

điều hành (CEO's characteristic) và hiệu quả của công ty gia đình niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, giai đoạn 2012 - 2018./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Astrachan, J.H.; Shanker, M.C. (2003), Family business contribution to the U.S economy: A closer look, *Family Business Review*, Số 3, Bộ 16: 211 - 219.
2. Badi H. Baltagi, 2005, *Econometric Analysis of Panel Data*, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, ISBN-13 978-0-470-01456-1.
3. Brickley, J.A., Linck, J.S., Coles, J.L. (1999). What happens to CEOs after they retire? New evidence on career concerns, horizon problems, and CEO incentives. *Journal of Financial Economics*, 52 (3): 341-377.
4. Cao Thị Văn Anh (2018). Tác động của sở hữu gia đình đến kết quả tài chính của các công ty gia đình ở Việt Nam. *Tạp chí Công thương*, số 13, tháng 10/2018, 364-369.
5. Dallas, L. (2002). The new managerialism and diversity on corporate boards of directors. *Tulane Law Review*, 76(5-6): 1363-1405.
6. Donald C. Hambrick, Phyllis A. Mason, Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review*, Volume 9, Issue 2: 193 - 206.
7. Gibbons, N.R., Murphy, K. (1992). executive compensation affect investment? *Journal of Applied Corporate Finance*, 5(2): 99-109.
8. Finegold D, Bentson G.S, Hecht D (2007). Corporate Boards and Company Performance: review of research in light of recent reforms. *Coorporate Governance - An international review*, 2007, [http:// doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00602.x](http://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2007.00602.x).
9. Finkelstein, S. (1992). Power in top management teams: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 35(3): 505-538.
10. Ngô Mỹ Trân, Bùi Văn Trịnh, Giang Minh Tiến, Các nhân tố ảnh hưởng đến thù lao tổng giám đốc của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Tập 54, số 6D (2018) - 196-205
11. Phạm Bùi Gia Thủy, Trần Đức Tài, Ảnh hưởng của đặc điểm tổng giám đốc điều hành đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở TP.Hồ Chí Minh*, số 55 (4) 2017.
12. Trương T.N.T và Dao T.B (2017), Female director and financial performance of listed companies in Vietnam, *Tạp chí Journal of Economics and Development*, Đại học Kinh tế quốc dân.
13. <http://vneconomy.vn/nang-chat-quan-tri-cho-cong-ty-gia-dinh-bay-gio-hoac-khong-bao-gio-20191204090711253.htm>
14. <https://enternews.vn/the-nao-la-cong-ty-gia-dinh-132365.html>
15. <https://hot-world-news.com/vi/doanh-nghiep-gia-dinh-muon-lon-manh-can-co-them-nguoi-tai-khong-phai-thanh-vien-trong-nha/>.



ĐẠI DỊCH COVID-19 VỚI NHỮNG XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ CHI PHỐI KINH TẾ THẾ GIỚI

Thu Hường

Đại dịch Covid-19 vẫn đang càn quét và chưa có dấu hiệu dừng lại, gây tác động mạnh và ảnh hưởng nghiêm trọng tới kinh tế - xã hội ở tất cả các quốc gia cũng như nền kinh tế toàn cầu. Trong bối cảnh đó, vẫn có một vài thay đổi tích cực trong xu hướng kinh doanh liên quan tới công nghệ. Dự kiến trong tương lai, những xu hướng mới nổi này sẽ định hình lại cách thức kinh doanh và đóng một vai trò quan trọng giúp các doanh nghiệp mở rộng hoạt động trong thế giới cạnh tranh hậu Covid-19.

Thanh toán không dùng tiền mặt 'lên ngôi'

Trong đại dịch Covid-19, một lĩnh vực đã có thay đổi mạnh mẽ là cách thức khách hàng thanh toán cho hàng hóa và dịch vụ khi mua sắm cả trực tiếp lẫn trực tuyến. Dịch Covid-19 đã mang đến mối quan ngại chưa có tiền lệ về sự lan truyền virus qua tiền mặt và khi tham gia các giao dịch có tiếp xúc gần. Trên thực tế, số lượng truy cập trên Internet liên quan tới cụm từ "tiền mặt" và "virus" cũng như lượng truy cập từ các phương tiện truyền thông về sự an toàn khi sử dụng tiền mặt gia tăng đáng kể kể từ khi đại dịch Covid-19 xuất hiện. Theo một số liệu thống kê của các ngân hàng trung ương ở một số quốc gia châu Á và châu Âu, số lượt tìm kiếm trên Internet liên quan đến vấn đề này ở mức cao kỷ lục, vượt cả giai đoạn cúm H1N1 hồi những năm 2009 -2010.

Để duy trì hoạt động thanh toán bình thường của nền kinh tế, nhiều quốc gia có những chính sách nhằm khuyến khích thanh toán không dùng tiền mặt và củng cố niềm tin của dân chúng khi tham gia giao dịch trực tuyến. Kết quả có thể nhận thấy là hành vi thanh toán của người tiêu dùng trong thời gian qua đã có sự thay đổi.

Tại nhiều quốc gia trên thế giới, trong khi đa phần lĩnh vực của đời sống bị ảnh hưởng tiêu cực bởi dịch Covid-19 thì thanh toán không dùng tiền mặt trở thành “cứu cánh” cho các hoạt động kinh tế - xã hội trong bối cảnh cần hạn chế tiếp xúc trực tiếp. Nhiều nước đã kịp thời đưa ra những chính sách để thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt. Tại một số quốc gia như Pháp, Hà Lan, Thụy Sĩ cho phép khách hàng không cần nhập mã QR để thanh toán bằng thẻ đối với các giao dịch giá trị nhỏ; Áo, Đức, Hungary, Ai-len, Hoa Kỳ đã thiết lập hạn mức giao dịch cao hơn cho thanh toán phi tiếp xúc. Sử dụng ví kỹ thuật số/ví điện tử hoặc thanh toán trên điện thoại di động cũng là giải pháp được nhiều quốc gia ưu tiên sử dụng.

Thanh toán trực tuyến cũng được lựa chọn nhiều hơn trong giao dịch thương mại điện tử bởi đây là cách thức hữu hiệu để hạn chế lây truyền virus. Những bước tiến về công nghệ và số hóa đã mang đến cơ hội cho thanh toán kỹ thuật số trong việc kết nối giữa người mua và người bán trong thời gian giãn cách xã hội và ở góc độ nào đó, góp phần không nhỏ trong việc ổn định nền kinh tế - xã hội trong thời gian bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh.

Bên cạnh việc mang đến cơ hội cho thanh toán không dùng tiền mặt, đại dịch Covid-19 đóng vai trò như “cú hích” làm thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt của người

dân. Báo cáo của Ngân hàng HSBC chỉ ra, một trong ba xu hướng thay đổi hành vi của người tiêu dùng trước tác động của Covid-19, đó là sự thay đổi trong phương thức tiêu dùng khi có sự dịch chuyển sang thương mại điện tử từ các cửa hàng truyền thống và sử dụng ví điện tử cũng như thanh toán trực tuyến nhiều hơn thay vì tiền mặt. Bên cạnh những thay đổi tức thì và rõ ràng trong hành vi của người tiêu dùng do Covid-19 gây ra, có thể thấy rõ là sự “rời xa” tiền mặt, sự tăng lên của các tương tác trực tuyến. Đây là những xu hướng giao dịch trên nền tảng công nghệ được thúc đẩy bởi cuộc khủng hoảng.

Một nghiên cứu của nhà vận hành cây ATM lớn nhất nước Anh cho thấy, vào tháng Tư, việc sử dụng máy ATM ở nước này đã giảm khoảng 60% so với cùng kỳ một năm trước. Hoạt động rút tiền thông qua ATM ở Thụy Sĩ cũng giảm gần 50% từ giữa tháng Ba đến giữa tháng Tư. Giữa bối cảnh đó, các nhà cung cấp dịch vụ trên toàn thế giới đã tăng cường áp dụng các giao dịch không dùng tiền mặt để đảm bảo sức khỏe, cũng như sự an toàn của cả khách hàng lẫn nhân viên của họ. Hơn 11.000 nhà bán lẻ tại Thụy Sĩ đã tham gia hệ thống thanh toán không tiếp xúc để cho phép khách hàng thực hiện giao dịch thông qua NFC (kết nối không dây trong phạm vi tầm ngắn thông qua từ trường giữa các thiết bị) cũng như các thẻ tín dụng ‘chạm để thanh toán’.

Ở một số quốc gia, bao gồm Canada, Hy Lạp, Ireland, Malta, Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ, Mastercard và Visa đã tích cực làm việc với chính phủ để cung cấp trải nghiệm thanh toán không tiếp xúc cho khách hàng và giúp các thương nhân dễ dàng chấp nhận loại hình

thanh toán này hơn. Điều này đồng nghĩa là chủ thẻ có thể mua sắm nhiều hơn và chỉ cần chạm để thanh toán mà không cần phải sử dụng bảng bấm mã PIN - một phương tiện có thể lây lan virus.

Ngay cả Nhật Bản, một trong những nước sử dụng nhiều tiền mặt nhất trong số các nền kinh tế tiên tiến, cũng đang cân nhắc một chiến lược tăng trưởng nhằm thúc đẩy văn hóa không sử dụng tiền mặt như là một phản ứng cho nhu cầu của thời kỳ hậu Covid-19.

Sự chuyển dịch hành vi sử dụng tiền mặt rõ ràng là một xu thế tích cực bởi những hiệu quả không thể phủ nhận. Đối với nền kinh tế, sử dụng ít tiền mặt hơn nghĩa là tiết kiệm được chi phí xã hội. Theo phân tích của The Economist, hàng năm chi phí để quản lý tiền mặt nói chung vào bằng khoảng 0,5-1% GDP. Thanh toán trực tuyến phát triển giúp người mua - người bán gần nhau hơn và giúp phát triển kinh tế, nâng cao đời sống cho hộ gia đình, tạo nhiều việc làm hơn cho xã hội và góp phần tăng thu ngân sách cho nền kinh tế.

Đối với người dân, thanh toán trực tuyến giúp tiết kiệm thời gian, có thể thanh toán mọi lúc mọi nơi và mở ra nhiều cơ hội tiếp cận các dịch vụ tài chính cho mọi đối tượng người dân.

Đối với xã hội, thanh toán qua ngân hàng rõ ràng là đảm bảo an ninh, an toàn hơn cho các bên giao dịch, quyền lợi hợp pháp của người dân được bảo vệ trong trường hợp có xảy ra tranh chấp. Thanh toán qua ngân hàng nhiều hơn cũng giúp tăng tính minh bạch của nền kinh tế, hạn chế các hoạt động kinh tế ngầm, các hành vi tham nhũng, trốn thuế... Còn nhiều tác động tích cực khác nữa của thanh toán không dùng tiền mặt chưa được kể tại đây nhưng

chắc chắn đây sẽ là xu thế được nhiều quốc gia lựa chọn, bởi một quy luật không thể không nhận thấy là các nước có nền kinh tế phát triển thường là những nước ít sử dụng tiền mặt hơn.

Các chuyên gia kinh tế nhận định, trong tương lai, thanh toán kỹ thuật số rõ ràng là một xu hướng tất yếu và sẽ thay thế dần vai trò của tiền mặt. Theo đó, một trong những xu thế mà thế giới đang hướng đến sau cuộc khủng hoảng sẽ là một hệ thống tài chính mang tính số hóa cao hơn.

Dịch vụ điện toán đám mây ‘nở rộ’

Trước đại dịch Covid-19, làm việc tại nhà chưa bao giờ là phương thức làm việc được ưa thích. Các chủ sử dụng lao động vẫn muốn nhân viên đến nơi làm việc và thực hiện nhiệm vụ dưới sự giám sát của các nhân viên cấp cao. Tuy nhiên, COVID-19 đã thay đổi hoàn toàn điều này. Các công ty hiện khuyến khích nhân viên làm việc tại nhà và gửi các văn bản hay dự án của họ thông qua dịch vụ đám mây. Một số công ty như Twitter thậm chí còn tuyên bố rằng nhân viên có thể làm việc tại nhà vô thời hạn nếu họ muốn.

Trong thời gian gần đây, nhu cầu về các công cụ hội họp trực tuyến như Zoom và Slack đều tăng trưởng chưa từng có. Các công cụ chuyên về công việc văn phòng truyền thống hơn như Microsoft 365 cũng ghi nhận nhu cầu tăng cao. Điềm chung là những công cụ này đều dựa trên nền tảng đám mây.

Khi mọi người bị buộc phải ở trong nhà, nhu cầu về các dịch vụ bán lẻ và dịch vụ giải trí trực tuyến cũng tăng lên rất nhiều. Giới quan sát cho biết, phân khúc bán lẻ hàng tiêu dùng sẽ tiếp tục mở rộng việc sử dụng các dịch vụ đám mây, đẩy nhanh xu hướng dịch chuyển lên

môi trường Internet vốn đã xảy ra từ trước khi đại dịch Covid-19 bùng phát. Trong khi đó, các dịch vụ giải trí có sử dụng công nghệ điện toán đám mây như nền tảng xem phim trực tuyến Netflix, dịch vụ nghe nhạc Spotify cùng một số nền tảng chơi game như Steam đều ghi nhận số lượng đăng ký mới nở rộ trong mùa dịch.

Xu hướng dịch chuyển lên các nền tảng đám mây cũng diễn ra trong chính hoạt động của các Chính phủ. Nhằm hạn chế khả năng lây lan của dịch bệnh, nhiều quốc gia đã đẩy nhanh quá trình số hóa các hoạt động hành chính, xây dựng các cổng thông tin và hỗ trợ phát triển các nền tảng kỹ thuật số cấp quốc gia như ứng dụng thông tin sức khỏe và giáo dục trực tuyến để đảm bảo người dân vẫn có thể tiếp cận các dịch vụ công trong thời gian đại dịch.

Chuyển đổi chuỗi cung ứng theo hướng số hóa

Trước khi Covid-19 bùng phát, một báo cáo của công ty tư vấn đầu tư McKinsey cho thấy, 92% các công ty nhận định mô hình kinh doanh của họ sẽ cần phải thay đổi theo hướng số hóa trong bối cảnh công nghệ biến đổi mạnh mẽ. Tuy nhiên, dù đa số các công ty nhận thấy điều này, nhưng các khoản đầu tư và những nỗ lực cần thiết cho quá trình chuyển đổi vẫn phải xếp sau những nhu cầu kinh doanh khác.

Khi đại dịch xảy ra, báo cáo công bố hồi tháng Sáu của McKinsey cho thấy, việc áp dụng kỹ thuật số phục vụ cho cả người tiêu dùng lẫn doanh nghiệp đạt được tiến độ tương đương 5 năm chỉ trong khoảng 8 tuần. Tình hình cấp thiết đã thúc đẩy rất nhiều tiến bộ trong quá trình số hóa chuỗi cung ứng, khi nhu cầu thương mại điện tử đã tăng vọt trong 6 tháng qua. Việc các nhà chế tạo

nỗ lực sản xuất các thiết bị quan trọng cần thiết phục vụ hoạt động chống dịch cũng đã thúc đẩy tiến trình này.

Bên cạnh đó, các công ty cũng đổi mới với áp lực nội bộ trong việc đưa hoạt động trở nên hiệu quả, mang tính tích hợp và phản ứng nhanh hơn để đáp ứng kỳ vọng của người tiêu dùng về sản phẩm. Điều này dẫn đến sự thay đổi trong cách các công ty đánh giá các nhà cung cấp và nguồn gốc hàng hóa để đáp ứng những mong đợi đó.

Thông thường, các công ty sẽ ưu tiên nhập hàng từ một số nhà cung cấp dựa trên hiệu quả chi phí và tính minh bạch. Khi ngày càng nhiều dữ liệu về các nhà cung cấp và sản phẩm của họ được đưa ra, việc số hóa chúng giúp các công ty có cái nhìn sâu hơn để lựa chọn nhà cung cấp tốt và năng động hơn. Điều này cho phép các công ty dễ dàng tìm nguồn cung ứng theo yêu cầu và tạo điều kiện cho các nhà cung cấp mới tham gia thị trường.

Việc số hóa chuỗi cung ứng không chỉ giúp người tiêu dùng mà còn cả với phía các công ty. Chúng sẽ giúp người mua tìm hiểu kỹ càng chất lượng sản phẩm và phân biệt được hàng giả với các sản phẩm chính hãng. Các chi phí giao dịch gián tiếp cũng sẽ giảm thông qua sự minh bạch giá cả. Bên cạnh đó, các chuỗi cung ứng ngày càng trở nên phức tạp và liên kết chặt chẽ với nhau, điều này khiến cho việc quản lý rủi ro trở nên khó khăn hơn. Vì vậy, việc số hóa chuỗi cung ứng sẽ cho phép các công ty quản lý hiệu quả sự rủi ro này. Có thể khẳng định trong thời đại công nghệ, những xu hướng công nghệ sẽ ngày càng chi phối kinh tế thế giới và mang lại những hiệu quả không thể phủ nhận./