

Phát triển kinh doanh thể dục, thể thao ở nước ta¹

NGUYỄN DANH SƠN

Trong quá trình chuyển đổi quản lý nền kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, hoạt động thể dục, thể thao cũng được yêu cầu chuyển đổi sang hoạt động theo cơ chế thị trường. Trong yêu cầu chuyển đổi này có một vấn đề lớn, cơ bản được đặt ra là hoạt động thể dục, thể thao hội nhập như thế nào vào nền kinh tế thị trường quốc gia và quốc tế. Bài viết này góp bàn về phát triển kinh doanh thể dục, thể thao ở nước ta trong giai đoạn phát triển hiện nay.

1. Tất yếu kinh doanh thể dục, thể thao ở nước ta trong giai đoạn phát triển hiện nay

Trong các tài liệu nghiên cứu và giảng dạy có nhiều định nghĩa khác nhau về thể dục, thể thao (TDTT). Trong tài liệu quốc tế hiện đại không có thuật ngữ “thể dục, thể thao” mà chỉ có khái niệm “thể thao” (tiếng Anh là sport). Luật Thể dục, thể thao nước ta hiện nay (ban hành 2006) và Pháp lệnh Thể dục, thể thao trước đây (ban hành 2000) không nêu định nghĩa cụ thể về TDTT. Nhìn chung, thể thao trong các tài liệu nghiên cứu quốc tế được phân chia thành 2 loại: thể thao tinh hoa hay đỉnh cao (elite sport) và thể thao quần chúng (mass participation sport) mà ở Việt Nam có tên gọi chung là TDTT.

Trong nền kinh tế thị trường quốc tế đã hình thành một “sân chơi” (thị trường) riêng cho hoạt động kinh doanh thể thao. Trên thế giới đã hình thành và phát triển ngành công nghiệp thể thao (sport industry) với cỗ máy vận hành và quản lý đồ sộ, tạo công ăn việc làm, lợi nhuận, thu nhập và đóng góp khoản thuế đáng kể cho ngân sách quốc gia. Ở nước ta, cho đến nay kinh doanh thể thao là lĩnh vực còn ít được quan tâm xét cả về nghiên cứu khoa học và cả về tổ chức quản lý phát triển.

Nhìn từ giác độ kinh tế vĩ mô, kinh doanh thể thao cũng giống như các hoạt

động kinh doanh khác cung cấp hàng hóa, dịch vụ gồm 2 loại: hàng hóa, dịch vụ thông thường (common goods) và hàng hóa, dịch vụ công ích, công cộng (public goods). Kinh doanh TDTT, hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm các hoạt động kinh doanh liên quan trực tiếp tới hoạt động TDTT (luyện tập, thi đấu, ...) cũng như gián tiếp (phục vụ cho hoạt động TDTT), như sản xuất, cung cấp hàng hóa, dịch vụ liên quan tới hoạt động TDTT (trang thiết bị, dụng cụ, truyền thông, marketing, cá cược, chứng khoán, ...).

TDTT là tất yếu, thiết yếu đối với mỗi con người và cả xã hội. Sự phát triển của xã hội, trong đó có phát triển kinh tế dựa trên nền tảng chuyên môn hóa, phân công lao động xã hội, trong đó sự phân công, chuyên môn hóa hoạt động TDTT đã tạo nên một lĩnh vực hoạt động riêng biệt là TDTT. Cùng với mức độ sâu sắc của phân công, chuyên môn hóa lao động và phát triển ngày càng cao của kinh tế thị trường mà hoạt

Nguyễn Danh Sơn, PGS.TS., Khoa Chính sách công, Học viện Khoa học xã hội.

1. Bài viết là sản phẩm của đề tài nghiên cứu cấp nhà nước “Giải pháp phát triển kinh tế thể dục thể thao ở Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế” (mã số KX.01.05/11-15) thuộc Chương trình nghiên cứu KH-CN cấp Nhà nước “Nghiên cứu khoa học phát triển kinh tế và quản lý kinh tế ở Việt Nam đến năm 2020 (Mã số: KX.01/11-15).

động TDTT đã trở thành không chỉ nhu cầu thiết yếu của xã hội và từng thành viên trong xã hội, giống như nhu cầu ăn, mặc, ở, đi lại, giải trí, ... Và tất yếu cùng với đó xuất hiện sự cung ứng các sản phẩm, dịch vụ đáp ứng nhu cầu này (TDTT). Sự tồn tại của nhu cầu về TDTT cũng như khả năng cung cấp hàng hóa TDTT phục vụ nhu cầu là tiền đề cơ bản cho sự hình thành và phát triển thị trường TDTT (tức điều kiện cần). Khả năng chi trả, thanh toán cho tiêu dùng và khả năng cung cấp hàng hóa, dịch vụ TDTT trong xã hội tăng lên tạo nên điều kiện đủ cho kinh tế TDTT phát triển và đến một mức độ nào đó trở thành một ngành kinh tế giống như các ngành kinh tế khác, thậm chí ở một số quốc gia được coi là cường quốc thể thao (như Mỹ, Trung Quốc, Anh, Canada, ...) hoạt động thể thao còn trở thành một ngành, một lĩnh vực kinh doanh (công nghiệp thể thao) đem lại công ăn việc làm, thu nhập tốt cho nhiều triệu lao động cũng như doanh thu, lợi nhuận cao hơn so với nhiều ngành kinh tế khác. Nhiều dự báo có cơ sở rằng: kinh tế nói chung càng phát triển, xã hội con người càng hiện đại thì con người và xã hội càng có nhu cầu về TDTT. Hiện nay hoạt động thể thao đã không chỉ phát triển như là một ngành, một lĩnh vực kinh doanh đầy triển vọng mà còn xâm nhập, tích hợp (integrated) vào một vài ngành kinh doanh khác, thí dụ như du lịch, truyền thông, marketing, ... Ngày nay, kinh doanh du lịch ở nhiều nước không thể thiếu gắn với các hoạt động TDTT như trong các loại hình du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá, du lịch mạo hiểm, ... Cũng như vậy, hoạt động truyền thông, quảng cáo không thể thiếu gắn với các hoạt động thể thao để tăng doanh thu, lợi nhuận. Các cổ phiếu, cổ đông thể thao cũng đóng góp phần mình vào hoạt động của cổ máy thị trường chứng khoán quốc gia và quốc tế. Về phần mình, kinh doanh thể thao cũng gắn mình hay kết hợp với các hoạt động kinh doanh khác để tìm kiếm các cơ hội tăng doanh

thu, tăng lợi nhuận, như bán bản quyền truyền thông, quảng cáo,...

2. Thực trạng và các vấn đề đặt ra trong phát triển kinh doanh thể dục, thể thao ở nước ta

2.1. Về hệ thống pháp luật, chính sách quản lý thể dục, thể thao

Hệ thống pháp luật, chính sách quản lý về TDTT hiện hành bao gồm Luật Thể dục, Thể thao, các nghị định, thông tư, thông tư liên tịch, quyết định hướng dẫn thi hành Luật này. Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020 (ban hành kèm theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 2198/QĐ-TTg ngày 3-12-2010) và Chiến lược phát triển bóng đá Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định số 419/QĐ-TTg ngày 8-3-2013) cũng là cơ sở pháp lý quan trọng, trực tiếp đối với phát triển TDTT nói chung. Việc rà soát hệ thống pháp luật, chính sách quản lý về TDTT do Đề tài KX.01.05/11-15 thực hiện² cho thấy:

a. *Kết quả đạt được:* đã có các văn bản dưới luật (nghị định, thông tư, quyết định) do các cấp quản lý (TƯ, ĐP) ban hành theo thẩm quyền cụ thể hóa và hướng dẫn thi hành liên quan tới hoạt động kinh doanh thể thao, bao gồm: trách nhiệm quản lý nhà nước (định hướng, tạo dựng, hỗ trợ, khuyến khích, ...), ưu đãi thu hút nguồn lực trong xã hội cho phát triển thể thao và kinh doanh thể thao.

b. Hạn chế, tồn tại:

- Về cơ sở pháp lý: các quy định hiện hành liên quan tới phát triển thể thao nhìn

2. Cụ thể và chi tiết tham khảo Kỳ yếu Hội thảo khoa học “Cơ sở pháp lý và khung khổ điều tiết cho phát triển kinh tế TDTT ở Việt Nam” do Đề tài KX.01.05/11-15 tổ chức tại thành phố Bắc Ninh ngày 15-3-2013 và phần viết “Thực trạng và những vấn đề phát triển kinh tế thể dục thể thao Việt Nam trong phát triển và hội nhập quốc tế” trong khuôn khổ Đề tài do nhóm nghiên cứu thực hiện (Trưởng nhóm: ThS. Nguyễn Đình Hòa).

chung chủ yếu mang nhiều tính chất sự nghiệp mà chưa phải là kinh doanh, dựa nhiều vào nguồn lực đầu tư từ NSNN. Thậm chí một số hoạt động kinh doanh thể thao hấp dẫn, có khả năng mang lại hiệu quả kinh doanh cao (theo thực tế ở nhiều nước) còn chưa có hành lang pháp lý cho phát triển, như các hoạt động cá cược, xổ số, mua bán, chuyển nhượng vận động viên, cầu thủ,...

- Về thực tế quản lý phát triển: các đơn vị, cơ sở sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và thông tin TDTT hiện đang hoạt động dưới nhiều hình thức tổ chức khác nhau theo Luật Doanh nghiệp, Luật TDTT và được quản lý nhà nước theo hệ thống tổ chức của các bộ ngành khác nhau: công nghiệp, thương mại, văn hóa, thể thao, thông tin, ... Các hoạt động liên quan đến phát triển TDTT hiện nay do Bộ/Sở VHTDL quản lý và chủ yếu là các hoạt động phi sản xuất kinh doanh, như đào tạo, huấn luyện, thi đấu, ... Các hoạt động kinh doanh thể thao (sản xuất hàng hóa, cung cấp dịch vụ) hay kinh doanh truyền thông, quảng cáo gắn với TDTT do Bộ/Sở Công Thương hay Bộ Thông tin và truyền thông quản lý và chủ yếu có quy mô nhỏ, lẻ, hiệu quả kinh doanh thấp, thiếu liên kết với nhau và với hệ thống thị trường chung của nền kinh tế.

2.2. Về kinh doanh thể dục, thể thao

Kết quả nghiên cứu của Đề tài "Giải pháp phát triển kinh tế thể dục thể thao ở Việt

Nam trong quá trình hội nhập quốc tế" (mã số KX.01.05/11-15) cho thấy một bức tranh khái quát sau:

- Công nghiệp thể thao vẫn còn sơ khai, hoạt động kinh doanh TDTT còn nhỏ lẻ, phân tán, hiệu quả kinh doanh thấp, thiếu liên kết với nhau và với hệ thống thị trường chung của nền kinh tế, thậm chí còn chưa được quan tâm nhiều về mặt thống kê số liệu quốc gia.

- Nhìn chung, các doanh nghiệp sản xuất dụng cụ, trang phục TDTT còn ít về số lượng, mới sản xuất được những dụng cụ đơn giản như một số loại bóng và thiết bị TDTT đơn giản (bóng đá, bóng chuyền, bóng rổ, bóng ném, cầu lông, tennis, máy tập và thiết bị chăm sóc sức khỏe, dụng cụ bơi, trang phục thể thao, ...), chất lượng không cao và với quy mô khá khiêm tốn. Bình quân mỗi doanh nghiệp chỉ có khoảng vài trăm lao động và quy mô tài sản mới đạt 56 tỷ đồng. Doanh thu bình quân mỗi doanh nghiệp vào khoảng 52 tỷ đồng (bảng 1). Nếu theo tiêu chí của Chính phủ (theo Nghị định số 56/2009/NĐ-CP) về phân loại doanh nghiệp thì các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa TDTT mới chỉ đạt quy mô nhỏ và vừa. Theo tiêu chí về lao động, tỷ lệ doanh nghiệp siêu nhỏ (micro) và doanh nghiệp nhỏ chiếm tỷ lệ 28 - 36%; về quy mô vốn, tỷ lệ này là 86,2%³. Cũng theo Kết quả

BẢNG 1: Quy mô trung bình doanh nghiệp kinh doanh TDTT

	Sản xuất thiết bị, dụng cụ TDTT	Bán buôn thiết bị, dụng cụ TDTT	Bán lẻ thiết bị, dụng cụ TDTT
Quy mô lao động (người/DN)	272	9	9
Quy mô tài sản (triệu đ/DN)	55.670,59	8.246,65	4.643,99
Quy mô doanh thu (triệu đ/DN)	52.499	5.619,3	2.760,2

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Kết quả tổng điều tra doanh nghiệp năm 2010.

3. Dẫn lại từ phần viết "Thực trạng và những vấn đề phát triển kinh tế thể dục thể thao Việt Nam trong phát

triển và hội nhập quốc tế" trong khuôn khổ Đề tài KX.01.05/11-15 do nhóm nghiên cứu thực hiện (Trưởng nhóm: ThS. Nguyễn Đình Hòa).

tổng điều tra doanh nghiệp các năm 2007 – 2010 của Tổng cục Thống kê thì tỷ suất lợi nhuận trên vốn trung bình của các doanh nghiệp sản xuất thiết bị, dụng cụ TDTT là thấp, chỉ đạt xấp xỉ 2%, các

doanh nghiệp bán thiết bị, dụng cụ TDTT thì chỉ tiêu này có khá hơn (bảng 2), tuy rằng phần lớn các hàng hóa kinh doanh là có nguồn gốc sản xuất từ nước ngoài.

BẢNG 2: Kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thể dục, thể thao (2007 – 2010)

	Sản xuất dụng cụ TDTT		Bán buôn dụng cụ TDTT		Bán lẻ thiết bị, dụng cụ TDTT	
	2007	2010	2007	2010	2007	2010
Tỷ suất lợi nhuận/vốn đầu tư (%)	2,07	1,88	3,54	2,36	4,93	7,93

Nguồn: Kết quả tổng điều tra doanh nghiệp các năm 2007 – 2010, Tổng cục Thống kê.

- Bức tranh về các hoạt động sản xuất, kinh doanh khác như kinh doanh các sự kiện TDTT, dịch vụ tập luyện TDTT; chuyển nhượng vận động viên, cầu thủ, quảng cáo, truyền hình về TDTT,... còn khá nhiều mảng nhạt cả về quy mô hoạt động và cả về kết quả, hiệu quả kinh doanh. Bảng 3 tổng hợp các nguồn thu tài chính từ hoạt động kinh doanh TDTT giai đoạn 2001 – 2013 cho thấy kết quả không mấy khả quan cả về con số tuyệt đối và cả về mức tăng thu qua các năm. Con số tổng thu từ kinh doanh TDTT trong suốt 13 năm (2001 – 2013) chỉ đạt gần 985 tỷ đồng (trung bình mỗi năm chỉ đạt 75 – 76 tỷ đồng) đã cho thấy bức tranh kinh doanh so với khả năng và tiềm năng cũng như cơ hội kinh doanh TDTT nước ta cho đến nay còn khá mờ nhạt.

2.3. Các vấn đề đặt ra trong phát triển kinh tế doanh thể dục, thể thao ở nước ta

Thứ nhất, tư duy và nhận thức chưa thật đúng nghĩa và đầy đủ về phát triển một ngành kinh tế thể thao vừa gắn với vừa làm chỗ dựa (hỗ trợ) cho phát triển nền thể thao nước nhà và hội nhập quốc tế.

Hiện trạng phát triển TDTT như đã khái quát ở trên cho thấy chúng ta còn chưa có tư duy và nhận thức thật đúng nghĩa và đầy đủ về phát triển một ngành kinh tế thể thao (công nghiệp thể thao) trong đội hình các ngành kinh tế quốc gia giống như các nền kinh tế thị trường và kinh doanh thể thao ở các nước khác. Tư duy và nhận thức ấy được phản ánh cả trong môi trường pháp lý cho hoạt động (cơ sở pháp lý, thể chế quản lý) và cả trong tính chất hoạt động phát triển và quản lý phát triển các hoạt động TDTT ở nước ta. Những cuộc trao đổi, phỏng vấn sâu, hội thảo khoa học do đề tài tiến hành với các nhà quản lý TDTT, doanh nghiệp TDTT cũng phản ánh những suy nghĩ, băn khoăn về những bất cập trong chính sách, cơ chế quản lý hiện hành đối với phát triển TDTT và đằng sau những suy nghĩ, băn khoăn ấy là sự thiếu hụt trong tư duy và nhận thức về kinh doanh TDTT. Nhận định chính thức trong Chiến lược Phát triển TDTT Việt Nam đến năm 2020 về nhận thức trong quản lý phát triển TDTT là “Chưa có chuyển biến mạnh mẽ trong nhận thức và quản lý trong công tác phát triển thể thao thành tích cao, thể thao chuyên nghiệp”.

BẢNG 3: Tổng hợp các nguồn thu tài chính từ hoạt động kinh doanh thể dục, thể thao giai đoạn 2001 - 2013

Đơn vị: triệu đồng

Tình hình tài chính	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Tổng
Tổng	20.200	22.012	25.500	33.470	43.750	51.780	77.200	93.700	101.900	107.250	118.400	138.650	150.750	984.582
1. Nguồn thu từ bán vé tổ chức hoạt động thể thao	3.750	4.754	6.350	8.500	10.800	12.000	15.500	16.400	15.800	14.000	14.700	15.100	15.800	153.454
2. Nguồn thu từ bán quyền truyền hình														
3. Nguồn thu từ hoạt động tài trợ quảng cáo, biển quảng cáo qua sự kiện	0.950	1.500	1.850	2.100	3.700	4.300	5.800	6.100	6.000	5.500	5.000	6.350	5.500	54.650
4. Nguồn thu từ các nhà tài trợ dài hạn	3.500	4.100	4.500	5.600	7.300	8.500	10.500	11.800	13.200	12.400	15.200	18.000	17.300	131.900
5. Thu học phí	4.150	4.500	5.000	5.200	7.700	7.950	9.200	10.600	10.500	11.000	11.300	12.100	14.800	114.000
6. Nguồn thu từ phạt vi phạm	0.750	0.658	0.800	0.670	0.450	0.930	1.200	1.800	1.400	1.350	2.200	1.600	1.350	15.158
7. Nguồn thu khác	7.100	6.500	7.000	11.400	13.800	18.100	35.000	47.000	55.000	63.000	70.000	85.500	96.000	515.400

Nguồn: Vụ Tài chính, Tổng cục Thể dục, thể thao (tổng hợp theo yêu cầu của Đề tài KX.01.05/11-15).

Thứ hai, cơ sở pháp lý cho phát triển hoạt động kinh doanh thể thao và công nghiệp thể thao ở nước ta chưa được tạo dựng một cách rõ nét, đầy đủ, hệ thống.

Các quy định hiện hành liên quan tới phát triển thể thao nhìn chung chủ yếu mang nhiều tính chất sự nghiệp mà chưa phải là kinh doanh. “Công tác quản lý ngành còn

ảnh hưởng bởi cơ chế bao cấp trước đây, chưa bắt kịp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội hiện nay”⁴. Thậm chí, một số hoạt động kinh doanh thể thao hấp dẫn, có khả năng mang lại hiệu quả kinh doanh cao (theo thực

4. Nhận định trong Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020.

tế ở nhiều nước) còn chưa có hành lang pháp lý cho phát triển, như các hoạt động cá cược, xổ số, mua bán, chuyển nhượng vận động viên, cầu thủ, ... Hiện tại, Nghị định của Chính phủ số 112/2007/NĐ-CP ngày 26-6-2007 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thể dục, thể thao mới quy định về chính sách của Nhà nước đối với sự nghiệp phát triển TDTT còn đối với kinh doanh thể thao thì mới quy định đối với hoạt động của các CLB thể thao chuyên nghiệp; đơn vị sự nghiệp thể thao, doanh nghiệp thể thao và hộ kinh doanh hoạt động thể thao mà chưa phải là đối với kinh doanh TDTT theo cơ chế thị trường.

Thứ ba, hoạt động phát triển TDTT hiện còn dựa nhiều vào nguồn lực đầu tư từ ngân sách nhà nước với "tỷ trọng ngân sách nhà nước đầu tư cho phát triển ngành thể dục, thể thao nói chung còn thấp"⁵.

Thực tế này đang là một cản trở lớn về huy động nguồn lực trong xã hội cho phát triển TDTT thông qua phát huy các khả năng, tiềm năng cũng như cơ hội từ kinh doanh TDTT trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Nhìn chung, xã hội hóa trong phát triển TDTT, đặc biệt là kinh doanh TDTT ở nước ta hiện vẫn còn tụt hậu, có khoảng cách khá xa so với hoạt động xã hội hóa trong các lĩnh vực phát triển khác. Sự tham gia đầu tư của các đối tác nước ngoài vào phát triển TDTT Việt Nam còn khá mờ nhạt, hầu như chưa có đầu tư nào đáng kể do thiếu hành lang pháp lý cụ thể và đủ hấp dẫn.

Thứ tư, ngành kinh tế hay công nghiệp thể thao ở nước ta chưa được hình thành một cách rõ nét như một lĩnh vực kinh doanh hay ngành kinh tế riêng, tuy rằng hiện đã có những hoạt động mang tính chất công nghiệp, thương mại đã và đang sản xuất, cung cấp hàng hóa, dịch vụ thể thao cho nhu cầu của xã hội trên thị trường.

Tuy vậy, các hoạt động kinh doanh này (sản xuất hàng hóa, cung cấp dịch vụ) chủ yếu có quy mô nhỏ, lẻ, hiệu quả kinh doanh thấp, thiếu liên kết với nhau và với hệ thống thị trường chung của nền kinh tế. Các đơn vị, cơ

sở sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và thông tin thể thao hiện đang hoạt động dưới nhiều hình thức tổ chức khác nhau theo Luật Doanh nghiệp, Luật Thể dục, thể thao và được quản lý nhà nước theo hệ thống tổ chức của các ngành kinh tế khác nhau: công nghiệp, thương mại, văn hóa, thể thao, thông tin, ... Hiện tại hàng hóa thể thao do Việt Nam sản xuất còn ít về nguồn cung và lượng cung; nghèo về chủng loại, mẫu mã; thấp về chất lượng sản phẩm.

Thứ năm, liên kết và phát triển các tác nhân của công nghiệp thể thao (doanh nhân/doanh nghiệp, người chơi thể thao, tổ chức nghề nghiệp,...) còn yếu.

Liên kết phát triển là điểm yếu chung trong nền kinh tế nước ta. Thực trạng này càng rõ rệt và nổi bật hơn trong lĩnh vực phát triển và kinh doanh TDTT. Bản thân hoạt động phát triển TDTT hiện còn mang nhiều tính chất sự nghiệp, còn dựa nhiều và chủ yếu vào nguồn ngân sách nhà nước như đã nói ở trên đương nhiên tạo nên một "sân chơi" riêng, bị chi phối bởi những lợi ích nhóm, thiếu cả sức hấp dẫn, thu hút các nguồn phát triển khác (đầu tư ngoài nhà nước) đến với mình và cả "chất kết dính" (là lợi ích kinh tế) trong liên kết phát triển. Sự mờ nhạt về kết quả xã hội hóa trong lĩnh vực TDTT so với các lĩnh vực khác (giáo dục - đào tạo, dạy nghề; y tế; môi trường; ...) với cùng chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường (tại Nghị định của Chính phủ số 69/2008/NĐ-CP ngày 30-5-2008) cũng cho thấy sự yếu ớt, mờ nhạt về liên kết phát triển TDTT.

Thứ sáu, thể chế quản lý đối với kinh doanh TDTT còn nhiều bất cập, chưa phù hợp với xu thế đổi mới chung của đất nước là hướng mạnh vào quản lý theo cơ chế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế.

Tuy rằng, trong quản lý phát triển và kinh doanh thể thao bóng đá đã có những tiến bộ và

5. Nhận định trong Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020.

kết quả nhất định nhưng nhìn chung quản lý đối với kinh doanh TDTT còn nhiều bất cập, chưa phù hợp với cơ chế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế.

Thực tế hoạt động của bộ máy tổ chức, cơ chế hoạt động/vận hành, nhân lực quản lý TDTT hiện nay cho thấy: (i) chức năng, nhiệm vụ của bộ máy tổ chức quản lý nhà nước về TDTT (trực tiếp và cụ thể là Tổng cục TDTT thuộc Bộ Văn hóa, thể thao và du lịch) mới tập trung nhiều vào các hoạt động sự nghiệp TDTT mà còn ít và mờ nhạt đối với các hoạt động kinh doanh TDTT; (ii) cơ chế hoạt động/vận hành quản lý TDTT còn mang tính chất hành chính, bao cấp⁶; (iii) nhân lực quản lý trong bộ máy quản lý TDTT hiện còn thiếu về số lượng với nhiều bất cập về chất lượng.

3. Một số giải pháp phát triển kinh doanh thể dục, thể thao ở nước ta trong thời gian tới

Thứ nhất, tạo môi trường pháp lý thuận lợi hơn cho kinh doanh TDTT.

Cần tính đến khả năng bổ sung, sửa đổi Luật Thể dục, thể thao. Luật Thể dục, thể thao được Quốc hội khóa X thông qua tại kỳ họp thứ 10, năm 2006, thay thế cho Pháp lệnh Thể dục, thể thao được ban hành năm 2000. Việc rà soát, đánh giá hệ thống pháp luật, chính sách về TDTT cho thấy các quy định trong Luật Thể dục, thể thao hiện mới tập trung vào khía cạnh sự nghiệp của hoạt động TDTT (TDTT quần chúng, thể thao chuyên nghiệp, thành tích cao, thi đấu thể thao) mà còn chưa/ít chú ý tới khía cạnh kinh doanh. Sự mờ nhạt này đã không tạo hành lang pháp lý tốt và đầy đủ cho kinh doanh TDTT. Sau gần 10 năm thực hiện Luật Thể dục, thể thao, đến nay cần sửa đổi, bổ sung Luật Thể dục, thể thao nhằm tạo cơ sở pháp lý tốt hơn và đầy đủ hơn cho kinh doanh TDTT. Cơ sở cho việc đề xuất bổ sung, sửa đổi này là thay đổi nhận thức về phát triển TDTT phù hợp với bối cảnh phát triển chung của đất nước và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Cụ

thể là, bên cạnh phát triển TDTT như là sự nghiệp công ích, cần xác định khía cạnh kinh doanh trong phát triển TDTT.

Tính đến quy trình xây dựng pháp luật chặt chẽ, nên sớm đặt vấn đề sửa đổi, bổ sung Luật Thể dục, thể thao với các cơ quan có thẩm quyền, trước hết và cụ thể là Bộ Văn hóa, thể thao và du lịch đưa vào kế hoạch hoàn thiện văn bản quy phạm pháp luật thuộc lĩnh vực mình phụ trách để xác lập những căn cứ thuyết phục sửa đổi, bổ sung Luật Thể dục, thể thao. Theo kinh nghiệm thực tế, từ khi nêu vấn đề đến khi có văn bản dự thảo trình Quốc hội xem xét cần thời gian trung bình 3 - 4 năm và thời gian để Quốc hội xem xét và quyết định ít nhất là 2 kỳ họp (nếu thuận lợi), thì cũng cần 1 hoặc 2 năm cho ban hành chính thức. Như vậy, nếu đặt vấn đề từ năm 2015 thì mới hy vọng có Luật Thể dục, thể thao (sửa đổi hoặc mới) ban hành vào năm 2020.

Các nội dung cụ thể về kinh doanh TDTT trong Luật Thể dục, thể thao cần bổ sung, sửa đổi sẽ được nghiên cứu kỹ lưỡng, nhưng trước mắt có thể khái lược là cần có một chương riêng về kinh doanh TDTT trên cơ sở mở rộng phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng và chính sách của Nhà nước về kinh doanh TDTT trong phát triển TDTT.

Thứ hai, tạo lập và phát triển thị trường hàng hóa, dịch vụ TDTT.

Thị trường là "sân chơi" cho các hoạt động kinh doanh. Do vậy tạo lập và phát triển thị trường hàng hóa, dịch vụ TDTT là công việc quan trọng cần làm sớm. Cũng nói thêm rằng, trên thực tế đã có những hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ TDTT nhưng các hoạt động kinh doanh này

6. Nhận định chính thức trong Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020 là "Công tác quản lý ngành còn ảnh hưởng bởi cơ chế bao cấp trước đây, chưa bắt kịp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội hiện nay".

còn chưa được tổ chức theo đúng nghĩa một “sân chơi” thị trường, còn phân tán, nhỏ lẻ, thậm chí còn gây những khó khăn cho công tác quản lý thị trường nói chung (hàng giả, trốn thuế, ...). Theo kinh nghiệm quốc tế và bối cảnh Việt Nam, để tạo lập thị trường, cần ít nhất các điều kiện cơ bản sau:

- Cơ sở pháp lý, tốt nhất là trong luật (trường hợp đang bàn cụ thể là Luật Thể dục, thể thao) có điều khoản về thị trường TDTT và trên cơ sở đó ban hành các chính sách, cơ chế quản lý, khuyến khích, hỗ trợ các nỗ lực phát triển thị trường.

- Chiến lược phát triển với định hướng, nội dung phát triển trọng tâm nhằm vào tạo lập và phát triển thị trường (TDTT) làm cơ sở cho sự phối hợp quốc gia (bộ, ngành, địa phương, các tổ chức, cá nhân, ...).

- Đề án phát triển ngành kinh tế và thị trường (TDTT) như là kịch bản quốc gia cụ thể hóa chiến lược với các phương án huy động nguồn lực, tạo lập và phát triển các yếu tố cơ bản của thị trường, trách nhiệm cụ thể giữa các bên liên quan, trong đó có sự hỗ trợ ban đầu và trực tiếp của các cơ quan quản lý nhà nước nhằm tạo dựng và tạo đà cho thị trường (TDTT) phát triển. Sau khi đã được tạo dựng và có đà thì thị trường sẽ mặc nhiên dần tự thân vận động theo quy luật thị trường với sự quản lý của Nhà nước và dần hội nhập với thị trường chung quốc gia.

- Sự tham gia của các bên liên quan, bao gồm không chỉ các cơ quan quản lý nhà nước mà quan trọng hơn là các doanh nghiệp - người sản xuất, cung ứng hàng hóa, dịch vụ. Quy mô, mức độ và phạm vi tham gia kinh doanh của các doanh nghiệp sẽ là chỉ báo (thước đo) về sự phát triển của thị trường.

Thứ ba, hình thành và phát triển công nghiệp thể thao.

Sự hình thành và phát triển công nghiệp thể thao xuất phát từ 2 tất yếu: *một là*, một khi đã xác định kinh doanh TDTT và kinh doanh này mang tính chất sản xuất và thương mại thì tất yếu hình thành một ngành và gia nhập đội ngũ ngành/lĩnh vực công nghiệp (gắn

với thương mại) với tên gọi định danh quốc tế chung là công nghiệp thể thao. *Hai là*, khả năng/năng lực, cơ hội/tiềm năng phát triển kinh doanh TDTT, tức là các yếu tố cơ bản của thị trường, có xu hướng tăng tạo thành tất yếu cũng như làm gia tăng các quan tâm đầu tư phát triển kinh doanh TDTT. Do vậy cũng tất yếu dẫn tới quản lý nhà nước quan tâm và tạo điều kiện để xã hội khai thác, tận dụng tốt nhất các khả năng/năng lực, cơ hội/tiềm năng phát triển kinh doanh này. Thêm vào đó, hiện tại các hoạt động sản xuất và thương mại hàng hóa, dịch vụ. TDTT ở nước ta còn đang còn rất phân tán, quy mô nhỏ lẻ, hiệu quả kinh doanh thấp. Thực tế này là một tất yếu nữa về tổ chức lại để hình thành và phát triển công nghiệp thể thao ở nước ta.

Xét bối cảnh thực tế và triển vọng phát triển ở nước ta với tầm nhìn trung hạn (đến năm 2020) hoặc xa hơn (đến năm 2025) có thể tính đến một nội dung quan trọng gắn với Đề án phát triển ngành kinh tế và thị trường TDTT, đó là hình thành và phát triển công nghiệp thể thao với mục tiêu và lộ trình như sau:

- Đến năm 2020: tập hợp, hình thành và tạo điều kiện phát triển một số doanh nghiệp công nghiệp thể thao làm nòng cốt/hạt nhân, cung ứng được một số hàng hóa, dịch vụ TDTT made in Vietnam.

- Đến năm 2025: định hình một ngành công nghiệp mới - công nghiệp thể thao với “sân chơi” (thị trường) rõ ràng và được quản lý với bộ máy tổ chức quản lý phù hợp. Mốc thời gian 2025 có thể sớm hơn tùy thuộc tiến triển thực tế.

Để có cơ sở cho việc xây dựng Đề án phát triển ngành kinh tế và thị trường TDTT nói trên, có thể cần xem xét điều chỉnh Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020 (vì theo quy định hiện hành, Đề án phải phù hợp với chiến lược, quy hoạch phát triển), thậm chí có thể xây dựng mới với tầm nhìn dài hơn (đến năm 2030), bởi 2 lý do: *một là*, trong Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2020 còn thiếu vắng/mờ nhạt nội dung kinh tế/kinh doanh TDTT; *hai là*,

hiện có nhiều ý kiến của các chuyên gia TDTT về chiến lược này, trong đó có khía cạnh kinh tế TDTT⁷. Tư duy và nhận thức mới (đối với Việt Nam) về kinh tế/kinh doanh TDTT sẽ giúp xác định và điều chỉnh Chiến lược phát triển TDTT Việt Nam hiện hành, trong đó xác định kinh doanh TDTT là một ngành kinh tế và có mục tiêu chiến lược phát triển (tổng quát và cụ thể) cũng như lộ trình thích hợp theo từng giai đoạn cụ thể.

Thứ tư, đảm bảo sự hỗ trợ đầu tư từ phía Nhà nước cho hình thành kinh tế TDTT như là khởi tạo, tạo đà và khuyến khích các nỗ lực kinh doanh TDTT.

Kinh tế TDTT còn là mới ở nước ta. Việc tạo dựng một ngành kinh tế mới đòi hỏi vai trò “bà đỡ” và nuôi dưỡng của Nhà nước trong giai đoạn khởi đầu. Đây cũng là tất yếu và sứ mạng của quản lý Nhà nước. Do vậy việc đầu tư hỗ trợ của Nhà nước cùng với tạo môi trường thuận lợi khuyến khích, thu hút các đầu tư khác trong xã hội vào phát triển kinh doanh TDTT là cần thiết.

Quy mô hỗ trợ của Nhà nước sẽ được tính toán và cân nhắc khi xây dựng Đề án phát triển ngành kinh tế và thị trường TDTT. Có thể, trong giai đoạn đầu (2016 – 2020) cần có một khoản tài chính nhất định từ khoản chi ngân sách nhà nước hàng năm dành cho phát triển TDTT (chỉ sự nghiệp và chi đầu tư phát triển), nếu cần có thể phát hành trái phiếu chính phủ hay vay nước ngoài để thực hiện mục tiêu này. Khoản chi ngân sách này được sử dụng như là khoản tài chính đầu tư công và sẽ được bù đắp lại sau khi ngành kinh tế này đi vào hoạt động ổn định, phát triển. Khoản chi ngân sách này cũng được sử dụng như là khoản đầu tư của Nhà nước mang tính chất “mồi” để thu hút các đầu tư khác trong xã hội thông qua các phương thức hợp tác đầu tư thích hợp và phù hợp với các quy định pháp luật, như PPP, BOT, BT,

Thứ năm, hoàn thiện bộ máy tổ chức quản lý TDTT đáp ứng yêu cầu quản lý kinh doanh TDTT và hình thành, phát triển ngành kinh tế mới - công nghiệp thể thao.

Bộ máy tổ chức quản lý TDTT ở nước ta hiện nay được thiết kế và hoạt động nhằm thực hiện chức năng quản lý sự nghiệp phát triển TDTT, cụ thể là mới chỉ quản lý nhà nước đối với hoạt động phát triển TDTT thuần túy (TDTT cho mọi người và thể thao chuyên nghiệp, thể thao thành tích cao), mà chưa có chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước đối với kinh doanh TDTT. Với những thay đổi cơ bản trong sửa đổi, bổ sung Luật Thể dục, thể thao như đã trình bày ở trên, thì tất yếu cần hoàn thiện hệ thống bộ máy tổ chức quản lý TDTT ở các cấp (trung ương, địa phương) để có thể đảm nhận và thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ mới. Việc hoàn thiện hệ thống bộ máy tổ chức quản lý TDTT này bao gồm không chỉ là thiết kế hình thành bộ phận (đơn vị) quản lý mới, mà cả đào tạo nhân lực, tăng cường năng lực quản lý, cũng như nối kết với các hoạt động quản lý nhà nước khác có liên quan ở bộ, ngành khác (Công thương, Tài chính, Kế hoạch và đầu tư, ...)/.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Danh Sơn (2013), *Góp bàn về công nghiệp thể thao và cơ sở pháp lý cho phát triển công nghiệp thể thao ở Việt Nam*, Báo cáo tham luận tại Hội thảo khoa học do Đề tài nghiên cứu cấp nhà nước mã số KX.01.05/11-15 tổ chức tại thành phố Bắc Ninh ngày 15-3-2013.
2. Nguyễn Danh Sơn (2014), *Góp bàn về giải pháp chính sách phát triển công nghiệp thể thao Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Báo cáo tham luận tại Hội thảo khoa học do Đề tài nghiên cứu cấp nhà nước mã số KX.01.05/11-15 tổ chức tại thành phố Hồ Chí Minh ngày 10-01-2014.
3. Tài liệu nghiên cứu của Đề tài nghiên cứu cấp nhà nước “Giải pháp phát triển kinh tế thể dục thể thao ở Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế”, mã số KX.01.05/11-15.

7. Ví dụ như các dẫn chứng và ý kiến của GS.TS. Dương Nghiệp Chí, nguyên lãnh đạo trong ngành TDTT, rằng “... ngành thể dục thể thao không nhận thức được về kinh tế thể thao, vì vậy cần nhận thức lại để làm chiến lược phát triển kinh tế thể thao, đặc biệt khi ta đã tham gia WTO” (trích lại từ Chuyên đề nghiên cứu của GS. TS. Dương Nghiệp Chí, 2014).