

TỰ CHỦ KINH TẾ TRONG HOẠT ĐỘNG THÔNG TIN-THƯ VIỆN

TSKH Nguyễn Thị Đông

Tóm tắt: Xem xét vấn đề tự chủ kinh tế của cơ quan thư viện trong nền kinh tế thị trường. Giới thiệu các hình thức tự chủ kinh tế thông dụng trong hoạt động TT-TV hiện đại, cho phép các thư viện có thể tiếp cận được các nguồn kinh phí bổ sung ngoài ngân sách từ nhiều kênh khác nhau. Đưa ra các điều kiện cần thiết cho việc thực hiện tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV ở Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường hiện nay.

Từ khóa: Tự chủ kinh tế; hoạt động thông tin-thư viện; tiếp thị; quản lý thư viện; gây quỹ; thuê mượn; thuê ngoài.

Economic autonomy in library and information sector

Summary: Considers the problem of economic autonomy of library and information institutions in the market economy; presents some popular forms of economic autonomy in modern library and information activities, enabling libraries access additional out-of-budget expenditures from different sources; Indicates necessary conditions for carrying out economic autonomy in library and information activities in Vietnam in the present context of the market economy.

Keywords: Economic autonomy; library and information activities; marketing; library management; fund raising; leasing; outsourcing.

Trong nền kinh tế thị trường, vấn đề tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV ngày càng được quan tâm xem xét trên góc độ tổng thể các nguyên tắc, đảm bảo hiệu quả và chất lượng phục vụ người dùng tin, cũng như phù hợp với các chức năng vốn có của thư viện trong cơ chế mới.

1. Hoạt động TT-TV dưới góc độ kinh tế

Khái niệm “*Kinh tế*” được hiểu là tổng thể những hoạt động của con người nhằm thỏa mãn nhu cầu vật chất [11], đó là các hoạt động sản xuất và kinh doanh (mua bán) phù hợp với quy định hiện hành của pháp luật. Với đặc thù của mình, hoạt động TT-TV được xếp vào lĩnh vực “*Khoa học và phục vụ khoa học*”, nghĩa là lĩnh vực kinh tế phi sản xuất. Kết quả hoạt động ở lĩnh vực này thể hiện ở dạng các dịch vụ và sản phẩm có hình thái hiệu quả lao động hữu ích và hình thái giá trị sử dụng, được đưa vào thị trường thông qua giá cả của chúng [7]. Theo đó, giá cả được xem như biểu hiện bằng tiền của giá trị và được dùng để đo một cách gián tiếp lượng thời gian phải bỏ ra hoặc mức chi phí lao động xã hội cần thiết cho sản xuất (tạo lập) sản phẩm hoặc dịch vụ TT-TV.

Như vậy, hoạt động TT-TV là một trong các lĩnh vực hoạt động kinh tế phù hợp với quy định pháp luật hiện hành, kết quả của nó là tạo ra sản phẩm và dịch vụ đặc thù nhằm đáp ứng tối đa và thỏa mãn đầy đủ nhu cầu thông tin tư liệu của toàn xã hội. Từ góc độ kinh tế, hoạt động TT-TV được xem xét thông qua các nội dung có liên quan tới việc tổ chức khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực vật chất, nhân lực và kinh nghiệm tích lũy được, cũng như các mối quan hệ giao dịch kinh tế và pháp luật.

2. Thư viện hiện đại trong nền kinh tế thị trường

Trong nền kinh tế tập trung bao cấp trước đây, cơ quan thư viện được “*cấp phát*” tài chính hàng năm cho triển khai hoạt động, nhưng trong nền kinh tế thị trường, khái niệm “*cấp phát*” tài chính phải được hiểu là “*đầu tư*” tài chính [12]. Vì thế, các thư viện phải có trách nhiệm sử dụng nguồn kinh phí đầu tư này một cách có hiệu quả nhất trên cơ sở thực hiện quyền tự chủ kinh tế của mình. Đây là một vấn đề không mới đối với các nước có nền kinh tế thị trường phát triển, nhưng lại là

Nghiên cứu - Trao đổi

vấn đề tương đối mới đối với Việt Nam, đồng thời là xu thế tất yếu khách quan khi hình thành thị trường thông tin và hội nhập quốc tế về TT-TV.

Mục đích của tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV là nhằm đạt được hiệu quả kinh tế tối ưu trong việc bổ sung, xử lý, lưu trữ các loại hình tài liệu in giấy và điện tử; tổ chức sử dụng hợp lý mọi giá trị vật chất của thư viện; tận dụng tối đa các kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm của đội ngũ cán bộ, các thành tựu khoa học, công nghệ và phương pháp luận TT-TV [17].

Xuất phát từ quan điểm trên, với tư cách là một chủ thể kinh tế độc lập - đơn vị kinh tế đặc thù trong nền kinh tế thị trường, thư viện hiện đại có các quyền sau:

- Được ký kết các hợp đồng kinh tế trong thực hiện dịch vụ khai thác và sử dụng thông tin theo quy định của pháp luật hiện hành thông qua các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với các chức năng cơ bản của hoạt động TT-TV;

- Được sử dụng các nguồn tài trợ, biếu tặng từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước cho hoạt động TT-TV;

- Được tự chủ về kế hoạch tài chính;

- Được thu và sử dụng các khoản thu để bù đắp chi phí cho thực hiện các sản phẩm và dịch vụ TT-TV.

Trên thực tế, rõ ràng thư viện là một cơ quan có tiềm năng lớn nhưng không mang tính thị trường, khó có thu nhập từ các hoạt động hàng ngày với sự hạn hẹp về nguồn tài chính. Do vậy, việc đảm bảo các mối quan hệ kinh tế-xã hội giữa thư viện và người sử dụng là vấn đề song hành với quản lý cơ quan thư viện hiện đại, có liên quan mật thiết tới việc đáp ứng và thỏa mãn các nhu cầu vượt định mức về sản phẩm và dịch vụ TT-TV, bảo quản và phát triển nguồn lực trong cơ chế thị trường, cũng như thu hút các nguồn kinh phí hỗ trợ từ xã hội.

Trong điều kiện kinh tế thị trường, để tồn tại và phát triển, các thư viện hiện đại buộc phải tìm kiếm và triển khai các hình thức phục vụ có thu tiền. Điều này cho phép thư viện mở

rộng phạm vi đa dạng hóa các loại hình sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu của xã hội, đồng thời đảm bảo bổ sung nguồn tài chính ngoài ngân sách cho hoạt động của mình. Hơn nữa, các kết quả hoạt động nghiệp vụ cũng như các nguồn lực thông tin của thư viện đều mang nội dung kinh tế cụ thể và được coi là giá trị hàng hóa, đồng thời là đối tượng chính trong các quan hệ kinh tế và pháp luật. Giá cả của các dịch vụ và sản phẩm TT-TV được điều tiết phù hợp với thị trường và mức chi trả bổ sung của người sử dụng.

Trong thực tiễn hoạt động, để thực hiện tự chủ kinh tế, các cơ quan thư viện đều phải giải quyết ba vấn đề cơ bản và mang tính truyền thống [16] sau đây:

- Sản xuất: Đưa ra cái gì (các sản phẩm nào? khi nào? bao nhiêu và chất lượng ra sao?);

- Cho ai (ai cần? số lượng bao nhiêu? và ở mức độ nào?);

- Bằng cách nào (từ các nguồn lực nào? ai làm? và làm bằng công nghệ nào?).

Giải quyết các vấn đề trên đòi hỏi, một mặt, cơ quan thư viện cần xác định rõ mục tiêu của các quá trình kinh tế vi mô. Mặt khác, bản thân các quá trình này cũng thực hiện chức năng điều tiết nhằm đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu. Mục tiêu của kinh tế vi mô trong hoạt động TT-TV là sử dụng có hiệu quả các nguồn lực và các phương tiện hiện có mà chưa được khai thác nhằm tận dụng cho việc đáp ứng đầy đủ hơn nhu cầu của người dùng tin. Điều này cho phép các thư viện hiện đại kết hợp tối ưu giữa các phục vụ miễn phí (bằng nguồn tài chính từ ngân sách Nhà nước) với các quyền lợi kinh tế của mình (phát triển các nguồn khác nhau cho bổ sung kinh phí ngoài ngân sách). Nhiệm vụ trọng tâm của kinh tế vi mô trong hoạt động TT-TV hiện đại là cân đối hài hòa quyền lợi giữa bốn chủ thể kinh tế sau:

- Cơ quan sản xuất, phổ biến các sản phẩm và dịch vụ tri thức (cơ quan TT-TV);

- Người sử dụng (người dùng tin);

- Nhà nước (người đầu tư chính);

- Xã hội (thông qua thuế).

Nghiên cứu - Trao đổi

Trước đây, các thư viện xác định quyền sở hữu của mình đối với các bộ sưu tập tư liệu in. Ngày nay, khi các nguồn tin số hóa được luân chuyển, quản lý và khai thác rộng rãi trên Internet, thì quyền đó được thể hiện dưới dạng quyền cho phép người dùng tin khai thác và truy cập thông tin với các điều kiện và mức độ khác nhau. Không còn bị bó hẹp bởi việc chăm lo cất giữ và bảo quản vốn tài liệu như trước đây, các thư viện hiện đại có cơ hội thuận lợi hơn trong việc thỏa mãn nhu cầu tin cho những người không có điều kiện, thiếu thời gian và kỹ năng khai thác trực tiếp thông tin bằng các phương tiện tìm tin hiện đại thông qua việc cung ứng các sản phẩm và dịch vụ đã và đang ngày càng được mở rộng. Tuy nhiên, vấn đề là ở chỗ, các cơ quan thư viện cần tổ chức hợp lý việc triển khai hoạt động nhằm đảm bảo hiệu quả kinh tế tối ưu trong sử dụng nguồn kinh phí đầu tư của Nhà nước và các nguồn thu ngoài ngân sách, cũng như giải quyết thích đáng mối quan hệ giữa một bên là chức năng phục vụ công ích và bên kia là lợi ích kinh tế của cơ quan thư viện hiện đại.

3. Các hình thức tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV hiện đại

Hiện nay, khi các nguồn kinh phí do Nhà nước đầu tư cho hoạt động TT-TV bị cắt giảm đáng kể, buộc các thư viện, một mặt, phải tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực sẵn có của mình, mặt khác, phải chủ động tìm kiếm các nguồn tài chính bổ sung ngoài ngân sách để đảm bảo tồn tại và thích ứng với nền kinh tế thị trường, đồng thời thực hiện tốt chức năng nhiệm vụ được giao, duy trì và phát huy vai trò xã hội của mình trong cơ chế mới.

Thực tiễn hoạt động TT-TV nước ngoài cho thấy, những năm gần đây đã phát triển nhiều hình thức tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV hiện đại, cho phép các thư viện có thể tiếp cận được các nguồn kinh phí bổ sung ngoài ngân sách từ nhiều kênh khác nhau. Trong số đó có các hoạt động tiếp thị (marketing), gây quỹ (fundraising), thuê mượn (leasing), thuê ngoài (outsourcing).

a) Marketing thư viện

Marketing thư viện là biến thể sáng tạo mang tính tổ chức và quản lý, nghĩa là, xem xét hiệu quả hoạt động của thư viện từ góc độ người dùng tin thông qua việc nghiên cứu các nhu cầu tin của xã hội và xác định các phương thức tối ưu cho thỏa mãn các nhu cầu đó [14]. Mục tiêu cơ bản của marketing thư viện là nhằm:

- Đáp ứng tối đa nhu cầu và thỏa mãn đầy đủ đòi hỏi của người dùng tin;
- Phát triển nhu cầu mới về các sản phẩm và dịch vụ TT-TV trong tương lai;
- Thu hút các tầng lớp người dùng tin vào sử dụng các sản phẩm và dịch vụ của cơ quan thư viện.

Về mặt lý thuyết, marketing thư viện là hệ thống phát hiện và đáp ứng nhu cầu của thị trường thông tin ở cả hai phương diện: Phi thương mại (không phải trả tiền); và thương mại (phải trả tiền). Như vậy, theo quan điểm marketing, kết quả của hoạt động TT-TV được đánh giá không phải là theo số lượng sản phẩm và dịch vụ được sản xuất ra, mà là theo số lượng người sử dụng các sản phẩm và dịch vụ đó. Vì thế, các thư viện cần phải luôn sẵn sàng đổi mới một cách có hệ thống về các loại hình sản phẩm và dịch vụ sao cho phù hợp với thị hiếu của người dùng tin, cải thiện chất lượng phục vụ thông qua việc thỏa mãn linh hoạt nhu cầu ngày càng đa dạng của người dùng tin. Đồng thời, cần phải có các thay đổi tương ứng về công nghệ trên cơ sở phân tích các nguồn lực sẵn có.

Trên góc độ này có thể nói, hoạt động marketing giúp các thư viện tồn tại bền vững trong thời kỳ khủng hoảng và trong bối cảnh giảm sút nguồn kinh phí đầu tư từ ngân sách Nhà nước, đồng thời tăng cường hiệu quả xã hội của hoạt động TT-TV trong nền kinh tế thị trường. Cơ chế thị trường đòi hỏi cơ quan thư viện phải xem xét lại các chức năng truyền thống của mình, điều chỉnh các định hướng ưu tiên trước đây, thay đổi các quyết định mục tiêu, nghĩa là, cần thực hiện các nguyên tắc marketing trong tổ chức và quản lý thư viện

Nghiên cứu - Trao đổi

hiện đại. Với sự tham gia mạnh mẽ của thư viện hiện đại vào thị trường thông tin, marketing thư viện cho phép ngày càng mở rộng hơn và đa dạng hơn các tiềm năng hiện thực của thư viện hiện đại, làm thay đổi hình ảnh thư viện, thực hiện chính sách giao tiếp và đảm bảo sự an toàn kinh tế. Hiệu quả xã hội của thư viện cần phải được xem xét tương tự như hiệu quả kinh tế, nếu khác đi thì thư viện, với tư cách là một thiết chế văn hóa-xã hội, không đạt được hiệu quả kinh tế các nguồn lực của mình, chưa nói tới việc nâng cao hiệu quả xã hội.

b) Gây quỹ thư viện

Hoạt động gây quỹ (fundraising) là sự tiếp nối của marketing thư viện, đó là sự tìm kiếm và thu hút các nguồn tài chính ngoài ngân sách bổ sung cho hoạt động TT-TV. Các nguồn tài chính ngoài ngân sách trong thư viện hiện đại được phân thành hai nhóm: Nguồn thu từ nội bộ; và nguồn thu từ bên ngoài.

Nguồn thu từ nội bộ được thư viện bổ sung bằng cách mở rộng phạm vi các lĩnh vực hoạt động có thu tiền thông qua việc tận dụng các khả năng sẵn có của mình. Để làm điều này, trước hết thư viện cần ưu tiên phát triển các loại hình sản phẩm và dịch vụ có khả năng mang lại nguồn thu ổn định và được bảo đảm bằng các cơ sở pháp lý. Tuy nhiên, thư viện là một thực thể kinh tế mà trong đó lợi nhuận không phải là mục đích hoạt động chính. Để đạt được kết quả mong muốn, các thư viện hiện đại cần phải đặc biệt quan tâm nghiên cứu thị trường tiêu thụ các sản phẩm và dịch vụ TT-TV, trên cơ sở đó xác định danh mục các sản phẩm và dịch vụ cụ thể.

Nguồn thu từ bên ngoài (nguồn tài chính ngoài ngân sách Nhà nước) được thư viện bổ sung bằng cách thu hút các nguồn hỗ trợ từ xã hội thông qua nguồn tài trợ từ các quỹ từ thiện, từ các quỹ đỡ đầu về khoa học và nghệ thuật, cũng như thông qua việc phát mại đồ lưu niệm, huy hiệu, văn hóa phẩm... Gần đây, phần lớn các thư viện hiện đại đã thu hút các nguồn hỗ trợ tài chính bằng cách trực tiếp tham gia vào các chương trình, dự án của các quỹ khác nhau.

Từ thiện là hoạt động tự nguyện của các cá nhân/tập thể chuyển giao cho thư viện các nguồn vật chất (trong đó có cả tiền) một cách không vụ lợi (cho không hoặc với các điều kiện ưu đãi), vô tư thực hiện các công việc, dịch vụ hoặc có các quan tâm hỗ trợ khác với mục đích ủng hộ công sức và vật chất cho thư viện. Các dạng trợ giúp từ thiện cho lĩnh vực TT-TV thường được sử dụng hiện nay gồm có:

- Chuyển giao không hoàn lại các giá trị vật chất và các quyền lợi (quà biếu, đồ quyên góp);
- Nhượng không hoàn lại các nguồn vật chất có mục đích;
- Chuyển giao đồ vật sở hữu với các điều kiện ưu đãi (thiết bị, các sản phẩm trí tuệ);
- Hỗ trợ các phương tiện để tiến hành triển lãm từ thiện, đấu thầu, phát mại, hòa nhạc, các dự án xuất bản, ...;
- Lao động tự nguyện và vô vị lợi;
- Hỗ trợ tổng thể về tài chính, tổ chức và bảo trợ quyền lợi;
- Tài trợ có địa chỉ: Trả tiền cho các hóa đơn cụ thể; thu mua có mục đích; bù trừ các chi phí; trả tiền nhuận bút một lần cho các chuyên gia (tư vấn, báo cáo viên, nghệ sỹ...); vay không trả lãi (tín dụng) với sự thanh toán từng phần hoặc toàn bộ cho sử dụng thường xuyên hoặc tạm thời các tài sản (thiết bị) cần thiết; trả tiền bảo hiểm hoặc các khoản đóng góp để bảo đảm xã hội cho cá nhân các cán bộ TT-TV (mua bảo hiểm y tế, trả tiền vé đi lại, thực phẩm, phí đào tạo...) [13].

Trong những năm gần đây, tài trợ từ các quỹ từ thiện thuộc các tổ chức quốc gia và quốc tế là hình thức thường được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực TT-TV. Đó là sự trợ giúp nguồn lực có mục tiêu (thường là tài chính) cho thực hiện các chương trình cụ thể trên cơ sở phi lợi nhuận và không hoàn lại.

Động cơ từ thiện trong lĩnh vực TT-TV được thúc đẩy bởi các mục đích nhân văn có liên quan tới trách nhiệm xã hội đối với hiện trạng của thư viện với tư cách là trung tâm giáo dục, thông tin và văn hóa-giải trí, có khả năng

Nghiên cứu - Trao đổi

đóng góp to lớn vào sự phát triển văn hóa và tiến bộ xã hội. Nguồn hỗ trợ cho lĩnh vực TT-TV được các nhà tài trợ đưa ra trước hết nhằm thu được hiệu quả đầu tư gián tiếp và thường mang tính ngẫu nhiên hoặc tình thế. Thông qua các hoạt động này, các nhà tài trợ mong muốn được quảng cáo thêm về mình; xây dựng hình ảnh/danh tiếng xã hội tích cực; phô bày hiện trạng tài chính; thu được các ưu đãi dự kiến về thuế, hoặc các ưu đãi khác.

Phát mại đồ lưu niệm, huy hiệu, văn hóa phẩm,... cũng là hình thức thường được sử dụng để bổ sung tài chính ngoài ngân sách của các cơ quan thư viện. Trong hầu hết các thư viện nước ngoài thường có các cửa hàng bán những sản phẩm khác nhau mang biểu tượng của thư viện cho khách du lịch và bạn đọc, như: bản đồ đường phố, tem bưu điện, cốc, bút, các xuất bản phẩm trang trí. Việc bán văn hóa phẩm được thư viện thực hiện không chỉ đối với các sản phẩm văn hóa mới xuất bản hoặc sao chép, mà còn cả các sản phẩm văn hóa mà thư viện thu được từ nguồn không dùng đến trong dân chúng.

Ngoài ra, trong cấu thành của nguồn tài chính bổ sung ngoài ngân sách còn có cả sự đóng góp của các cá nhân và các cơ quan nhân dịp kỷ niệm các sự kiện trọng đại được tổ chức trong thư viện. Thông thường để làm việc này, thư viện cử ra một người chuyên phụ trách về gây quỹ, có nhiệm vụ hệ thống hóa các tài liệu có liên quan đến sự kiện; các dự án; các tài liệu về thư viện, giấy mời, video-ảnh, mẫu ấn phẩm, sổ ghi nhận công lao của các nhà tài trợ, tài liệu kêu gọi hỗ trợ, hợp tác,... đồng thời đưa ra tỷ lệ % nhất định từ nguồn thu được để trả công lao động cho cán bộ gây quỹ [15].

Các hình thức có hiệu quả trong hoạt động gây quỹ được các cơ quan thư viện sử dụng rộng rãi là: Tổ chức các hoạt động nhân dịp các ngày lễ, ngày đáng ghi nhớ; tổ chức hội nghị, hội thảo; gửi thư đề nghị tới các mạnh thường quân và các nhà tài trợ; gọi điện, thỏa thuận các cuộc gặp mặt, tới tận nơi để thuyết phục,... Để hoạt động gây quỹ đạt được kết

quả, đòi hỏi đồng thời phải thực hiện các công việc bổ sung đi kèm, như: Xây dựng cơ sở dữ liệu về các nhà tài trợ tiềm năng, gửi lời chúc mừng nhân ngày lễ, gửi thư cảm ơn, tổ chức các buổi gặp mặt khách mời, đưa tài liệu cần thiết lên mạng, soạn thảo các báo cáo phân tích kết quả đạt được nhờ các nguồn tài trợ. Thông qua đó sẽ làm thay đổi khả năng tư duy của xã hội về hoạt động TT-TV, thuyết phục các nhà đầu tư tiềm năng rằng, các chức năng của thư viện hiện đại lớn hơn, mang tính toàn cầu và rộng mở hơn nhiều so với thư viện truyền thống.

Để công bố thông tin về kết quả hoạt động gây quỹ, thư viện cần sử dụng tối đa các sản phẩm in ở dạng lịch, biểu ngữ (tranh cổ động), trong đó cung cấp có hệ thống những thông tin về các sáng kiến từ thiện, về các công ty từ thiện, về các nhà tài trợ nổi tiếng... Các ghi nhận công lao đóng góp của cá nhân tặng quà từ thiện được in ấn trong các xuất bản phẩm định kỳ của địa phương, được đưa lên trang Web của thư viện cũng mang lại các kết quả tích cực không ngờ cho hoạt động gây quỹ.

Có thể nói, hoạt động marketing và gây quỹ là các xu hướng đầy triển vọng cho phát triển hoạt động TT-TV trong cơ chế thị trường và ngày càng được các cơ quan thư viện tích cực sử dụng trong thực tiễn hoạt động của mình. Điều này đã làm thay đổi đáng kể vị thế của công tác TT-TV. Tuy nhiên, thành công của các hoạt động này phụ thuộc rất nhiều vào phẩm chất và trình độ, cũng như kỹ năng của đội ngũ cán bộ TT-TV. Vấn đề đặt ra là, các cán bộ TT-TV cần phải biết rõ và nắm chắc phương pháp thực hiện khi tìm kiếm các nhà hảo tâm sẵn sàng bảo trợ cho hoạt động của mình. Khi yêu cầu ai đó tài trợ cho mình, các cán bộ TT-TV cần phải nhấn mạnh rằng, yêu cầu đó xuất phát từ đòi hỏi của xã hội chứ không phải của bản thân cơ quan mình. Có như vậy, người tài trợ sẽ nhận thấy bản thân họ là người giúp ích cho xã hội và sẵn sàng ủng hộ thư viện. Hầu hết các nhà tài trợ đều coi tiền tài trợ của mình như một khoản đầu tư xã hội, vì thế họ luôn mong muốn được biết xem tiền của họ có được chi tiêu có ích không;

Nghiên cứu - Trao đổi

số tiền đó đã trợ giúp thực hiện các chương trình như thế nào và hiện tại khoản tài trợ đó có khả năng thực thi đến đâu.

c) Thuê mướn trong hoạt động TT-TV hiện đại

Sự hạn hẹp về nguồn kinh phí và thiếu các nguồn tài chính cần thiết cho trang bị các thiết bị kỹ thuật đắt tiền là một trong các lý do chính thúc đẩy các cơ quan thư viện tích cực tìm kiếm các nguồn đầu tư, các kênh thay thế và các hình thức tự bổ sung tài sản. Trong số đó, thuê mướn là yếu tố mang tính sáng tạo, khả thi và có hiệu quả trong hạch toán hoạt động TT-TV. Thuê mướn tạm thời chưa được phổ biến rộng rãi trong môi trường hoạt động TT-TV, nhưng trong những năm gần đây đã được thế giới khuyến cáo sử dụng [14].

Thuê mướn (leasing) là một hình thức đặc biệt của quan hệ thuê tài sản, trong đó quy định đồng bộ các mối quan hệ kinh tế-pháp lý, bao gồm cả quan hệ mua-bán (mua sắm thiết bị bằng hình thức thuê mướn, sau đó mua đứt tài sản đang thuê theo giá đã được khấu hao); và quan hệ sử dụng tạm thời (có thời hạn) đối với tài sản thuê. Theo đó, người sử dụng phải thực hiện các quy định bắt buộc về nộp tiền thuê theo thỏa thuận, sử dụng tài sản đúng mục đích, cũng như trả lại tài sản thuê đúng thời hạn thuê hoặc mua đứt tài sản sau khi hết hạn hợp đồng thuê. Thực chất của quan hệ sử dụng tài sản tạm thời là quan hệ thuê mướn nhằm khai thác tạm thời tài sản thích ứng. Giao ước thuê thường được ký kết trong khoảng thời gian từ 1 đến 15 năm và có thể được thực hiện theo các hình thức cơ bản sau: thuê tài chính (tín dụng), thuê linh hoạt.

Thuê tài chính là một trong các hình thức thuê thông dụng mang đặc trưng tín dụng, người thuê có thể nhận tài sản trong khoảng thời gian khá dài, thậm chí trong suốt thời gian giá trị sử dụng của thiết bị. Trong trường hợp này, người nhận tài sản thường dự kiến tiền thuê trả theo từng giai đoạn giá trị sử dụng toàn bộ tài sản thuê với các khấu trừ định kỳ về giá trị khấu hao.

Thuê linh hoạt có đặc điểm là, thời hạn sử

dụng (sở hữu) tài sản không liên tục và đầy đủ của đối tượng thuê và chỉ phải trả phần giá trị tương ứng được gọi là giá trị hoàn lại tài sản, cho phép bù trừ các chi phí mua và bảo quản tài sản, kể cả dịch vụ kỹ thuật. Đối tượng cho thuê linh hoạt thường là các thiết bị có tốc độ khấu hao nhanh (ví dụ như máy tính).

Một trong các khía cạnh tài chính của hoạt động thuê mướn là, tiền thuê được trả phụ thuộc vào hình thức chuyển giao tài sản cho thuê về thời gian sử dụng, thời hạn khai thác, biểu giá phải trả và các thông số khác. Ích lợi kinh tế của việc thuê mướn đối với các thư viện là, khả năng tăng cường sự đổi mới thiết bị; khai thác thiết bị trong khoảng thời gian cần thiết; khả năng chủ động trong xác định thời hạn sử dụng và trả hoàn trả tiền trong quá trình khai thác tài sản; nhận được hoa lợi từ tài sản thuê (trong đó có phần để trả tiền thuê); và mua tài sản thuê theo giá trị còn lại (đã khấu hao theo thời gian).

Trên góc độ kinh tế, với tư cách là cơ quan phi thương mại, thư viện cần phải xem xét kỹ lưỡng hiệu quả của các hợp đồng thuê nói trên, đánh giá chính xác các mức độ khả năng chi trả hiện có để đáp ứng nhu cầu về dịch vụ/sản phẩm và khả năng thu nhập (phần được tạo ra) do thiết bị thuê mang lại. Thu nhập do khai thác thiết bị thuê phải cho phép thư viện chi trả các khoản tiền thuê theo quy định trong giao ước thuê, tái tạo sức lao động và phát triển một loại hình hoạt động nhất định. Ở đây cũng cần phải đưa ra luận chứng kinh tế về sự cần thiết và vai trò của tài sản thuê cụ thể trong cân đối các nguồn tài chính của thư viện, yêu cầu tình thế và các điều kiện phù hợp để sử dụng có hiệu quả tài sản thuê.

Trên thế giới, cơ sở pháp lý để điều tiết quan hệ trong hoạt động thuê mướn tài sản được khẳng định trong các văn bản pháp quy của Nhà nước. Đó là các căn cứ pháp lý đảm bảo tính hợp pháp để cơ quan thư viện có thể thuê mướn tài chính dài hạn và hưởng các ưu đãi hiện hành đối với người thuê. Trong nền kinh tế thị trường, các cơ quan thư viện có thể ký kết hợp đồng thuê mướn tài sản, thiết bị, thuê sử dụng máy tính, máy quay, máy nhân bản tài liệu và các máy móc thiết bị khác cần thiết cho

Nghiên cứu - Trao đổi

triển khai hoạt động của mình. Việc chi trả các khoản tiền thuê được thực hiện thông qua các khoản thu được từ khai thác tài sản thuê. Có thể nói, hoạt động thuê muốn có triển vọng tốt trong hoạt động TT-TV và được đảm bảo về mặt pháp lý, rất thuận lợi và phù hợp với các điều kiện của nền kinh tế thị trường [14].

d) Thuê ngoài trong hoạt động TT-TV

Khác với các hình thức bổ sung tài chính ngoài ngân sách nói trên, thuê ngoài (outsourcing) là khái niệm liên quan tới sự tối ưu hóa hoạt động và giảm giá thành sản xuất, hoặc tối ưu hóa việc tổ chức hoạt động trên cơ sở tập trung vào các lĩnh vực hoạt động chính, chuyển giao các chức năng thứ sinh và không định hình rõ rệt cho người khác làm. Thuê ngoài được sử dụng trong nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Theo đánh giá của các chuyên gia quốc tế, thuê ngoài là một trong các biện pháp thông dụng và mới hơn cả để tối ưu hóa các nguồn lực cho xây dựng và khai thác các hệ thống thuộc các lĩnh vực hoạt động khác nhau [14]. Vấn đề cơ bản trong áp dụng thuê ngoài là phải đánh giá chính xác hiệu quả sử dụng nó. Về nguyên tắc, có thể phân thuê ngoài theo ba nội dung chính sau:

- *Thuê ngoài nguồn nhân lực*: Thể hiện ở việc thu hút các chuyên gia ở các lĩnh vực khác vào thực hiện các nhiệm vụ phức tạp đòi hỏi phải có kiến thức chuyên ngành sâu và trình độ nghiệp vụ cao.

- *Thuê ngoài các hệ thống chương trình-kỹ thuật và cơ sở hạ tầng*: Trong nhiều trường hợp, tối ưu hóa hoạt động và giảm giá thành sản xuất không cho phép cơ quan xây dựng các hệ thống chương trình-kỹ thuật và cơ sở hạ tầng riêng mà đòi hỏi phải sử dụng chung các nguồn lực của các tổ hợp khác.

- *Thuê ngoài các công nghệ*: Thể hiện ở sự chuyển giao toàn bộ các công nghệ thứ yếu cho các tổ chức khác. Ví dụ, thư viện có thể chuyển công nghệ in phích thư mục hoặc copy tài liệu cho đơn vị khác thực hiện.

Hiện nay, việc thuê ngoài ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong thực tiễn hoạt động

TT-TV. Trong đó, có rất nhiều nhiệm vụ đã được giải quyết bằng sử dụng thuê ngoài, như: Dán nhãn mã hồi cố thông tin, đánh mã tài liệu, xây dựng mục lục liên hợp, xử lý và bao gói thông tin,...

Tóm lại, việc bổ sung tài chính ngoài ngân sách thông qua các nguồn tài trợ khác nhau của các cơ quan từ thiện và các tổ chức kinh tế-xã hội khác đã trở thành nội dung quan trọng trong chính sách kinh tế của các thư viện hiện đại với tư cách là đơn vị kinh tế phi lợi nhuận, là đơn vị thực hiện các dự án công ích thuộc lĩnh vực thông tin, giáo dục đào tạo, văn hóa và giải trí.

Trong điều kiện kinh tế thị trường, các thư viện hiện đại cần tăng cường hoạt động gây quỹ và marketing để tìm kiếm các nguồn tài trợ và nhận được thường xuyên hơn các phương tiện tài chính, vật chất-kỹ thuật và lao động; không ngừng thu hút người ủng hộ và các đối tác, các nhà đầu tư (các quỹ hỗ trợ, các nhà tài trợ, các nhà từ thiện) thông qua các hình thức tổ chức gặp gỡ và các hình thức thích hợp khác. Vấn đề quan trọng là phải đưa ra được các yếu tố cơ bản và các minh chứng thuyết phục về ích lợi của việc ủng hộ thư viện, xây dựng các chiến lược và sách lược củng cố các mối quan hệ tương hỗ với các nhà từ thiện hiện thực có tiềm năng và sẵn sàng đóng góp cho hoạt động của thư viện.

4. Điều kiện cần thiết cho thực hiện tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV ở Việt Nam

Việc thực hiện tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV ở Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường hiện nay cần đảm bảo các yêu cầu cơ bản sau:

- Được đảm bảo bằng môi trường pháp lý công khai và minh bạch cho phép phát triển hợp lý các sản phẩm và dịch vụ TT-TV theo nhiều kênh khác nhau thích ứng với nhu cầu của xã hội.

- Trên hết cần đảm bảo các tiêu chí phục vụ lợi ích xã hội, tiếp đó mới đến tiêu chí lợi nhuận nhằm đảm bảo bù trừ thích hợp các khoản chi phí cho hoạt động này. Cụ thể, cần đưa ra các dịch vụ bổ sung, tạo lập và bán các sản phẩm trí tuệ (trong đó có sản phẩm siêu

Nghiên cứu - Trao đổi

thông tin), thực hiện các hợp đồng kinh tế, các đơn đặt hàng trọn gói, bán phần kho sách không sử dụng đến, thu tiền đối với các biểu mẫu đăng ký-kiểm kê, trong đó có thể bạn đọc, phiếu yêu cầu tài liệu...

- Cần phải xây dựng chiến lược giá cả, trong đó chỉ rõ các quan điểm và nguyên tắc (chính sách) hình thành giá cả; các phương pháp và trình tự hình thành giá có cân đối với các dịch vụ và sản phẩm vượt định mức của cơ quan. Cần đa dạng hóa các mức giá trên cơ sở các chi phí nguồn lực, nhiệm vụ hiện thời và mức độ hữu ích đối với người dùng về kết quả thực hiện các phần việc bổ sung, đồng thời cần đưa ra các phương án điều chỉnh giá

thích ứng với cơ chế thị trường.

Thay lời kết luận, cần nhấn mạnh rằng, tự chủ kinh tế trong hoạt động TT-TV đòi hỏi phải xác định rõ mức lợi nhuận thu được, nhưng không nhất thiết hướng vào mục đích bắt buộc phải thu lợi về tài chính. Mục tiêu chính của hoạt động kinh tế trong lĩnh vực này là nhằm mở rộng danh mục các hình thức phục vụ TT-TV, trợ giúp người sử dụng nhận được kịp thời và đầy đủ các thông tin cần thiết hoặc các dịch vụ và sản phẩm hỗ trợ theo yêu cầu của họ. Đồng thời, phải lưu ý tới tính thích ứng về giá của người dùng, nghĩa là, phải phù hợp với khả năng chi trả của người dùng tin cho nhu cầu của mình.

Tài liệu tham khảo

1. Khuynh hướng phát triển các dịch vụ thư mục của các thư viện trong thời đại truyền thông số (2007) Thông tin và Phát triển, 2007, Số 5 (9), tr. 20-22.
2. Lê Anh Tuấn. Lập trang Web mua bán các sản phẩm thông tin. Thông tin và Tư liệu, 2008, Số 3, tr. 9-14.
3. Nguyễn Hữu Hùng. Một số vấn đề về chính sách phát triển sản phẩm và dịch vụ thông tin tại Việt Nam. Thông tin và Tư liệu, 2008, Số 2, tr. 1-7.
4. Nguyễn Thị Đông. Xác định chính sách giá đối với sản phẩm và dịch vụ TT-TV. Thông tin và Tư liệu, 2013, Số 1, tr. 25-31.
5. Nguyễn Thị Hạnh. Dịch vụ của các thư viện chuyên ngành trên địa bàn Hà Nội: Hiện trạng và vấn đề. Thông tin và Tư liệu, 2008, Số 2, tr. 7-10.
6. Nguyễn Thị Hạnh. Dịch vụ tra cứu số và việc phát triển ở Việt Nam. Thư viện Việt Nam, 2007, Số 1 (9), tr. 18-24.
7. Rodionov I., Lê Trọng Hiền. Kinh tế trong hoạt động thông tin. Thông tin và Tư liệu, 2009, Số 1, tr. 2-10.
8. Rodionov.I. (2006). Economics of information and Knowledge.- M.: Fair Press.
9. Trần Mạnh Tuấn. Các quan điểm marketing và vấn đề áp dụng trong hoạt động TT-TV. Thông tin và Tư liệu, 2007, Số 1, tr. 8-15.
10. Trần Mạnh Tuấn. Một số vấn đề về sự phát triển sản phẩm và dịch vụ thông tin. Thông tin và Tư liệu, 2003, Số 1, tr. 15-22.
11. Từ điển tiếng Việt/Viện Ngôn ngữ học (2006).- HN.: Nhà xuất bản Đà Nẵng.- Tr. 530.
12. Vũ Văn Nhật. Kinh tế thông tin KH&CN trong nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế. Kỷ yếu Hội thảo Khoa học "Ngành TT-TV trong xã hội thông tin". ĐHQGHN, 2006, tr. 318-323.
13. Гречко Г.С. (2007) Способы реализации инициативной экономической деятельности библиотек для детей. <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2007/cd/190.pdf>.
14. Дригайло В. Г., Дригайло С. В. (2007). Маркетинг, фандрейзинг, лизинг, аутсорсинг в хозяйственной деятельности библиотеки. <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2007/cd/190.pdf>.
15. Ключев В.К.. Возможности лизинга в хозяйственной практике библиотеки // Библиотека и закон. - М, 1999. - Вып. 9.- С. 265–278.
16. Ключев В.К. (2007) Управленческая экономика Российской библиотеки.- М.: ФАИР.- 384 с.
17. ГБЛ. (1985). Управление библиотечным делом: Терминолог словарь - М..

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 04-5-2014; Ngày phản biện đánh giá: 06-7-2014; Ngày chấp nhận đăng: 05-9-2014).