nhiên, quá trình phát triển hoạt động tín dụng xanh của ngân hàng vẫn còn một số hạn chế nhất định.

*Thứ nhất,* lĩnh vực xanh hiện vẫn thiếu khuôn khổ pháp lí, các tiêu chí đánh giá công cụ đo lường tác động đến môi trường để hỗ trợ xây dựng chính sách, sản phẩm phát triển tín dụng xanh; Các phương án kinh doanh cũng cần phải đáp ứng được các điều kiện khắt khe về bảo vệ môi trường, các thủ tục vay vốn phức tạp. Chính vì những yêu cầu này, khách hàng sẽ ít có nhu cầu sử dụng sản phẩm tín dụng xanh của ACB nói riêng và các ngân hàng thương mại nói chung nếu không có hỗ trợ lãi suất hay những cơ chế ưu đãi khác.

*Thứ hai,* các chính sách hỗ trợ phát triển tín dụng xanh giai đoạn vừa qua cũng chưa giải quyết được vấn đề nguồn vốn cho ACB Thanh Hóa thực hiện tín dụng xanh

Hiện nay, nguồn lực tài chính cho tín dụng xanh của ACB Thanh Hóa phần lớn vẫn dựa vào các chương trình, dự án có nguồn tài trợ quốc tế như Quỹ ủy thác tín dụng xanh (GCTF) của Chính phủ Thụy Sĩ, Tổ chức Tài chính quốc tế (IFC), Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB)… Nhưng những nguồn lực này đến từ bên ngoài và chỉ có thể đóng vai trò thúc đẩy phát triển trong giai đoạn đầu. Về lâu dài, ACB Thanh Hóa phải phối hợp với các doanh nghiệp để tiếp cận được nguồn vốn xanh tại thị trường trái phiếu xanh. Đây cũng là hướng đi mà Singapore, Ấn Độ đang thực hiện.

*Thứ ba,* đội ngũ nhân viên của ACB Thanh Hóa chưa được đào tạo chuyên sâu, bài bản trong thẩm định, đánh giá và quản lí rủi ro môi trường cũng như báo cáo thông tin trong hoạt động cấp tín dụng. Tại ngân hàng này chưa có một đơn vị phòng, ban chuyên trách về thẩm định dự án, đánh giá rủi ro môi trường, xã hội cũng như theo dõi và đánh giá hiệu quả hoạt động của dòng tiền huy động được từ nguồn tín dụng xanh trong suốt vòng đời dự án.

Từ kết quả đạt được và hạn chế trong hoạt động tín dụng xanh tại ACB Thanh Hóa, tác giả tổng hợp mô hình SWOT như sau:

**Bảng 1.** Phân tích mô hình SWOT về tín dụng xanh tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa

| Điểm mạnh | Điểm yếu | Cơ hội | Thách thức |
|---|---|---|---|
| - Nhận được sự hỗ trợ từ Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước.<br>- Gần 70% dư nợ cho vay thuộc lĩnh sản xuất kinh doanh.<br>- Có nhiều hoạt động vì cộng đồng, phát triển tài chính toàn diện;<br>- Đã ban hành các quy định về quản lý rủi ro môi trường trong hoạt động cấp tín dụng;<br>- Đưa ESG vào nội dung trong chiến lược kinh doanh | - Số lượng người lao động và khách hàng đông, nhận thức về tín dụng xanh chưa đồng đều.<br><br>- Hệ thống cơ sở dữ liệu, công nghệ thông tin phục vụ hoạt động tín dụng xanh chưa đầy đủ;<br><br>- Thực hiện tín dụng xanh sẽ làm tăng chi phí nguồn lực. | - Có sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế và ngân hàng nhà nước<br>- Đó là xu hướng tất yếu, nhận được sự quan tâm, phát triển của Chính phủ, các bộ, ngành và Ngân hàng Nhà nước. | - Việc tuân thủ các tiêu chuẩn ESG, phát triển bền vững và tín dụng xanh ngày càng khắt khe.<br>- Các quy định của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước về tín dụng xanh chưa đầy đủ và thống nhất.<br>- Việc áp dụng tiêu chí đáp ứng tín dụng xanh không phải là yêu cầu bắt buộc nên một số doanh nghiệp chưa quan tâm. |

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

**5. Giải pháp phát triển tín dụng xanh tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu ACB - Chi nhánh Thanh Hóa**

ACB Thanh Hóa quyết tâm triển khai hiệu quả các giải pháp nhằm thúc đẩy tín dụng xanh, ngân hàng xanh, hỗ trợ phát triển bền vững cần thực hiện các giải pháp trọng tâm:

*Thứ nhất*, triển khai áp dụng ESG toàn diện và hiệu quả trong hệ thống Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB trên toàn tỉnh Thanh Hóa; bao gồm xác định mục tiêu cụ thể và xây dựng lộ trình triển khai trong ngắn hạn và dài hạn nhằm tạo môi trường thuận lợi cho phát triển tín dụng xanh, thu hút các nguồn vốn quốc tế xanh và bền vững; hoàn thiện mô hình tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của một số đơn vị liên quan trong triển khai thực hiện ESG.

*Thứ hai*, ưu tiên cung ứng vốn và dịch vụ tài chính phục vụ phát triển sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh sau dịch và ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế thế giới; tiếp tục duy trì tỷ trọng dư nợ cho vay hoạt động sản xuất kinh doanh từ 65-70% tổng dư nợ.

*Thứ ba*, nghiên cứu và triển khai các sản phẩm tín dụng xanh, có chính sách ưu đãi, khuyến khích cho vay các dự án, phương án kinh doanh hiệu quả, thân thiện với môi trường… phù hợp với định hướng kinh doanh, phân khúc khách hàng, thị trường mục tiêu cũng như năng lực, thế mạnh của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB- chi nhánh Thanh Hóa.

*Thứ tư*, chủ động tìm kiếm, tiếp cận nguồn vốn quốc tế xanh thông qua các bộ, ngành đầu mối hoặc các định chế tài chính, tổ chức phi chính phủ, Quỹ tín thác tín dụng xanh… để tăng cường nguồn vốn hỗ trợ cho các dự án xanh. Chuẩn bị để phát hành trái phiếu xanh và tăng vốn.

*Thứ năm*, đẩy mạnh phát triển các sản phẩm, dịch vụ tài chính phục vụ sản xuất kinh doanh của loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ gia đình sản xuất kinh doanh. Tiếp tục phát triển đa dạng các sản phẩm, dịch vụ tài chính - ngân hàng hiện đại, tiện ích dựa trên ứng dụng công nghệ số, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt trong nền kinh tế, góp phần "xanh hóa" ngành ngân hàng, thông qua xây dựng thói quen thân thiện với môi trường cho khách hàng trong việc tiếp cận, sử dụng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

*Thứ sáu*, xây dựng và triển khai các biện pháp tổng thể để tăng cường năng lực cho cán bộ, nhân viên trong việc thực hiện tín dụng xanh; Tổ chức đào tạo, tuyên truyền, phổ biến nhằm nâng cao nhận thức cho cán bộ, nhân viên về hoạt động ngân hàng xanh - tín dụng xanh; Nâng cao ý thức sử dụng hiệu quả, tiết kiệm năng lượng, các nguồn tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường; Nâng cao trình độ nghiệp vụ thẩm định về rủi ro môi trường xã hội của các dự án.

**6. Kết luận**

Hiện nay, việc triển khai tín dụng xanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu ACB - chi nhánh Thanh Hóa nói riêng và các ngân hàng thương mại nói chung còn gặp một số khó khăn như việc các quy định, định nghĩa về ngành, lĩnh vực xanh, dự án xanh chưa đồng bộ, thống nhất, gây khó khăn trong việc lựa chọn, đánh giá, giám sát trong quá trình cấp tín dụng xanh. Bên cạnh đó, các tiêu chí đánh giá và danh mục dự án xanh chưa đầy đủ, cụ thể để có thể huy động vốn từ các

tổ chức tài chính quốc tế, các quỹ tín dụng xanh. Do đó có thể bỏ lỡ nhiều cơ hội nhận các khoản đầu tư. Thêm vào đó, các ngân hàng thương mại cũng gặp khó trong việc xây dựng các chính sách, các sản phẩm để thúc đẩy tăng trưởng tín dụng. Trước những khó khăn đó, ACB Thanh Hóa đã đưa ra các giải pháp đối với Chính phủ và các bộ ngành liên quan để có chính sách hỗ trợ, thúc đẩy đối với các dự án, các ngành, các lĩnh vực đã đáp ứng được các điều kiện về tín dụng xanh, hỗ trợ các các ngân hàng thương mại trong việc tiếp cận nhiều hơn quỹ tài chính, các gói tài trợ cho tín dụng xanh từ các tổ chức quốc tế.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Aizawa, B. and Yang, S. (2010). *Ai sẽ xanh và tại sao? Xu hướng và các yếu tố quyết định đầu tư xanh.* Quỹ Tiền tệ Quốc tế.

Anh, T. T. (2022). *Thực trạng phát triển tín dụng xanh để xuất một số giải pháp phát triển tín dụng xanh trong thời gian tới,* http://tapchimoitruong.vn/dien-dan--trao-doi-21/thuc-trang-trien-khai-tin-dung-xanh-de-xuat-mot-so-giai-phap-thuc-day-phat-trien-tin-dung-xanh-trong-thoi-gian-toi-27268

Hiệp hội thị trường cho vay. (2018). Nền kinh tế đa dạng và không gian thay thế: Tổng quan về cách tiếp cận và thực tiễn.*Nghiên cứu Khu vực và Đô thị Châu Âu*, 23(4), trang 917-934.

Tấn, N. & Kỳ, M. (2011). Tác động môi trường của phát triển tài chính ở các nước OECD: Cách tiếp cận GMM bảng. *Nghiên cứu Khoa học Môi trường và Ô nhiễm*, 26(7), trang 6758-6772.

Wang, E. (2019). Tín dụng xanh, kỳ hạn nợ và đầu tư doanh nghiệp-Bằng chứng từ Trung Quốc. *Tính bền vững*, 11(3), 583.

Xu, X. and Li, J. (2020). Tác động bất cân xứng của chính sách và phát triển tín dụng xanh đến chi phí tài trợ nợ và kỳ hạn của các loại hình doanh nghiệp khác nhau ở Trung Quốc. *Tạp chí Sản xuất sạch hơn*, 264, 121574.

Yao, S. and các cộng sự. (2021). Chính sách tín dụng xanh và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp: Chúng ta học được gì từ Trung Quốc. *Kinh tế năng lượng*, 101, 105415.

Zhang, S. and các cộng sự. (2022). Chính sách tín dụng xanh tác động thế nào đến việc đổi mới công nghệ của doanh nghiệp? *Bằng chứng từ Trung Quốc Kinh tế năng lượng*, 113, 106236.

# NGHIÊN CỨU KẾ TOÁN XANH TRONG GIAI ĐOẠN 2014-2023

**TS. Hoàng Khánh Vân**
Trường Đại học Lao động - Xã hội
Vanhk212@yahoo.com

**Tóm tắt: Trong thời đại ngày nay, khi môi trường đang phải đối mặt với những thách thức nghiêm trọng, khái niệm về kế toán xanh đã nổi lên như một giải pháp không chỉ giúp doanh nghiệp quản lý tài chính hiệu quả mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững. Kế toán xanh không chỉ là một công cụ hỗ trợ trong quá trình quản lý kế toán mà còn là một triển khai của tư duy môi trường trong doanh nghiệp. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế. Mục đích của nghiên cứu này là hệ thống hóa các nghiên cứu trước đây về kế toán xanh trên các phương diện: số lượng các nghiên cứu về kế toán xanh trong khoảng thời gian từ năm 2014 đến 2023; các chủ đề chính được nghiên cứu liên quan đến kế toán xanh là gì… Số liệu nghiên cứu được thu thập và phân tích từ dữ liệu OpenAlex với 655 bài viết cho từ khóa "Kế toán xanh" được lọc ở dạng tóm tắt. Kết quả cho thấy, các nghiên cứu về kế toán xanh trong 10 năm qua đang là đề tài được nhiều người quan tâm và tìm hiểu.**

***Từ khóa:*** *Kế toán xanh, tổng quan, nghiên cứu có hệ thống*

## RESEARCH ON GREEN ACCOUNTING FROM 2014 TO 2023

***Abstract:*** *In the current age, amidst environmental challenges, Green Accounting has surfaced as a viable solution for businesses to efficiently handle their finances while also making a positive impact on sustainable development. Green accounting serves as a valuable support tool for accounting management and also embodies the integration of environmental considerations into business practices. It is recognized as a crucial instrument in addressing the impact of the natural environment on the economy. The objective of this investigation is to organize prior studies on green accounting by examining: the quantity of research conducted on green accounting from 2014 to 2023; and the primary topics investigated in relation to Green Accounting,etc. Data from OpenAlex was gathered and examined, focusing on 655 articles related to the keyword "Green Accounting." The findings indicate a significant interest and engagement in research on green accounting over the last decade.*

***Keywords:*** *Green accounting, overview, systematic research*

**Mã bài báo:** JHS - 171 **Ngày nhận bài:** 10/12/2023 **Ngày nhận phản biện:** 23/12/2023
**Ngày nhận bài sửa:** 05/01/2024 **Ngày duyệt đăng:** 20/1/2024

**1. Giới thiệu**

Phát triển triển bền vững đang trở thành xu hướng chung trên toàn cầu và thế giới đang hướng đến những hoạt động "xanh hóa" như: tăng trưởng xanh, trái phiếu xanh, kế toán xanh. Theo các nghiên cứu trên thế giới, kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế và được xem là hướng chuyển đổi theo phương thức phát triển bền vững, hướng tới phát triển nền kinh tế xanh. Kế toán xanh mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp và nền kinh tế nói chung. Bao gồm: kế toán xanh giúp cung cấp thông tin, kiểm tra lợi nhuận, doanh thu và chi phí môi trường của doanh nghiệp để từ đó nhà quản trị đưa ra các quyết định sản xuất kinh doanh. Áp dụng kế toán xanh sẽ giúp nâng cao uy tín, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Kế toán xanh sẽ giúp cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ và toàn diện hơn để đo lường quá trình thực hiện, từ đó cải thiện hình ảnh của doanh nghiệp với các bên liên quan, giúp doanh nghiệp cải thiện quan hệ với chủ nợ, ngân hàng, cổ đông, khách hàng… do đáp ứng được các tiêu chuẩn môi trường quốc tế, tạo được lợi thế thương mại, nâng cao uy tín trong cộng đồng nhờ phát triển hình ảnh "xanh". Áp dụng kế toán xanh giúp giảm giá thành sản xuất. Nếu thực hiện tốt kế toán xanh, doanh nghiệp sẽ hạn chế được yếu tố đầu vào như nguyên vật liệu, năng lượng, nhân công bị tiêu hao trong quá trình tạo ra ô nhiễm, làm tăng hiệu quả sử dụng tài nguyên, tăng lợi thế cạnh tranh do giảm được giá thành sản xuất. Việc thực hiện tốt kế toán xanh giúp nhà quản trị có thể đưa ra những quyết định quan trọng như giảm chi phí sản xuất, tăng năng suất, đầu tư máy móc thiết bị để sản xuất tốt hơn, sạch hơn, đem lại những sản phẩm có chất lượng, dẫn đến làm giảm giá thành. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh về giá bán và lợi nhuận cao hơn, giảm được các vấn đề về mặt pháp lý. Kế toán xanh còn giúp cải tiến hệ thống hạch toán hiện có nhờ vào việc tổ chức hệ thống thông tin kế toán khoa học hơn và gắn kết được luồng thông tin của các hoạt động từ các bộ phận của doanh nghiệp. Kế toán xanh giúp cung cấp cho kế toán lường trước các tác động của môi trường, một số yếu tố có thể gây ra cho một doanh nghiệp hoặc tổ chức, từ đó giúp các nhà quản trị doanh nghiệp và các nhà làm chính sách có cách thức đối phó và giải quyết hợp lý. Điều này cũng sẽ giúp giảm các rủi ro về môi trường cũng như rủi ro về sức khoẻ cộng đồng, đồng thời cải thiện công tác kế toán quản trị và tài chính môi trường ở phạm vi doanh nghiệp. Kế toán xanh góp phần tìm kiếm và cung cấp các thông tin quan trọng và cần thiết về các chi phí và doanh thu có liên quan đến môi trường; hướng dẫn các doanh nghiệp, các chủ dự án trong các quyết định kinh tế, khuyến khích họ nỗ lực trong việc sử dụng tài nguyên, kể cả tài nguyên thiên nhiên do con người tạo ra một cách có hiệu quả và hạn chế tối đa sự hủy hoại môi trường, hạn chế rác thải và sự ô nhiễm, thay đổi các hành vi đối xử với môi trường sống. Với những lợi ích to lớn đó, việc phát triển và ứng dụng kế toán xanh trở thành nhu cầu tất yếu đối với các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế và được xem là hướng chuyển đổi theo phương thức phát triển bền vững.

Chính vì vậy, nghiên cứu này giúp người đọc có thể nắm bắt được sự phát triển và chất lượng thông tin của các nghiên cứu về kế toán xanh thông qua số lượng các nghiên cứu trong 10 năm trở lại đây, các chủ đề nghiên cứu chính liên quan đến kế toán xanh. Đồng thời, giúp các nhà nghiên cứu trong tương lai có thể biết được xu hướng của chủ đề này theo thời gian.

**2. Bản chất kế toán xanh**

Theo Wikipedia, kế toán xanh là phương thức kế toán đưa các yếu tố chi phí môi trường vào kết quả tài chính trong hoạt động của doanh nghiệp. Mục đích chính của kế toán xanh là giúp các doanh nghiệp hiểu và quản lý mối quan hệ có qua có lại giữa các mục tiêu kinh tế truyền thống và các mục tiêu môi trường, hướng đến sự phát triển bền vững. Như vậy, có thể hiểu kế toán xanh là một hệ thống kế toán hiện đại và toàn diện nhằm ghi chép, tổng hợp và lập báo cáo cho một tổ chức, để phản ánh đầy đủ các nội dung về tài sản, nợ phải trả, vốn đầu tư, nguồn thu và các khoản chi cho môi trường xanh của quốc gia.

Năm 2014, Liên hợp quốc đã triển khai chương trình ứng dụng "Hệ thống kế toán về kinh tế và môi trường" hay còn gọi là kế toán xanh. Kế toán xanh được coi là một công cụ quan trọng liên quan đến các khía cạnh ảnh hưởng của môi trường tự nhiên đối với nền kinh tế và được xem là bước chuyển đổi theo phương thức phát triển bền vững, hướng tới phát triển nền kinh tế xanh.

Mục tiêu của kế toán xanh là trình bày các thông tin về kế toán tài chính, thông tin về kế toán xã hội và thông tin về kế toán môi trường. Các thông tin kế toán này được trình bày một cách tích hợp trong một báo cáo

kế toán xanh. Từ đó, các bên liên quan có thể sử dụng nó trong việc định giá và ra quyết định đầu tư về mặt kinh tế, quản lý và các vấn đề khác. Cụ thể nhà quản trị doanh nghiệp, cổ đông, chủ nợ, khách hàng, người tiêu dùng, nhân viên, chính phủ…. có thể đánh giá đầy đủ về tình hình tài chính và hiệu quả kinh doanh, rủi ro doanh nghiệp, triển vọng tăng trưởng kinh doanh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, lợi nhuận cũng như sự bền vững của doanh nghiệp trước khi đưa ra quyết định kinh doanh cuối cùng. Ngoài ra, các bên liên quan có thể biết các thông tin kế toán về việc doanh nghiệp có trách nhiệm với xã hội và môi trường hay không. Đây là điều kiện tiên quyết quyết định tính phát triển bền vững và lợi nhuận của doanh nghiệp trong dài hạn.

Như vậy, kế toán xanh và báo cáo thông tin kế toán xanh bên cạnh vai trò quan trọng và mang tính chiến lược đối với các bên trong việc định giá và ra quyết định kinh tế và phi kinh tế, còn đóng vai trò quan trọng đối với ban quản lý và nhân viên trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động và ra quyết định quản lý và thực hiện các hoạt động hành động để khuyến khích các tập đoàn phát triển về hiệu suất và giá trị. Thông tin kế toán xanh còn đóng vai trò quan trọng trong việc xác định chính sách của chính phủ và các bên khác, đồng thời là "ngôn ngữ giao tiếp" hiệu quả để giáo dục và nâng cao nhận thức của ban quản lý và các bên liên quan về tầm quan trọng của việc quan tâm đến trách nhiệm xã hội và môi trường đối với cộng đồng và môi trường.

**3. Đặc điểm định tính của thông tin kế toán xanh**

Thông tin kế toán xanh cũng phải đáp ứng các đặc điểm định tính sau, cụ thể là:

Người sử dụng thông tin kế toán là các bên liên quan, cụ thể là ban quản lý, cổ đông, nhà đầu tư hoặc chủ sở hữu, chủ nợ, nhà cung cấp, người tiêu dùng, người lao động, chính phủ và cộng đồng rộng lớn hơn, những người có lợi ích trực tiếp hoặc gián tiếp với doanh nghiệp.

Các ràng buộc về thông tin kế toán xanh là sự so sánh giữa chi phí - lợi ích, chi phí và công sức, tính trọng yếu của thông tin được trình bày và việc công bố thông tin kế toán định lượng và định tính tích hợp.

Yêu cầu cụ thể và phổ biến mà người sử dụng thông tin kế toán cần có là thông tin kế toán trình bày cho người sử dụng phải dễ hiểu và hữu ích trong việc đánh giá và ra quyết định kinh tế và phi kinh tế. Các tiêu chí hoặc yêu cầu chính trong việc trình bày thông tin kế toán xanh là: 1) được tích hợp và có trách nhiệm giải trình, cụ thể là thông tin kế toán được trình bày trong báo cáo kế toán xanh phải tính đến, tích hợp và tính đến tất cả các thông tin kế toán tài chính, xã hội và môi trường tích hợp trong một gói báo cáo; 2) có liên quan, nghĩa là thông tin được trình bày phải phù hợp với nhu cầu của người dùng trong việc đánh giá và ra quyết định. Vì vậy, các thông tin kế toán trình bày phải có giá trị phản hồi, giá trị tiên đoán, được trình bày đúng thời hạn; 3) đáng tin cậy, cụ thể là thông tin kế toán được trình bày phải đáng tin cậy hoặc đáng tin cậy đến mức đáng tin cậy và hữu ích cho người sử dụng trong việc đánh giá và ra quyết định về các điều kiện kinh tế và phi kinh tế. Vì lý do này, thông tin kế toán được trình bày phải có thể kiểm chứng, hợp lệ, chính xác và trung lập; 4) minh bạch, cụ thể là thông tin kế toán phải được trình bày minh bạch, trung thực; và 5) khả năng so sánh, nghĩa là thông tin kế toán được trình bày có khả năng so sánh giữa các kỳ và được trình bày nhất quán theo từng thời kỳ.

Ngoài việc đáp ứng các đặc điểm định tính nêu trên, còn có ba đặc điểm định tính cụ thể của thông tin kế toán xanh rất hữu ích trong việc đánh giá và ra quyết định của người dùng. Đầu tiên, trách nhiệm giải trình, cụ thể là thông tin kế toán được trình bày có tính đến tất cả các khía cạnh thông tin của đơn vị, đặc biệt là thông tin liên quan đến trách nhiệm kinh tế, xã hội và môi trường của đơn vị và chi phí - lợi ích của các tác động. Thứ hai, tính tích hợp và toàn diện của thông tin kế toán được trình bày là kết quả của sự tích hợp giữa thông tin kế toán tài chính với thông tin kế toán xã hội và môi trường được trình bày một cách toàn diện trong một gói báo cáo kế toán. Thứ ba, minh bạch là thông tin kế toán tổng hợp phải được trình bày trung thực, trách nhiệm, minh bạch để không gây nhầm lẫn cho các bên trong việc đánh giá, đánh giá và đưa ra các quyết định kinh tế và phi kinh tế.

**4. Phương pháp nghiên cứu**

Tác giả tổng hợp các tài liệu tổng quan đã được công bố trước đây liên quan đến kế toán xanh từ nguồn dữ liệu trên OpenAlex. Các nghiên cứu về tổng quan sẽ nhằm giải thích tính cấp thiết của nghiên cứu và chỉ ra những khoảng trống trong nghiên cứu.

Tác giả sử dụng từ khóa "Kế toán xanh" được lọc trong tóm tắt của cơ sở dữ liệu OpenAlex. Kết quả có 655 bài viết liên quan trong danh mục lựa chọn. Dữ liệu thu thập được nhằm sử dụng để phân tích và trả lời các câu hỏi nghiên cứu sau:

Q1: Số lượng các nghiên cứu về kế toán xanh từ năm 2014 đến tháng 12 năm 2023

Q2: Số lượng trích dẫn trong các ấn phẩm về kế toán xanh và các chủ đề chính được nghiên cứu liên quan đến kế toán xanh.

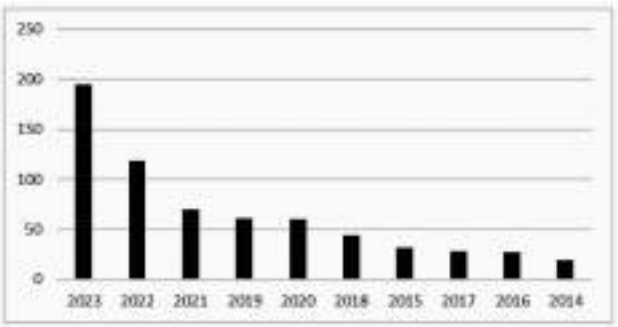
Q3: Tác giả nào có nhiều bài viết về kế toán xanh

**5. Kết quả nghiên cứu**

***5.1. Số lượng các nghiên cứu về kế toán xanh từ năm 2014 đến tháng 12 năm 2023***

Từ năm 2014-2023, tác giả tìm kiếm trong trong dữ liệu OpenAlex ở dạng tóm tắt thì có 655 bài viết về kế toán xanh được lập chỉ mục. Nhóm tác giả chỉ lựa chọn các nghiên cứu và các bài báo. Trung bình có 65,6 bài được xuất bản mỗi năm. Điều đó cho thấy vấn đề về kế toán xanh đang là mối quan tâm của các nhà nghiên cứu hiện nay.

**Hình 1.** Số lượng nghiên cứu về kế toán xanh qua các năm

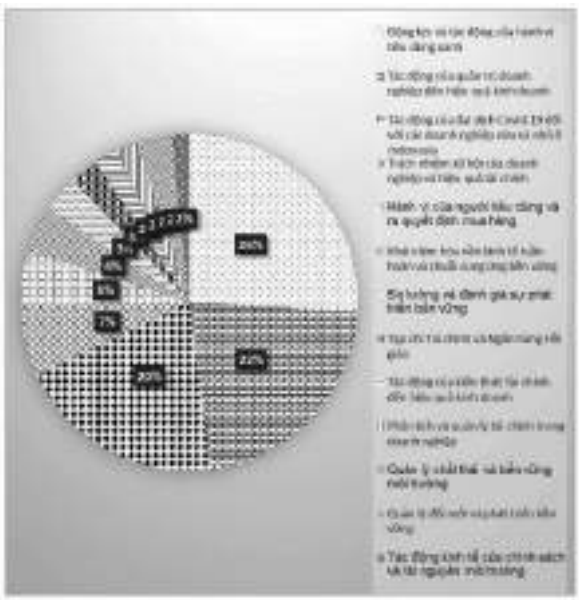



*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

***5.2. Các chủ đề nghiên cứu chính liên quan đến kế toán xanh***

Trong vòng 10 năm từ năm 2014-2023, tác giả thấy được các chủ đề nghiên cứu chính liên quan đến kế toán xanh được nghiên cứu trên thế giới. Bao gồm: nghiên cứu về động lực và tác động về hành vi tiêu dùng danh với 138 bài viết; nghiên cứu về tác động của quản trị doanh nghiệp đến hiệu quả kinh doanh với 117 bài viết; nghiên cứu về tác động của đại dịch Covid-19 đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Indonesia với 106 bài viết; nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiệu quả tài chính với 37 bài viết. Ngoài ra, còn rất nhiều các nghiên cứu về các chủ đề như hành vi của người tiêu dùng và quyết định mua hàng, khái niệm nền kinh tế tuần hoàn và chuỗi cung ứng bền vững, đo lường và đánh giá sự phát triển bền vững, quản lý chất thải và môi trường bền vững, quản lý đổi mới và phát triển bền vững, tác động kinh tế của các chính sách và tài nguyên môi trường… Các chủ đề nghiên cứu liên quan đến kế toán xanh được khái quát bằng hình 2 sau đây:

**Hình 2.** Số lượng nghiên cứu về các chủ đề chính liên quan đến kế toán xanh



*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

***5.3. Thống kê về tác giả có ảnh hưởng nhất trong nghiên cứu về kế toán xanh***

Để đánh giá các tác giả có ảnh hưởng nhất trong nghiên cứu về kế toán xanh, tác giả đã xem xét số trích dẫn của bài báo. Bảng 1 cho thấy số lượng trích dẫn trong bài viết của nhóm tác giả Luc Hen, Chantal Block, Juan JosÃã Cabello Eras, A. Sagastume-GutiÃãrez, D. Garcia-Lorenzo, Candy Chamorro GonzÃ¡lez, Ketty Herrera Mendoza, Dries Haeseldonckx, Carlo Vandecasteele (2018) "Sự phát triển của "Sản xuất sạch" khái niệm và thực tiễn" có số lượt trích dẫn nhiều nhất 181 lượt, tiếp theo là Izzhak D. Paul, G.P. Bhole, Jaydip Chaudhari (2014), "Đánh giá về sản xuất xanh: Tầm quan trọng, phương pháp luận và ứng dụng của nó" với 122 lượt trích dẫn. Grace Tianna Solovida, Hengky Latan (2017) "Liên kết chiến lược môi trường với hiệu quả hoạt động môi trường" có số lượt trích dẫn là 86 lượt. Các bài còn lại đã đều được trích dẫn hơn 20 lần.

**Bảng 1.** Tần suất trích dẫn cao nhất theo tài liệu

| STT | Tài liệu | Số lượt trích dẫn |
|---|---|---|
| 1 | Luc Hen, Chantal Block, Juan JosÃã Cabello Eras, A. Sagastume-GutiÃãrez, D. Garcia-Lorenzo, Candy Chamorro GonzÃ¡lez, Ketty Herrera Mendoza, Dries Haeseldonckx, Carlo Vandecasteele (2018) | 181 |
| 2 | Izzhak D. Paul, G.P. Bhole, Jaydip Chaudhari (2014) | 122 |
| 3 | Grace Tianna Solovida, Hengky Latan (2017) | 86 |
| 4 | Edward B. Babier (2019) | 79 |
| 5 | Bablu Kumar Dhar, Sabrina Maria Sarkar, Foster Kofi Ayittey (2021) | 58 |
| 6 | Mohammad Mahdi Rounaghi (2019) | 42 |
| 7 | Jui-Che Tu, Hsieh-Shan Huang (2015) | 38 |
| 8 | Haruna Maama, Kingsley , Opoku Appiah (2019) | 27 |
| 9 | Hao li, Liu liu, Xingcai Liu, Xiuping Li, Zongxue Xu (2019) | 23 |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

**6. Kết luận**

Với sự phát triển của nền kinh tế hội nhập, xu thế tăng trưởng xanh, kinh tế xanh trên toàn cầu và kế toán xanh đang ngày càng phổ biến ở các quốc gia. Kế toán xanh cũng trở thành đề tài nghiên cứu của các học giả trên thế giới trong đó chú trọng nhiều đến kế toán môi trường. Yêu cầu phát triển bền vững, hạn chế, giảm thiểu các tác động của môi trường đã khiến cho kế toán xanh trở thành mối quan tâm của các nhà làm chính sách, nhà quản trị doanh nghiệp, nhà nghiên cứu và cả người dân, góp phần tạo sự ổn định, bề vững cho nguồn lực môi trường, xã hội phát triển gắn với sự phát triển bền vững của chính doanh nghiệp. Trong nghiên cứu này, tác giả đã thực hiện đánh giá có hệ thống về các nghiên cứu kế toán xanh được lập chỉ mục trong cơ sở dữ liệu OpenAlex. Các nghiên cứu này được công bố trong 10 năm gần đây từ 2014 đến 2023 nhằm cung cấp thông tin chi tiết về số lượng công bố, các chủ đề nghiên cứu chính và các tổ chức công bố các nghiên cứu về kế toán xanh. Kết quả nghiên cứu đã đóng góp cơ sở lý luận chung, làm cơ sở cho các nghiên cứu tham khảo về kế toán xanh. Dữ liệu được thu thập từ các nguồn phong phú hơn như Scopus cũng là gợi ý cho những nghiên cứu sâu hơn trong tương lai.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


Andreas Lako. (2019). Conceptual Framework of Green Accounting, https://www.researchgate.net

Bettina Hosdi Hernasdi. (2012). Green Accounting for Corporate Sustainability, Club ecomomics in Miskolc *TMP* Vol 8., Nr2., pp22-30

Wood, P. J. (1980). Specificity in the interaction of direct dyes with polysaccharides. *Carbohydrate research*, *85*(2), 271-287.

https://vi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia

https://openalex.org/

# QUY ĐỊNH BÀI VIẾT
# GỬI ĐĂNG TRÊN TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

## I. HÌNH THỨC CỦA BÀI BÁO

- Bài viết bằng tiếng Việt, soạn thảo trên Word, font Times New Roman (Unicode); cỡ chữ 12; trên khổ giấy A4; lề trên, dưới, trái, phải: 2,54 cm; giãn dòng: 1,5 lines. Mật độ chữ bình thường, không được nén hoặc kéo dãn khoảng cách giữa các chữ.

- Nội dung bài viết cô đọng, súc tích, theo cấu trúc của bài báo khoa học; không quá 15 trang đánh máy giấy A4 (bao gồm cả bảng biểu, hình vẽ, chú thích, tài liệu tham khảo).

## II. KẾT CẤU VÀ CÁC THÀNH PHẦN NỘI DUNG CỦA BÀI BÁO

**1. Tên bài báo:** tên bài báo cần phải ngắn gọn (không nên quá 20 chữ/words), rõ ràng và phải phản ánh nội dung chính của bài báo. Tên bài báo phải viết chữ in hoa, cỡ chữ 12, in đậm, căn giữa trang.

**2. Tên tác giả, cơ quan công tác, địa chỉ email** (Trường hợp có nhiều tác giả cũng nêu đầy đủ).

**3. Tóm tắt bài viết:** phần tóm tắt bài báo gồm 2 phần tiếng Việt và tiếng Anh. Tóm tắt bằng tiếng Việt có độ dài từ 150 đến 250 từ, phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo.

**4. Từ khóa:** từ khóa là những từ được cho là quan trọng đối với nội dung nghiên cứu đặc trưng cho chủ đề của bài viết đó. Tác giả đưa ra một số từ khóa (khoảng 3 - 6 từ khóa) của bài viết. Từ khóa có cỡ chữ 12, chữ thường, cách mỗi từ là dấu phẩy.

**5. Nội dung bài báo:** có thể có hình thức khác nhau nhưng đảm bảo các nội dung sau: Giới thiệu; Tổng quan nghiên cứu và hoặc cơ sở lý thuyết; Phương pháp nghiên cứu; Kết quả nghiên cứu (Thực trạng vấn đề nghiên cứu); Kết luận hoặc /và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý và Tài liệu tham khảo.

## III. CÁC QUY ĐỊNH VỀ KỸ THUẬT TRÌNH BÀY

**1. Quy định về** đánh số đề mục

Trong phần nội dung chính của bài viết, các đề mục lớn phải là chữ in đậm, căn trái và được đánh số liên tục theo chữ số Ả-rập. Các tiểu mục cấp1 (ví dụ: 1.1) là chữ in đậm và nghiêng. Các tiểu mục cấp 2 (ví dụ: 1.1.1) là chữ in nghiêng nhưng không in đậm.

**2. Quy định về trình bày bảng biểu, hình vẽ, ký hiệu, công thức**

*Quy định trình bày bảng, hình vẽ*

- Các bảng dữ liệu trình bày trong bài báo được ghi thống nhất là Bảng. Các bảng dữ liệu phải là định dạng bảng (table) trong phần mềm Microsoft Word.
- Các đồ thị, biểu đồ, sơ đồ trong bài báo được ghi thống nhất là Hình.
- Các bảng/hình trong bài báo phải được dẫn nguồn.

**3. Quy định về trình bày trích dẫn, tài liệu tham khảo**

Việc trích dẫn tài liệu tham khảo được thể hiện ở trích dẫn trong bài và tài liệu tham khảo. Tạp chí áp dụng cách trích dẫn kiểu APA.

## IV. HÌNH THỨC GỬI BÀI, NHẬN BÀI

Bài viết gửi về Ban Biên tập theo địa chỉ email: **tapchinguonnhanluc@ulsa.edu.vn**

- Quy định thể lệ viết bài Tạp chí, tác giả vui lòng xem chi tiết tại website của Trường: **http://ulsa.edu.vn/**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI