



UHD-CTU ANNUAL ECONOMICS AND BUSINESS CONFERENCE PROCEEDINGS – 2017

ISSN: 2472-9329 (Print) 2472-9310 (Online)

(VIETNAMESE)



EDITORS:

Vo Thanh Danh

Truong Dong Loc

Nguyen Tuan Kiet

JANUARY 13-14, 2017

COLLEGE OF BUSINESS, UNIVERSITY OF HOUSTON-DOWNTOWN AND COLLEGE OF ECONOMICS, CAN THO UNIVERSITY
CAN THO, VIET NAM

MỤC LỤC

48. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CẤU TRÚC VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN TẠI VIỆT NAM	621-632
Đoàn Vinh Thăng	
49. PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH TÁI SỬ DỤNG DỊCH VỤ VẬN TẢI HÀNH KHÁCH THEO TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ	633-647
Ngô Mỹ Trân và Lê Thị Hồng Vân	
50. NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CÁC ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI BẰNG MÔ HÌNH LỰC HẤP DẪN	648-662
Phan Anh Tú và Phạm Thị Như Hào	
51. ẢNH HƯỞNG CỦA ĐÒN BẦY TÀI CHÍNH VÀ KINH DOANH ĐA NGÀNH ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC HỢP TÁC XÃ NÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM	663-670
Đoàn Vinh Thăng	
52. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ VỊ TRÍ HỆ THỐNG CỦA HÀNG BÁN LẺ TẠI CẦN THƠ QUA VIỆC ỨNG DỤNG HỆ THỐNG THÔNG TIN ĐỊA LÝ	671-684
Luu Tiến Thuận, Lê Thị Kiều Linh và Trần Thị Kim Hồng	
53. GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG NÔNG NGHIỆP Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI XÃ VĨNH THANH, HUYỆN PHƯỚC LONG, TỈNH BẠC LIÊU	685-697
Nguyễn Công Toàn	
54. TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP- TỔNG KẾT MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT HƯỚNG NGHIÊN CỨU TRONG TƯƠNG LAI	698-712
Lê Phước Hương và Lưu Tiến Thuận	
55. ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA GIÁ TRỊ KHÁCH HÀNG ĐẾN HÀNH VI MUA LẠI CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÁC SIÊU THỊ ĐIỆN THOẠI TRÊN ĐỊA BÀN TP. CẦN THƠ	713-726
Lưu Tiến Thuận, Trần Thị Mỹ Nương và Nguyễn Thu Nha Trang	
56. TÁC ĐỘNG CỦA SỞ HỮU CỔ ĐÔNG LỚN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐƯỢC NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM	727-741
Dương Kha, Lê Thị Phương Vy và Hoàng Thị Phương Anh	
57. CÁC YẾU TỐ KHOẢNG CÁCH QUỐC GIA ẢNH HƯỞNG NHƯ THẾ NÀO ĐẾN XUẤT KHẨU CỦA NỀN KINH TẾ VIỆT NAM?	742-754
Võ Văn Dứt	
58. MỘT SỐ THỰC TRẠNG VÀ GỢI Ý GIẢI PHÁP CHO NGÀNH LÚA GẠO CỦA ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG THỜI HỘI NHẬP	754-767
Nguyễn Đức Lộc và Mai Quang Hợp	

59. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XUẤT KHẨU GẠO VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG ASEAN: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH BẰNG MÔ HÌNH TRỌNG LỰC 768-778
Trần Thị Bạch Yến, Trương Thị Thanh Thảo
60. QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG BẢO HIỂM Y TẾ CỦA NGƯỜI DÂN Ở VIỆT NAM 779-788
Phạm Minh Ngọc và Phan Đình Khôi
61. ĐỊNH GIÁ NHU CẦU CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI CÁC TOUR THAM QUAN CHỢ NỔI CẢI RẰNG 789-799
Huỳnh Việt Khải và Lê Thị Thúy Kiều
62. CÁC YẾU TỐ NÀO ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN CÁC QUỐC GIA ĐÔNG NAM Á? 800-807
Lê Long Hậu, Trần Lê Lam Uyên và Lê Tấn Nghiêm
63. NHU CẦU CỦA NÔNG DÂN ĐỐI VỚI BẢO HIỂM NUÔI TÔM TẠI BẠC LIÊU 808-816
Phan Đình Khôi và Huỳnh Việt Khải
64. PHÂN TÍCH ĐÓNG GÓP CỦA TFP TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ KHU VỰC CÔNG NGHIỆP – XÂY DỰNG CỦA TỈNH KIÊN GIANG TRONG GIAI ĐOẠN 2001–2015 817-825
Nguyễn Hữu Đăng
65. TÁC ĐỘNG CỦA FDI ĐẾN CÁN CÂN THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM: TIẾP CẬN BẰNG MÔ HÌNH LỰC HẤP DẪN 826-835
Lê Văn Thứ và Nguyễn Hữu Đăng
66. KHẢ NĂNG ĐIỀU CHỈNH KHE HỞ LÃI SUẤT CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM 836-852
Chu Văn Nguyên
67. MỨC ĐỘ CẠNH TRANH, MỨC ĐỘ TẬP TRUNG VÀ MỐI QUAN HỆ GIỮA CHÚNG TRONG HỆ THỐNG NHTM VIỆT NAM 853-865
Huỳnh Việt Khải, Cao Văn Tài và Phạm Lê Đông Hậu
68. TĂNG PHÍ DỊCH VỤ CÓ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ?: NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ 866-874
Nguyễn Tuấn Kiệt, Hà Thị Thanh Trúc
69. TÁC ĐỘNG TỪ CÁC HÌNH THỨC CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ ĐẾN CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM 875-886
Lương Thị Thảo và Phạm Văn Đoàn
70. ẢNH HƯỞNG CỦA MỨC ĐỘ CẠNH TRANH NGÂN HÀNG LÊN SỰ TRUYỀN DẪN CỦA CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ THÔNG QUA KÊNH CHO VAY NGÂN HÀNG: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ CÁC NGÂN HÀNG VIỆT NAM 887-897
Vũ Minh Hà, Đinh Thị Thu Hà và Hoàng Thị Phương Anh

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CẤU TRÚC VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN TẠI VIỆT NAM

Đoàn Vinh Thăng

Khoa Kinh tế - QTKD - Trường Đại học An Giang

Email: dvthang@agu.edu.vn

TÓM TẮT

Bài viết này nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các doanh nghiệp tư nhân (DNTN) tại Việt Nam. Kết quả ước lượng cho thấy có bốn nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của DNTN, trong đó hai nhân tố có tương quan nghịch (Khả năng sinh lợi; Cấu trúc tài sản) và hai nhân tố có tương quan thuận (Sự tăng trưởng; Quy mô doanh nghiệp). Kết quả này phù hợp với giải thích của lý thuyết POT. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu còn cho thấy có sự khác biệt giữa cấu trúc vốn của các DNTN thuộc khu vực Thương mại-Dịch vụ so với các ngành kinh doanh khác. Trong đó, nhân tố Khả năng sinh lợi có ảnh hưởng đáng kể đến sự khác biệt này.

Từ Khóa: Lý thuyết trật tự phân hạng, cấu trúc vốn, doanh nghiệp tư nhân, thương mại dịch vụ, Việt Nam

DETERMINANTS OF CAPITAL STRUCTURE OF VIETNAMESE PRIVATE ENTERPRISE

ABSTRACT

This paper aims at studying determinants of capital structure of Vietnamese private enterprise. The results are consistent with the explanations of the pecking order theory and indicate that there are four determinants of capital structure of private enterprise. Two factors (i.e. Profitability, Asset Structure) have negative relationship with capital structure and the remains factors (i.e. Growth and Size of firm) have positive impact on capital structure. Moreover, the study also shows the difference of capital structure of commercial and service firms in comparison with capital structure of other category private enterprises, by which, Profitability has significant effect on the divergence.

Keywords: Pecking Order Theory, capital structure, private enterprise, commerce and service, Viet Nam

1. GIỚI THIỆU

Việc hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam, thông qua các hiệp định thương mại tự do, từ WTO cho đến AEC và TPP, mang lại rất nhiều cơ hội cũng như thách thức cho các doanh nghiệp nội địa. Do đó, để hoạt động sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp, nhà quản trị phải cân nhắc để đưa ra rất nhiều quyết định trong quản trị kinh doanh, trong đó, quyết định Cấu trúc vốn là một trong những quyết định quan trọng và có ảnh hưởng đáng kể lên hiệu quả kinh doanh cũng như nâng cao giá trị công ty (Modigliani & Miller, 1963).

Một số lý thuyết đã ra đời với nỗ lực giải thích về quyết định cấu trúc vốn của doanh nghiệp. Trong đó, lý thuyết Trật tự phân hạng (Pecking Order Theory – POT) về cấu trúc vốn công ty, được xây dựng bởi Myers & Majluf (1984), thu hút khá nhiều sự quan tâm của các học giả cũng như những nhà quản trị doanh nghiệp (Chen & Chen, 2011). Lý thuyết này không đưa ra định nghĩa nào về một cấu trúc vốn tối ưu. Với giả định là sự bất cân xứng thông tin giữa nhà quản lý và nhà đầu tư cũng như giả định là nhà quản lý sẽ ưu tiên lợi ích của những nhà đầu tư hiện có hơn so với lợi ích của các nhà đầu tư mới, lý thuyết POT cho rằng nhà quản lý sẽ ưu tiên sử dụng vốn nội bộ hơn là vốn bên ngoài và sẽ ưu tiên sử dụng nợ hơn là phát hành cổ phần mới (Myers, 1984).

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm về cấu trúc vốn đã áp dụng lý thuyết POT (Shyam-Sunder & Myers, 1999; Fama & French, 2002; Frank & Goyal, 2003; Frank & Goyal, 2008; Chen & Chen, 2011; Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến, 2014). Tuy nhiên, các nghiên cứu này tập trung vào nhóm các công ty

lớn và đã niêm yết trên thị trường chứng khoán. Theo hiểu biết của chúng tôi, chưa có nghiên cứu nào áp dụng lý thuyết này đối với các doanh nghiệp tư nhân (DNTN) tại Việt Nam, trong khi các doanh nghiệp này có đóng góp đáng kể đến GDP của nước ta. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014) về lý thuyết POT đối với các công ty cổ phần niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP.HCM chưa xem xét liệu rằng lý thuyết này có sự giải thích như nhau đối với các công ty thuộc các ngành công nghiệp khác nhau. Do đó, nghiên cứu này sẽ bổ sung cho khoảng trống tri thức trên.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Cấu trúc vốn là hỗn hợp giữa nợ và vốn cổ phần mà công ty sử dụng để tài trợ cho các hoạt động đầu tư và kinh doanh (Nguyễn Minh Kiều, 2009). Lý thuyết M&M, được đề xuất bởi Modigliani & Miller (1958), được xem là lý thuyết khởi đầu cho việc nghiên cứu về cấu trúc vốn của doanh nghiệp. Lý thuyết này, dựa trên các giả định thị trường hoàn hảo, thuế và chi phí giao dịch bằng không, cho rằng cấu trúc vốn không ảnh hưởng đến giá trị của doanh nghiệp. Tuy nhiên, khi xem xét môi trường có thuế, Modigliani & Miller (1963) lại kết luận rằng cấu trúc vốn có ảnh hưởng tích cực lên giá trị công ty, và khuyến khích doanh nghiệp nên gia tăng mức sử dụng nợ vay để gia tăng giá trị công ty. Trong khi đó, lý thuyết đánh đổi (Trade-off Theory) đưa ra đề xuất về cấu trúc vốn dựa trên sự cân bằng giữa lợi ích và chi phí của nợ vay (Myers, 1984). Trong đó, doanh nghiệp nên hướng đến một cấu trúc vốn tối ưu (Myers, 1984; Chen & Chen, 2011).

Được xây dựng bởi Myers & Majluf (1984), lý thuyết Trật tự phân hạng (POT), dựa trên giả định về sự bất cân xứng thông tin giữa nhà quản lý và nhà đầu tư, không hướng đến một cấu trúc vốn tối ưu. Lý thuyết này cho rằng, nhà quản lý sẽ ưu tiên sử dụng vốn nội bộ (thu nhập giữ lại) hơn là vốn bên ngoài, và nếu cần thiết phải sử dụng vốn bên ngoài, nhà quản lý sẽ thích sử dụng nợ vay hơn so với huy động vốn từ cổ đông mới (Myers, 1984). Lý thuyết POT giải thích quyết định cấu trúc vốn của doanh nghiệp dựa trên một số đặc điểm của doanh nghiệp như Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực, Cấu trúc tài sản, Quy mô doanh nghiệp (Chen & Chen, 2011; Frank & Goyal, 2008).

Khả năng sinh lợi: Lý thuyết POT cho rằng có mối quan hệ ngược chiều giữa khả năng sinh lợi và cấu trúc vốn (Myers & Majluf, 1984) vì doanh nghiệp có khả năng sinh lợi cao sẽ có nhiều lợi nhuận giữ lại hơn (Myers, 1984). Do đó, nó không phải phụ thuộc nhiều vào các nguồn tài trợ từ bên ngoài. Frank & Goyal (2008) giải thích rằng, doanh nghiệp sẽ ưu tiên nguồn tài trợ nội bộ hơn là bên ngoài vì với nhu cầu đầu tư và cổ tức cố định, các doanh nghiệp có khả năng sinh lợi cao hơn sẽ sử dụng đòn bẩy tài chính thấp hơn. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm (Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến, 2014; Chen & Chen, 2011; Vasiliou et al., 2009; Frank & Goyal, 2008; Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang, 2008; Daskalakis & Psillaki, 2008; Coleman, 2006) cũng cho thấy mối quan hệ ngược chiều giữa Khả năng sinh lợi và cấu trúc vốn của doanh nghiệp.

Sự tăng trưởng: Nhu cầu tài trợ sẽ gia tăng khi công ty có sự tăng trưởng. Tuy nhiên, khả năng tài trợ phụ thuộc vào nguồn thu nhập giữ lại (Chen & Chen, 2011). Vasiliou et al. (2009) cho rằng để nắm bắt cơ hội tăng trưởng, công ty sẽ tìm kiếm thêm nguồn vốn tài trợ từ bên ngoài. Chen & Chen (2011) tranh luận rằng, sự tăng trưởng sẽ gây áp lực lên nguồn vốn nội bộ và do đó sẽ thúc đẩy công ty vay nợ. Nếu công ty hoàn toàn phụ thuộc vào thu nhập giữ lại, các dự án tiềm năng có thể bị bỏ qua và do đó hạn chế sự tăng trưởng. Lý thuyết POT tranh luận rằng có mối quan hệ tích cực giữa Sự tăng trưởng và cấu trúc vốn của doanh nghiệp (Frank & Goyal, 2008). Nghiên cứu thực nghiệm của Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008); Eriotis (2007); Bevan & Danbolt (2002); Michaelas, Chittenden & Poutziouris (1999) cũng ủng hộ cho lý thuyết POT. Trong đó, Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008), dựa vào tranh luận của Myers (1977), giải thích rằng công ty có cơ hội tăng trưởng thường gia tăng nợ vay để tận dụng cơ hội tăng trưởng.

Cấu trúc tài sản: Lý thuyết POT tranh luận rằng doanh nghiệp có nhiều tài sản cố định trong cơ cấu tài sản sẽ ít có sự bất cân xứng thông tin và giảm được chi phí đại diện. Harris & Ravis (1991) tranh luận rằng bất cân xứng thông tin thấp giúp chi phí sử dụng vốn tự có thấp hơn, và kết quả là doanh nghiệp sẽ giảm mức sử dụng nợ vay khi tỉ trọng tài sản cố định trên tổng tài sản cao (Frank & Goyal, 2008).

Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực: Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực được sử dụng để đo lường thuế suất thuế thu nhập thực phải nộp của doanh nghiệp. Lý thuyết POT không đưa ra giải thích về mối quan hệ giữa Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực và cấu trúc vốn. Tuy nhiên, MacKie-Mason (1990) chỉ ra rằng sự thay đổi tỉ lệ thuế thu nhập sẽ ảnh hưởng đến các quyết định tài chính. Modigliani & Miller (1963) khuyên rằng doanh nghiệp nên sử dụng càng nhiều nợ càng tốt để gia tăng lợi ích của lá chắn thuế. Nghiên cứu thực nghiệm của Chen & Chen (2011) cũng cho thấy mối quan hệ cùng chiều giữa Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực và cấu trúc vốn.

Quy mô doanh nghiệp: Coleman & Cohn (2000) lưu ý rằng lý thuyết POT đặc biệt phù hợp cho các DNTN, đặc biệt là DNTN có quy mô nhỏ, bởi vì sự bất cân xứng thông tin ở nhóm này khá lớn. Daskalakis & Psillaki (2008) cho rằng Lý thuyết POT dễ dàng ứng dụng cho các doanh nghiệp có quy mô nhỏ vì các doanh nghiệp này vay mượn theo nhu cầu đầu tư hơn là nỗ lực để đạt được một cấu trúc vốn tối ưu. Chen & Chen (2011) tranh luận rằng công ty nhỏ được điều hành bởi một số nhà quản lý cũng là chủ sở hữu, mà mục tiêu chính của họ là hạn chế sự mất quyền kiểm soát, và do đó, họ thường ưu tiên sử dụng vốn nội bộ. Trong khi đó, Frank & Goyal (2008) cho rằng, các công ty lớn thường được biết đến một cách rộng rãi nên sẽ giảm sự bất cân xứng thông tin. Do đó, nó sẽ dễ dàng huy động vốn góp hơn so với các doanh nghiệp nhỏ. Giải thích của lý thuyết POT về mối quan hệ giữa Quy mô doanh nghiệp và cấu trúc vốn còn mơ hồ (Frank & Goyal, 2008). Nhiều nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra mối quan hệ thuận chiều giữa Quy mô doanh nghiệp và cấu trúc vốn (Hardiyanto et al, 2013; Okuda & Nhung, 2010; Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang, 2008; Friend & Lang, 1988; Marsh, 1982). Trong đó, Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008) giải thích rằng, các công ty lớn và có uy tín thường dễ tiếp cận nguồn vốn vay hơn so với các công ty nhỏ.

Ngoài các nhân tố trên, Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong (2011); Frank & Goyal (2008) cũng chỉ ra rằng, các ngành kinh doanh khác nhau sẽ có cấu trúc vốn khác nhau. Nghiên cứu thực nghiệm của Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008), dựa trên mẫu quan sát gồm 56 công ty niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM trong giai đoạn 2003-2006, đã chứng minh có sự khác biệt về cấu trúc vốn của các doanh nghiệp thuộc ngành Thương mại-Dịch vụ so với các ngành kinh doanh khác. Tuy nhiên, nghiên cứu của Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008) chưa chỉ ra nhân tố nào gây ra sự khác biệt này. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ bổ sung cho khoảng trống tri thức nêu trên.

3. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Dữ liệu và định nghĩa các biến trong mô hình

Nghiên cứu này xem xét một mẫu quan sát gồm 12.184 DNTN tại Việt Nam, trích trong bộ dữ liệu Điều tra Doanh nghiệp Việt Nam năm 2010, được thực hiện bởi Tổng cục Thống kê. Các thông tin về Quy mô doanh nghiệp, Nợ phải trả, Vốn chủ sở hữu, Cấu trúc vốn, Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản và Thuế hiệu lực được tính cho năm tài chính 2009 (xem Bảng 2).

Bảng 1: Định nghĩa và đo lường các biến

Tên biến	Ký hiệu	Cách đo lường	Nguồn tham khảo	Giá thuyết
Cấu trúc vốn	<i>Leverage</i>	Tổng nợ/Tổng tài sản	Chen & Chen (2011) Hardiyanto et al. (2013)	
Khả năng sinh lợi	<i>Profitability</i>	Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản	Chen & Chen (2011) Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong (2011) Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014)	-
Sự tăng trưởng	<i>Growth</i>	(Tổng tài sản năm 2009 – Tổng tài sản năm 2008)/ Tổng tài sản năm 2008	Myers (1977) Ward (1999) Pontoh & Ilat (2013) Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014)	+
Cấu trúc tài sản	<i>Fixed_Asset</i>	Tài sản cố định/Tổng tài sản	Chen & Chen (2011) Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong (2011) Hardiyanto et al. (2013)	-
Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực	<i>Tax</i>	Thuế thu nhập doanh nghiệp/Lợi nhuận trước thuế	Chen & Chen (2011) Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014)	+
Quy mô doanh nghiệp	<i>Size</i>	Logarithm của Tổng tài sản	Chen & Chen (2011) Hardiyanto et al (2013) Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014)	+
Ngành kinh doanh	<i>Sector</i>	1: DNTN thuộc ngành Thương mại-Dịch vụ; 0: trường hợp khác	Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008)	+

Tên các biến, ký hiệu biến, cách đo lường, nguồn tham khảo và kỳ vọng dấu được trình bày chi tiết trong Bảng 1. Trong đó, biến phụ thuộc là cấu trúc vốn (Leverage), các biến độc lập gồm: Khả năng sinh lợi (Profitability); Sự tăng trưởng (Growth); Cấu trúc tài sản (Fixed_Asset); Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực (Tax); Quy mô doanh nghiệp (Size).

Ngoài ra, để xem xét sự khác biệt và các yếu tố ảnh hưởng đến sự khác biệt giữa cấu trúc vốn của các DNTN thuộc ngành Thương mại-Dịch vụ so với các ngành khác, nghiên cứu này tạo thêm biến phân loại Ngành Thương mại-Dịch vụ (Sector). Biến Sector nhận giá trị 1 nếu DNTN kinh doanh ngành chính thuộc khu vực Thương mại-Dịch vụ theo Chuẩn phân ngành kinh tế Việt Nam (VSIC 2007), và nhận giá trị 0 trong trường hợp ngành kinh doanh chính của DNTN thuộc các ngành khác (Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang, 2008).

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm định các giải thích của lý thuyết POT đối với cấu trúc vốn của các DNTN tại Việt Nam, các mô hình hồi quy tuyến tính được ước lượng theo phương pháp bình phương bé nhất (OLS) được xây dựng như sau:

Mô hình 1: Kiểm định giải thích của lý thuyết POT đối với cấu trúc vốn của các DNTN tại Việt Nam:

$$\begin{aligned} \text{Leverage}_i = & \beta_0 + \beta_1 * \text{Profitability}_i + \beta_2 * \text{Growth}_i + \beta_3 * \text{Fixed_Asset}_i \\ & + \beta_4 * \text{Tax}_i + \beta_5 * \text{Size}_i + u_i \end{aligned} \quad (1)$$

Mô hình 2: Các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các DNTN thuộc ngành Thương mại-Dịch vụ

$$\begin{aligned} \text{Leverage}_i = & \phi_0 + \phi_1 * \text{Profitability}_i + \phi_2 * \text{Growth}_i + \phi_3 * \text{Fixed_Asset}_i \\ & + \phi_4 * \text{Tax}_i + \phi_5 * \text{Size}_i + u_i \end{aligned} \quad (2)$$

Mô hình 3: Các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các DNTN thuộc các ngành kinh doanh khác

$$\begin{aligned} \text{Leverage}_i = & \omega_0 + \omega_1 * \text{Profitability}_i + \omega_2 * \text{Growth}_i + \omega_3 * \text{Fixed_Asset}_i + \\ & \omega_4 * \text{Tax}_i + \omega_5 * \text{Size}_i + u_i \end{aligned} \quad (3)$$

Mô hình 4: Kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến sự khác biệt giữa cấu trúc vốn của các DNTN trong ngành Thương mại-Dịch vụ so với các ngành khác

$$\begin{aligned} \text{Leverage}_i = & \lambda_0 + \lambda_1 * \text{Profitability}_i + \lambda_2 * \text{Growth}_i + \lambda_3 * \text{Fixed_Asset}_i + \lambda_4 * \text{Tax}_i \\ & + \lambda_5 * \text{Size}_i + \lambda_6 * \text{Sector}_i + b_1 * \text{Sector}_i * \text{Profitability}_i + b_2 * \text{Sector}_i * \text{Growth}_i \\ & + b_3 * \text{Sector}_i * \text{Fixed_Asset}_i + b_4 * \text{Sector}_i * \text{Tax}_i + u_i \end{aligned} \quad (4)$$

Trong đó, Leverage_i , Profitability_i , Growth_i , Fixed_Asset_i , Tax_i , Size_i , Sector_i lần lượt là cấu trúc vốn, Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản, Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực, Quy mô và Ngành kinh doanh của DNTN i tại Việt Nam vào năm 2009; β , ϕ , ω , λ , b là các hệ số hồi quy; u_i là sai số.

Do hạn chế của bộ dữ liệu sẵn có, mẫu quan sát chỉ bao gồm các thông tin về cấu trúc vốn, Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản, Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực, Quy mô và Ngành kinh doanh của DNTN tại Việt Nam vào năm tài chính 2009. Phương pháp ước lượng bình phương bé nhất (OLS) được sử dụng để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của DNTN. Để đảm bảo độ phù hợp của mô hình, các ước lượng trên có sử dụng sai số chuẩn điều chỉnh của White (White robust standard error). Bên cạnh đó, ma trận tương quan và hệ số phóng đại phương sai (VIF) cũng được xem xét để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Thông tin tổng quát về mẫu nghiên cứu được trình bày chi tiết trong Bảng 2. Trong tổng số 12.184 DNTN trong mẫu quan sát, có 6.809 DNTN kinh doanh trong ngành Thương mại-Dịch vụ (TM-DV), chiếm khoảng 56%. Quy mô tài sản, Nợ phải trả và Vốn chủ sở hữu trung bình của các DNTN tại Việt Nam trong năm 2009 lần lượt là 5,7 tỉ đồng, 3,2 tỉ đồng và 2,5 tỉ đồng, trong đó, các DNTN thuộc ngành TM-DV có quy mô trung bình nhỏ hơn đáng kể so với các DNTN kinh doanh các lĩnh vực khác.

Kết quả thống kê còn cho thấy Tổng tài sản của năm 2009 có sự tăng trưởng đáng kể so với năm 2008, tương ứng với mức tăng trưởng trung bình đạt hơn 52% và khả năng sinh lợi trung bình của các DNTN trong năm 2009 là 5,19%. Nguyên nhân của điều này có thể là do cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 2007/2008 ảnh hưởng nặng nề đến các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các DNTN nói riêng, buộc nhiều doanh nghiệp phải thu hẹp hoạt động kinh doanh trong năm 2008. Bước sang năm 2009, nền kinh tế dần dần hồi phục (Ngân hàng Nhà nước, 2010) nên có thể có nhiều doanh nghiệp đầu tư để mở rộng lại hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, vẫn có một phần DNTN duy trì hoặc thu hẹp hoạt động kinh doanh trong năm này¹.

Các số liệu thống kê cũng chỉ ra rằng, các DNTN thuộc ngành TM-DV có tỉ lệ nợ cao hơn so với DNTN thuộc ngành khác. Nguyên nhân là do các DNTN thuộc ngành TM-DV có khả năng sinh lợi và tỉ trọng tài sản cố định thấp hơn, sự tăng trưởng và thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực cao hơn, do đó có mức sử dụng nợ cao hơn các DNTN kinh doanh các ngành khác. Kết quả này phù hợp với giải thích của lý thuyết POT (Frank & Goyal, 2008; Myers, 1984).

Bảng 3 thể hiện ma trận tương quan giữa các biến giải thích. Kết quả cho thấy hệ số tương quan cặp giữa các biến giải thích khá nhỏ. Bên cạnh đó, với hệ số nhân tử phóng đại phương sai (VIF) nhỏ hơn 10, ta có thể kết luận không có hiện tượng đa cộng tuyến hoàn hảo giữa các biến giải thích (Mai Văn Nam *et al.*, 2006).

Các mô hình hồi quy đã được xây dựng ở mục 3.2 được trình bày chi tiết trong Bảng 4. Nghiên cứu này sử dụng kiểm định Breusch-Pagan để kiểm tra sự vi phạm giả định về sự đồng nhất của phương sai. Kết quả cho thấy các mô hình đều có hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Do đó, để đảm bảo sự đồng nhất của phương sai các sai số, các mô hình (1), (2), (3), (4) được ước lượng lại với sai số chuẩn điều chỉnh của White (White robust standard error).

¹ Trong tổng số 12.184 DNTN trong mẫu quan sát, có 2023 DNTN, chiếm khoảng 16,6%, thu hẹp hoạt động kinh doanh trong năm 2009. Số DNTN mở rộng hoạt động là 9.977 doanh nghiệp, chiếm 81,9%. Còn lại là 184 DNTN duy trì hoạt động như năm trước, chiếm khoảng 1,5%.

Bảng 2: Mô tả mẫu nghiên cứu

	Ngành kinh doanh								Khác biệt	Tổng			
	Thương mại và Dịch vụ				Các ngành khác					Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)=(6)-(2)	(11)	(12)	(13)	(14)
Số quan sát	6.809				5.375					12.184			
Tổng tài sản (triệu đồng)	4.942	100	283.693	12.151	6.714	100	389.187	16.110	1.772***	5.724	100	389.187	14.063
Nợ phải trả (triệu đồng)	2.785	0	240.004	8.921	3.757	0	328.124	11.743	972***	3.214	0	328.124	10.273
Vốn chủ sở hữu (triệu đồng)	2.157	12	199.765	5.433	2.956	37	218.165	6.477	799***	2.510	12	218.165	5.930
Tỉ lệ nợ/Tổng tài sản (%)	39,25	0,00	94,79	29,60	39,01	0,00	94,86	27,77	-0,24*	39,14	0,00	94,86	28,81
Khả năng sinh lợi (%)	5,07	0,01	89,95	7,92	5,34	0,01	81,87	9,25	0,27*	5,19	0,01	89,95	8,53
Sự tăng trưởng tổng tài sản (%)	55,82	-84,56	74,09	15,96	47,78	-92,68	60,48	13,69	-8,04***	52,27	-92,68	74,09	15,01
Tài sản cố định/Tổng tài sản (%)	35,70	0,05	95,00	27,40	38,70	0,03	95,00	26,15	3,00***	37,02	0,03	95,00	26,90
Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực(%)	16,49	0,00	50,00	8,96	14,32	0,00	50,00	10,06	-2,17***	15,53	0,00	50,00	9,52

Ghi chú: ***, **, * tương ứng với mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%

Nguồn: Tính toán từ bộ dữ liệu gồm 12.184 Doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam

Bảng 3: Ma trận tương quan

	Leverage	Profitability	Growth	Fixed_Asset	Tax	Size	VIF
Leverage	1						
Profitability	-0,248	1					1,14
Growth	0,182	-0,049	1				1,03
Fixed_Asset	-0,236	0,095	-0,112	1			1,03
Tax	0,067	-0,254	0,009	-0,123	1		1,08
Size	0,467	-0,247	0,146	-0,066	0,045	1	1,09

Nguồn: Tính toán từ bộ dữ liệu gồm 12.184 Doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam

Mô hình (1) trong Bảng 4 trình bày ảnh hưởng của các đặc điểm của DNTN như Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản, Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực và Quy mô doanh nghiệp đến cấu trúc vốn. Kết quả ước lượng cho thấy Khả năng sinh lợi, Cấu trúc tài sản có mối quan hệ ngược chiều có ý nghĩa thống kê với cấu trúc vốn, trong khi Sự tăng trưởng, Quy mô doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với tỉ lệ nợ. Kết quả này phù hợp với giải thích của lý thuyết POT (Frank & Goyal, 2008). Trong khi đó, nghiên cứu này chưa tìm được bằng chứng về ảnh hưởng của Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực lên cấu trúc vốn. Giá trị R^2 là 28,38%, có nghĩa là các yếu tố được đưa vào mô hình giải thích 28,38% sự biến động của cấu trúc vốn. So với nghiên cứu của Chen & Chen (2010) ($R^2=12\%$), mức độ giải thích của mô hình này vượt trội hơn hẳn vì các biến độc lập của hai nghiên cứu là không khác biệt nhiều. Một số nghiên cứu khác có giá trị R^2 cao hơn, ví dụ, Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong (2011) với $R^2=46,8\%$; Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008) với $R^2=40,9\%$. Nguyên nhân của sự khác biệt này có thể là do các nghiên cứu trên có xem xét thêm các yếu tố khác như Quy mô hội đồng quản trị (Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang, 2008), Chi phí đại diện, Hình thức sở hữu, Tuổi của doanh nghiệp (Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong, 2011) mà nghiên cứu này không xét đến.

Về Khả năng sinh lợi: Kết quả ước lượng cho thấy, các DNTN có khả năng sinh lợi cao sẽ có tỉ lệ nợ thấp hơn. Kết quả này phù hợp với giải thích của lý thuyết POT về mối quan hệ ngược chiều giữa khả năng sinh lợi và cấu trúc vốn (Frank & Goyal, 2008) và được ủng hộ bởi các nghiên cứu thực nghiệm của Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến (2014); Chen & Chen (2011); Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008). Myers (1984) giải thích rằng, các doanh nghiệp có khả năng sinh lợi cao sẽ mang lại nguồn lợi nhuận giữ lại dồi dào. Các doanh nghiệp này sẽ sử dụng nguồn lực đó để tài trợ cho các dự án có khả năng sinh lợi cao để không phải chia sẻ lợi nhuận cho các đối tượng khác (người cho vay, nhà đầu tư mới).

Về Sự tăng trưởng: Hệ số hồi quy là dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Điều này có nghĩa là các DNTN có sự tăng trưởng sẽ gia tăng mức sử dụng nợ để tận dụng cơ hội tăng trưởng (Myers, 1977). Chen & Chen (2011) tranh luận rằng, sự tăng trưởng sẽ gây áp lực lên nguồn vốn nội bộ và do đó sẽ thúc đẩy công ty vay nợ. Kết luận này phù hợp với lý thuyết POT khi cho rằng có mối quan hệ tích cực giữa Sự tăng trưởng và cấu trúc vốn của doanh nghiệp (Frank & Goyal, 2008) và được ủng hộ bởi nghiên cứu thực nghiệm của Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008); Bevan & Danbolt (2002).

Về Cấu trúc tài sản: Kết quả cho thấy mối quan hệ ngược chiều giữa cấu trúc tài sản và cấu trúc vốn ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Trong khi một số nghiên cứu cho thấy mối quan hệ cùng chiều (Allen, 1995; Amidu, 2007) với lý giải rằng các doanh nghiệp có nhiều tài sản cố định sẽ dễ dàng thế chấp để vay vốn từ các ngân hàng. Tuy nhiên, Harris & Ravis (1991) tranh luận rằng bất cân xứng thông tin thấp nhờ tài sản cố định giúp chi phí sử dụng vốn tự có thấp hơn, và kết quả là doanh nghiệp sẽ giảm mức sử dụng nợ vay khi tỉ trọng tài sản cố định trên tổng tài sản cao (Frank & Goyal, 2008).

Về Quy mô doanh nghiệp: kết quả cho thấy mối quan hệ cùng chiều giữa Quy mô doanh nghiệp và tỉ lệ nợ. Nghiên cứu thực nghiệm của Hardiyanto et al. (2013); Okuda & Nhung (2010); Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008) cũng chỉ ra mối quan hệ thuận chiều giữa Quy mô doanh nghiệp và cấu trúc vốn. Frank & Goyal (2008) cho rằng, các công ty lớn thường được biết đến một cách rộng rãi nên sẽ giảm sự bất cân xứng thông tin giữa chủ sở hữu và người cho vay. Do đó, doanh nghiệp lớn sẽ dễ dàng tiếp cận vốn vay hơn so với doanh nghiệp nhỏ. Ngoài ra, Coleman (2006) giải thích rằng, các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn nên có vị thế thương lượng với nhà cung cấp mạnh hơn so với doanh nghiệp nhỏ, và do đó, nó có thể tận dụng tín dụng thương mại như là một nguồn tài trợ. Trong khi doanh nghiệp nhỏ được điều hành bởi một số nhà quản lý cũng là chủ sở hữu, mà mục tiêu chính của họ là hạn chế sự can thiệp của bên ngoài, và do đó, họ thường ưu tiên sử dụng vốn nội bộ (Chen & Chen, 2011; Coleman, 2006).

Bên cạnh đó, kết quả ước lượng Mô hình (2) và Mô hình (3) trong Bảng 4 còn cho thấy có bốn (04) nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các DNTN thuộc ngành TM-DV là Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản và Quy mô doanh nghiệp. Còn đối với các DNTN thuộc các ngành kinh doanh khác, kết quả chỉ ra ba (03) nhân tố có ảnh hưởng lên quyết định cấu trúc vốn, bao gồm Khả năng sinh lợi, Cấu trúc tài sản và Quy mô doanh nghiệp. Chiều hướng tác động của các yếu tố thuộc Mô hình (2) và Mô hình (3) đều nhất quán với giải thích của lý thuyết POT (Frank & Goyal, 2008).

Ngoài ra, Mô hình (4) trong Bảng 4 còn cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa cấu trúc vốn của các DNTN thuộc ngành TM-DV so với các ngành khác. Phát hiện này nhất quán với kết luận của Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang (2008). Trong đó, nhân tố Khả năng sinh lợi có ảnh hưởng đáng kể đến sự khác biệt giữa cấu trúc vốn của các DNTN thuộc ngành TM-DV so với DNTN thuộc các ngành khác. Nghiên cứu của Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong (2011) cũng đã chỉ ra rằng, sự khác biệt cấu trúc vốn giữa các ngành kinh doanh là do ảnh hưởng của nhiều yếu tố như Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng và Tuổi doanh nghiệp, trong đó, nhân tố Khả năng sinh lợi có ảnh hưởng nhiều nhất đến sự khác biệt này.

Điều này phù hợp với thực tế các DNTN tại Việt Nam khi các số liệu thống kê ở Bảng 2 chỉ ra rằng các DNTN thuộc ngành TM-DV có khả năng sinh lợi thấp hơn so với các ngành khác.

Các kết quả trên đây hàm ý rằng, lý thuyết POT khá phù hợp để giải thích quyết định cấu trúc vốn của các DNTN tại Việt Nam, đặc biệt là các DNTN có quy mô nhỏ.

- Các doanh nghiệp có khả năng sinh lời cao thì nên tài trợ bằng lợi nhuận giữ lại hơn là vốn vay vì lợi nhuận giữ lại sẽ giúp doanh nghiệp có sự tự chủ về tài chính và ít chịu gánh nặng lãi vay.

- Vì quy mô của các DNTN tương đối nhỏ, tỉ trọng tài sản cố định thấp nên khả năng tiếp cận vốn vay ngân hàng không dễ dàng. Do đó, để tận dụng cơ hội tăng trưởng, các DNTN nên tìm các nguồn tài trợ không (hoặc ít) yêu cầu tài sản thế chấp như liên doanh/liên kết, cổ phần hóa hoặc tín dụng thương mại, thuê tài chính.

Các phát hiện này giúp cho những nhà quản trị tài chính gia tăng sự hiểu biết về quyết định cấu trúc vốn của các DNTN và có thể đưa ra quyết định cấu trúc vốn hợp lý nhằm giảm chi phí sử dụng vốn, nhờ đó gia tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Bảng 4: Kết quả ước lượng các mô hình hồi quy

	Mô hình 1			Mô hình 2			Mô hình 3			Mô hình 4		
	Hệ số ß		Giá trị t	Hệ số ß		Giá trị t	Hệ số ß		Giá trị t	Hệ số ß		Giá trị t
Profitability	-0,428	***	-18,260	-0,458	***	-12,630	-0,386	***	-12,050	-0,366	***	-11,430
Growth	0,018	***	2,790	0,019	**	2,240	0,016		1,600	0,015		1,570
Fixed_Asset	-0,201	***	-22,050	-0,201	***	-16,710	-0,201	***	-13,870	-0,199	***	-13,760
Tax	-0,024		-0,990	-0,057		-1,640	-0,003		-0,100	-0,004		-0,120
Size	0,099	***	46,920	0,107	***	35,130	0,093	***	30,760	0,100	***	46,520
Sector										0,035	**	2,310
Sector*Profitability										-0,119	**	-2,520
Sector*Growth										0,004		0,290
Sector*Fixed_Asset										-0,003		-0,170
Sector*Tax										-0,054		-1,100
Hằng số	-0,297	***	-17,650	-0,339		-14,210	-0,258		-10,620	-0,322		-16,640
Số quan sát	12.184			6.809			5.375			12.184		
F	1040,34			554,90			502,10			528,31		
Prob > F	0,00			0,00			0,00			0,00		
R-squared	28,38%			28,97%			28,16%			28,56%		

Ghi chú: ***, **, * tương ứng với mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%

Nguồn: Tính toán từ bộ dữ liệu gồm 12.184 Doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam

5. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm kiểm định giải thích của lý thuyết Trật tự phân hạng đối với các nhân tố ảnh hưởng lên cấu trúc vốn của một mẫu quan sát gồm 12.184 DNTN tại Việt Nam, trích từ bộ dữ liệu Khảo sát Doanh nghiệp Việt Nam năm 2010, được thực hiện bởi Tổng cục Thống kê. Các thông tin về cấu trúc vốn, Khả năng sinh lợi, Sự tăng trưởng, Cấu trúc tài sản, Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hiệu lực, Quy mô và Ngành kinh doanh của DNTN tại Việt Nam được tính cho năm tài chính 2009.

Kết quả ước lượng cho thấy lý thuyết này giải thích đúng bốn (04) nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của DNTN, trong đó hai (02) nhân tố ảnh hưởng tiêu cực (Khả năng sinh lợi; Cấu trúc tài sản) và hai (02) nhân tố ảnh hưởng tích cực (Sự tăng trưởng; Quy mô doanh nghiệp). Ngoài ra, kết quả nghiên cứu còn cho thấy có sự khác biệt giữa cấu trúc vốn của các DNTN thuộc khu vực Thương mại-Dịch vụ so với các ngành kinh doanh khác. Trong đó, nhân tố Khả năng sinh lợi có ảnh hưởng đáng kể đến sự khác biệt này.

Các kết luận trên đây nhất quán với giải thích của lý thuyết POT. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy lý thuyết POT phù hợp hơn đối với các DNTN có quy mô nhỏ (Daskalakis & Psillaki, 2008; Coleman & Cohn, 2000). Tuy nhiên, các kết luận này bị hạn chế do dữ liệu chỉ bao gồm các DNTN tại Việt Nam hoạt động trong năm 2009. Ngoài ra, do hạn chế của bộ dữ liệu đã có sẵn, nghiên cứu này chưa xét đến cấu trúc kỳ hạn của nợ (ngắn hạn – dài hạn). Do đó, các nghiên cứu tương lai cần xem xét các điều trên để có cái nhìn sâu sắc hơn về lý thuyết này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allen, M.T, 1995. Capital structure determinants in real estate limited partnerships. *The Financial Review*, 30: 399-426.
2. Amidu, M, 2007. Determinants of capital structure of banks in Ghana: an empirical approach. *Baltic Journal of Management*, 2(1): 67-79.
3. Bevan, A. A., & Danbolt, J, 2002. Capital structure and its determinants in the United Kingdom - A de-compositional analysis. *Applied Financial Economics*, 12(3): 159-170.
4. Chen, L., & Chen, S. Y, 2011. How the pecking-order theory explain capital structure. *Journal of International Management Studies*, 6(3): 92-100.
5. Coleman, S, 2006. Capital structure in small manufacturing firms: Evidence from the data. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 11(3): 105-122.
6. Coleman, S. & Cohn, R, 2000. Small firms' use of financial leverage: Evidence from the 1993 National Survey of Small Business Finances. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(3): 81-98.
7. Đặng Thị Quỳnh Anh & Quách Thị Hải Yến, 2014. Các nhân tố tác động đến cấu trúc vốn của doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP.HCM. *Tạp chí Phát triển & Hội nhập*, 18(28): 34-39.
8. Daskalakis, N., & Psillaki, M, 2008. Do country of firm factors explain capital structure? Evidence from SMEs in France and Greece. *Applied Financial Economics*, 18: 87-97.
9. Eriotis, N, 2007. How firm characteristics affect capital structure: an empirical study. *Managerial Finance*, 33(5): 321-331.
10. Fama, E., & French, K. R, 2002. Testing trade-off and pecking order predictions about dividends and debt. *Review of Financial Studies*, 15: 1-33.
11. Frank, M. Z., & Goyal, V. K, 2003. Testing the pecking order theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, 67: 217-248.
12. Frank, M. Z., & Goyal, V. K, 2008. Capital structure decisions: Which factors are reliably important?. *Financial Management*, Spring 2009: 1-37.
13. Friend, I., & Lang, L. H, 1998. An empirical test of the impact of managerial self-interest on corporate capital structure. *Journal of Finance*, 43: 271-281.
14. Hardiyanto, A. T., Achsani, N. A., Sembel, R., & Maulana, N. A, 2013. Ownership And Determinants Capital Structure Of Public Listed Companies In Indonesia: a Panel Data Analysis. *International Research Journal of Business Studies*, 6(1): 29-43.

15. Harris, M. & Raviv, A, 1991. The theory of capital structure. *The Journal of Finance*, 26(1): 297–355.
16. MacKie-Mason, J. K, 1990. Do taxes affect corporate financing decisions?. *The Journal of Finance*, 45: 1471-1493.
17. Mai Văn Nam, Phạm Lê Thông, Lê Tấn Nghiêm & Nguyễn Văn Ngân, 2006. Giáo trình Kinh tế lượng. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Thống kê.
18. Marsh, P, 1982. The Choice between Equity and Debt: An Empirical Study. *Journal of Finance*, 37: 121-144.
19. Michaelas, N., Chittenden, F., & Poutziouris P, 1999. Financial policy and capital structure choice in UK SMEs: empirical evidence from company panel data. *Small Business Economics*, 12: 113-130.
20. Modigliani, F. & Miller, M. H, 1958. The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment. *American Economic Review* 48: 261–297.
21. Modigliani, F. & Miller, M. H, 1963. Taxes and the cost of capital: A correction. *American Economic Review*. 53: 433–443.
22. Myers, S. C, 1977. Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2): 47–175.
23. Myers, S. C, 1984. The Capital Structure Puzzle. *Journal of Finance*, 34(3): 575-592.
24. Myers, S. C., & Majluf, N, 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13: 187-221.
25. Ngân hàng Nhà nước, 2010. Báo cáo thường niên năm 2009. <<http://www.sbv.gov.vn/portal/ShowProperty?nodeId=/UCMServer/CNTHWEBAP01162524457//idcPrimaryFile&revision=latestreleased>>. [Ngày truy cập: ngày 10 tháng 10 năm 2016].
26. Nguyễn Minh Kiều, 2009. Tài chính doanh nghiệp căn bản. Nhà xuất bản Thống Kê. Hồ Chí Minh.
27. Nguyen Thi Canh & Nguyen Thanh Cuong, 2011. The Determinants of Capital Structure for Viet Nam's Seafood Processing Enterprises. *Science & Technology Development*, 14(1): 28-54.
28. Okuda, H., & Nhung, L. T. P, 2010. The determinants of the fundraising structure of listed companies in Vietnam: Estimation of the effects of government ownership. Paper presented at the meeting of Global COE Hi-Stat Discussion Paper, Tokyo, Japan.
29. Pontoh, W., & Ilat, V, 2013. Determinant Capital Structure and Profitability Impact: Study of Listed Company in Indonesian Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(14): 43-50.
30. Shyam-Sunder, L., & Myers, S. C, 1999. Testing static tradeoff against pecking order models of capital structure. *Journal of financial economics*, 51(2): 219-244.
31. Trương Đông Lộc & Võ Kiều Trang, 2008. Các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của các công ty cổ phần niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Nghiên cứu kinh tế*, 361(6): 20-26.
32. Vasiliou, D., Eriotis, N., & Daskalakis, N, 2009. Testing the pecking order theory: the importance of methodology. *Qualitative Research in Financial*, 1(2): 85-96.

PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH TÁI SỬ DỤNG DỊCH VỤ VẬN TẢI HÀNH KHÁCH THEO TUYẾN TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Ngô Mỹ Trân^{1*} và Lê Thị Hồng Vân²

^{1*} Khoa Kinh tế - Đại học Cần Thơ, nmtran@ctu.edu.vn

² Công ty CP Đầu tư Nam Long, lethihongvan318@gmail.com

* Tác giả nhận phản hồi: nmtran@ctu.edu.vn, +84 918 555 863

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tái sử dụng dịch vụ vận tải hành khách theo tuyến tại thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu khảo sát 312 hành khách trên địa bàn Cần Thơ. Các phương pháp phân tích chính được sử dụng là phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy hài lòng tiện lợi tác động trực tiếp và thuận chiều đến lòng trung thành, hài lòng tiện lợi tác động trực tiếp và thuận chiều đến quyết định tái sử dụng, bên cạnh đó hài lòng tiện lợi còn có tác động gián tiếp đến quyết định tái sử dụng dịch vụ thông qua lòng trung thành. Giá & thói quen, trung thành có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều đến quyết định tái sử dụng. Đặc biệt, giá & thói quen có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến quyết định tái sử dụng. Kết quả nghiên cứu còn cho thấy hài lòng phục vụ không tác động trực tiếp đến quyết định tái sử dụng mà tác động gián tiếp thông qua lòng trung thành. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đề xuất góp phần giúp các doanh nghiệp vận tải hành khách có thể đề ra những chính sách giúp khách hàng quay trở lại sử dụng dịch vụ.

Từ khóa: Phân tích nhân tố khẳng định (CFA), mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), tái sử dụng, vận tải hành khách theo tuyến.

THE ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S REPURCHASE OF LINE TRANSPORTATION IN CAN THO CITY

ABSTRACT

This study examines the factors affecting the customer's repurchase of line transportation in Can Tho city. Research data were collected on 312 passengers living in Can Tho city. The main methods used in this study include Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis and Structural Equation Modeling. The results indicated that convenience satisfaction directly and positively affects customer's loyalty. Convenience satisfaction has also a direct and positive effect on customer's repurchase. Besides, the relationship between convenience satisfaction and customer's repurchase is positively moderated by customer loyalty. Price & habit and loyalty have a positive and direct impact on customer's repurchase of line transportation. In particular, price & habit is the most influent factor on the customer's repurchase of line transportation. Moreover, the results show that the relationship between service satisfaction and customer's repurchase is positively moderated by customer loyalty. Based on these results, some policy recommendations were proposed for transport companies in Can Tho to increase the customer's repurchase of line transportation.

Keywords: Confirmatory Factor Analysis (CFA), line transportation, repurchase, Structural Equation Modeling (SEM).

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vận tải giữ vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế, ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của đất nước. Mọi quan hệ giữa vận tải và các ngành kinh tế khác rất sâu sắc, vận tải đáp ứng mọi nhu cầu giao lưu và

vận chuyển hàng hoá, các nhu cầu về đời sống vật chất, tinh thần của người dân. Trong các loại hình vận tải thì vận tải đường bộ có ưu thế trội để so với các loại vận tải khác do sự tiện lợi, mạng lưới giao thông đường bộ dày đặc đến tất cả mọi nơi, chi phí rẻ hơn một số loại hình vận tải khác. Trong vận tải hành khách (VTHK) đường bộ thì VTHK theo tuyến lại chiếm tỉ lệ nhiều nhất, chiếm 60-65% tổng số lượng vận chuyển hành khách đường bộ (Bộ Giao thông vận tải, 2011). Bên cạnh đó VTHK theo tuyến đang là xu hướng của xã hội, được nhà nước khuyến khích vì sự vận hành chuyên nghiệp, dễ quản lý, đáp ứng các tiêu chuẩn nhà nước quy định và giảm thiểu tình trạng ách tắc giao thông. Kinh doanh VTHK theo tuyến cố định là một hình thức của kinh doanh VTHK bằng xe ô tô có xác định bến đi, bến đến với lịch trình, hành trình nhất định (Theo khoản 1 điều 66 luật giao thông đường bộ 2008).

Tái sử dụng là việc cá nhân đó mua lại hay sử dụng lại dịch vụ từ một nhà cung cấp trong tình hình hiện tại khi người đó có khả năng (Hellier *et al.*, 2003). Tái sử dụng (mua lặp lại) là hành vi mua lại cùng một thương hiệu của người tiêu dùng mặc dù họ có thể không có một tình cảm gắn bó với thương hiệu (Hawkins *et al.*, 1998). Có nhiều nghiên cứu về hành vi lặp lại mua của khách hàng như Chrysochou & Vassilev (2010), Kumar *et al.* (1992), Pantouvakis & Lymperopoulos (2008), Nguyễn Công Tiến (2011), Nguyễn Thu Thủy (2010), Hồ Huy Tựu & Trần Thị Ái Cẩm (2012), Hellier *et al.* (2003), Harrison & Shaw (2004), Yeoh & Chan (2011), Kim & Gupta (2009), Paul *et al.* (2009), tuy nhiên các nghiên cứu trên được thực hiện ở nhiều lĩnh vực và địa bàn thay đổi.

Cần Thơ là thành phố trung tâm của khu vực đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), là trung tâm kinh tế, văn hóa, tập trung đông đảo dân cư sinh sống và từ nơi khác tới làm việc, học tập, hoạt động kinh doanh nên nhu cầu vận chuyển hành khách ở Cần Thơ là rất lớn. Đồng thời, ở Cần Thơ cũng có nhiều công ty vận tải đang cung cấp dịch vụ VTHK theo tuyến so với các tỉnh khác của khu vực ĐBSCL. Vì vậy, việc nghiên cứu “Phân tích các nhân tố ảnh hưởng quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến tại thành phố Cần Thơ” là thực sự cần thiết. Mục tiêu nghiên cứu là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến của người dân thành phố Cần Thơ, từ đó giúp những công ty kinh doanh dịch vụ VTHK theo tuyến nhận biết được những nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định tái sử dụng dịch vụ của khách hàng cũ để có những chính sách phù hợp làm cho khách hàng gắn bó với doanh nghiệp hơn.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở lược khảo một số nghiên cứu liên quan đến việc lặp lại mua hàng hóa dịch vụ, mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 5 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến là: hài lòng vật chất, hài lòng dịch vụ, trung thành, giá, thói quen.

➤ *Hài lòng vật chất*

Có nhiều nghiên cứu cho thấy sự hài lòng ảnh hưởng đến quyết định tái sử dụng sản phẩm, dịch vụ, hoặc quyết định quay lại du lịch. Pantouvakis & Lymperopoulos (2008) cho rằng hài lòng tổng thể là nguyên nhân khiến khách hàng quay lại sử dụng trong lĩnh vực giao thông. Hellier *et al.* (2003) trong nghiên cứu về mô hình cấu trúc chung cho ý định mua lại của khách hàng cũng có kết luận tương tự. Pantouvakis & Lymperopoulos (2008) cho rằng những yếu tố vật chất (cơ sở vật chất, trang thiết bị...) ảnh hưởng trực tiếp đến ý định tái sử dụng, trong khi đó Paul *et al.* (2009) lại kết luận các yếu tố về thuộc tính của sản phẩm dịch vụ (trong đó bao gồm những yếu tố về vật chất như trang thiết bị, chất liệu...) ảnh hưởng đến quyết định quay lại của khách hàng.

H₁: Có mối quan hệ thuận chiều giữa sự hài lòng vật chất của khách hàng và quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến.

➤ *Hài lòng dịch vụ*

Các yếu tố thuộc về hài lòng dịch vụ về nhân viên được Harrison & Shaw (2004) đề cập đến như nhân viên thân thiện, giúp đỡ, thái độ. Các yếu tố này cũng được Paul *et al.* (2009) cho rằng có tác động trực tiếp đến sự quay lại của khách hàng. Ngoài ra, những yếu tố như sự nhanh chóng và sẵn có của dịch vụ cũng có tác

động đến quyết định tái sử dụng. Đối với dịch vụ vận tải thì nghiên cứu của Yeoh & Chan (2011) cho thấy biến đúng giờ có tác động trực tiếp đến quyết định tái sử dụng.

H₂: Có mối quan hệ thuận chiều giữa sự hài lòng dịch vụ của khách hàng và quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến.

➤ **Trung thành**

Chrysochou & Vassilev (2010) đồng ý rằng lòng trung thành ảnh hưởng đến quyết định quay lại của khách hàng. Theo Kumar *et al.* (1992) thì có 2 khuynh hướng chính dẫn đến quyết định lặp lại là sự trung thành thương hiệu và sự chuyển đổi hành vi dưới tác động của chiêu thị. Biện pháp để đánh giá độ tin cậy đo lường sự lặp lại mua khi có lòng trung thành cũng được đề cập tới bởi các nghiên cứu của Chrysochou *et al.* (2012), Corsi *et al.* (2011) và Jarvis *et al.* (2007). Có khá nhiều cách tiếp cận vấn đề nghiên cứu về lòng trung thành. Lòng trung thành có thể được đo lường gián tiếp bằng các yếu tố thông qua sự hài lòng. Tuy nhiên, theo Hellier *et al.* (2003), lòng trung thành được đo lường trực tiếp bằng cách xem xét độ dài thời gian sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng, trong khi khách hàng vẫn biết đến những sự lựa chọn thay thế khác, ở đây chọn thời gian là 1 năm. Lòng trung thành trong bài nghiên cứu này được định nghĩa như là sự lặp lại hành vi trong một thời gian nhất định đi kèm với sở thích về thương hiệu đó. Đa số các nghiên cứu cho rằng khách hàng trung thành là khách hàng sử dụng lại hoặc có ý định sử dụng lại sản phẩm dịch vụ, mà bỏ qua các yếu tố có thể tác động đến quyết định sử dụng lại nhưng không phải là yếu tố tác động đến lòng trung thành. Ở bài nghiên cứu này, tác giả giả thuyết là lòng trung thành là một nhân tố tác động đến quyết định tái sử dụng. Do vậy, chúng tôi thành lập nên giả thuyết H₃

H₃: Có mối quan hệ thuận chiều giữa lòng trung thành của khách hàng và quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến.

➤ **Giá**

Theo Yeoh & Chan (2011), trong ngắn hạn, khách hàng lặp lại hành vi mua vì giá thấp sẽ không cam kết điều gì với sản phẩm dịch vụ. Khách hàng chỉ mua lặp lại do giá gọi là khách hàng lặp lại đơn thuần. Với những khách hàng này, sự hài lòng không ảnh hưởng nhiều đến quyết định tái sử dụng của họ và thời gian tồn tại sự không hài lòng cũng không lâu. Họ lặp lại sử dụng sản phẩm hay dịch vụ chủ yếu là do giá cả sản phẩm dịch vụ đó quyết định. Đối với những sản phẩm hoặc dịch vụ giá rẻ, nhắm đến đối tượng khách hàng chú trọng vào giá thì ảnh hưởng của giá đến quyết định tái sử dụng lại càng rõ nét hơn, khi sản phẩm dịch vụ có giá cao thì khả năng quay lại của khách hàng sẽ thấp hơn. Có một số bài nghiên cứu cho rằng hài lòng về giá cả là một yếu tố tác động đến sự hài lòng tổng thể về dịch vụ. Paul *et al.* (2009) cho rằng giá tác động đến quyết định quay lại sử dụng dịch vụ thông qua biến thuộc tính sản phẩm, tuy nhiên cũng có những bài nghiên cứu cho rằng giá tác động trực tiếp đến quyết định tái sử dụng dịch vụ mà không thông qua biến trung gian là sự hài lòng (Yeoh & Chan, 2011; Kim & Gupta, 2009). Tác giả cho rằng để so sánh dịch vụ với những mức giá khác nhau, cần phân tích giá trong mối quan hệ độc lập với biến phụ thuộc, từ đó nhận thấy tác động của nó. Việc phân tích giá như là một nhân tố riêng biệt có thể giúp thấy rõ được sự quan trọng của nhân tố này trong thực tế bởi vì đối với một số dịch vụ giá rẻ, đây là yếu tố chủ yếu tác động đến quyết định tái sử dụng.

H₄: Có mối quan hệ nghịch chiều giữa giá và quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến.

➤ **Thói quen**

Kumar *et al.* (1992) cho rằng quán tính có ảnh hưởng đến quyết định mua lại thông qua lòng trung thành, quán tính theo nghiên cứu này cũng được xem như là thói quen. Có nhiều nghiên cứu về lòng trung thành xem thói quen là một nhân tố tác động, nhưng Kotler (2003) biện luận rằng nếu người mua tìm đến sản phẩm cũ thì đó là thói quen chứ không phải trung thành, tức là nếu chỉ là thói quen mua thuần túy vì trước đó đã sử dụng rồi thì đó không được coi như là trung thành. Harrison & Shaw (2004) và Paul *et al.* (2009) có kết luận rằng những biến liên quan đến thói quen có tác động đến quyết định lặp lại của khách hàng. Bài nghiên cứu này tiếp cận theo quan điểm lòng trung thành cần phải được xét trong tất cả các yếu tố: sự lặp

lại mua trong một khoảng thời gian đủ dài và sở thích về thương hiệu hay công ty họ đang sử dụng. Cho nên yếu tố thói quen được tách ra nghiên cứu riêng so với sự hài lòng. Đặc điểm của khách hàng mua theo thói quen là họ không bỏ công tìm kiếm thông tin về các nhãn hiệu, đánh giá các đặc điểm của chúng, không hình thành một thái độ rõ ràng về một nhãn hiệu, mà lựa chọn nó chỉ vì nó quen thuộc.

H₅: Có mối quan hệ thuận chiều giữa thói quen và quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến.

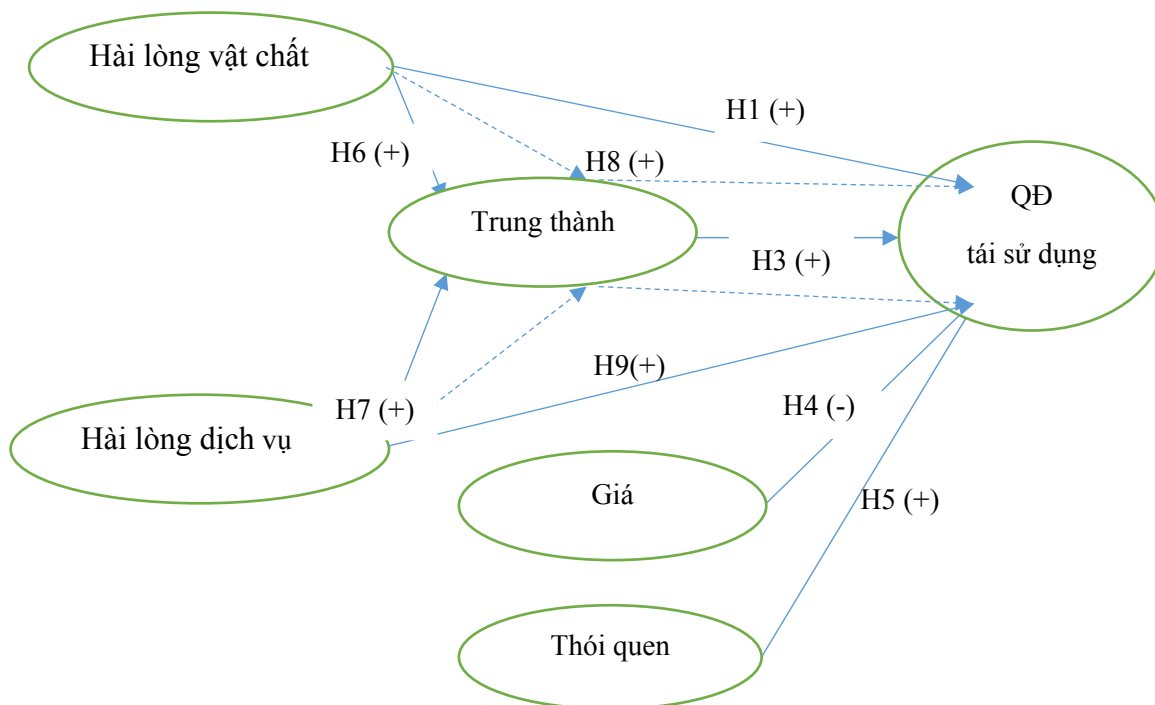
➤ **Mối liên hệ giữa sự hài lòng và lòng trung thành**

Nhiều nhà nghiên cứu trước đây cho rằng sự hài lòng và lòng trung thành có mối liên kết rất chặt chẽ, tuy nhiên là một mối quan hệ bất đối xứng. Khách hàng trung thành thường hài lòng nhưng khách hàng hài lòng thì không thể kết luận họ trung thành. Theo Jones & Sasser (1995), sự hài lòng đơn thuần thì không đủ để làm khách hàng trung thành. Stewart (1997) cũng cho thấy giả định “sự hài lòng và lòng trung thành di chuyển song song với nhau” là không đúng.

Có rất nhiều nghiên cứu đã khẳng định mối quan hệ có ý nghĩa giữa sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Sự hài lòng tác động trực tiếp và cùng chiều đến lòng trung thành (Zeithaml *et al.*, 1996). Những nghiên cứu này đã kết luận rằng khi sự thỏa mãn của khách hàng tăng lên sẽ dẫn đến việc khách hàng sẽ sẵn lòng tiếp tục sử dụng dịch vụ và giới thiệu cho người khác. Từ đó, giả thuyết H₆ và H₇ được đề ra như sau:

H₆: Có mối quan hệ thuận chiều giữa hài lòng vật chất với lòng trung thành.

H₇: Có mối quan hệ thuận chiều giữa hài lòng dịch vụ với lòng trung thành.



Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu, 2015.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trong nghiên cứu về hành vi tái sử dụng, Hellier *et al.* (2003) đã kết luận sự hài lòng tác động đến quyết định tái mua sản phẩm thông qua trung thành, khách hàng hài lòng có thể sẽ chuyển thành khách hàng trung thành và sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ. Ngoài tác động trực tiếp, các yếu tố hài lòng còn tác động gián tiếp đến quyết định tái sử dụng thông qua biến trung gian là trung thành, có nghĩa là nếu khách hàng có lòng trung thành thì tác động của hài lòng lên quyết định tái sử dụng sẽ cao hơn. Hài lòng nói chung được đo lường thông qua hài lòng vật chất và hài lòng dịch vụ (Pantouvakis & Lymperopoulos, 2008). Giả thuyết H_8 và H_9 được thiết lập như sau:

H_8 : Có mối quan hệ thuận chiều gián tiếp giữa hài lòng vật chất với quyết định tái sử dụng thông qua lòng trung thành.

H_9 : Có mối quan hệ thuận chiều gián tiếp giữa hài lòng dịch vụ với quyết định tái sử dụng thông qua lòng trung thành.

Bảng 1: Xây dựng thang đo cho biến nghiên cứu trong mô hình

Các biến đo lường	Định nghĩa	Tác giả
Hài lòng vật chất		
VC1: Trang thiết bị	Thiết bị kỹ thuật sử dụng để phục vụ	Kotler (1978); Pantouvakis & Lymperopoulos (2008)
VC2: Cơ sở vật chất	Cơ sở hạ tầng, nhà chờ, bến, trạm	Kotler (1978); Pantouvakis & Lymperopoulos (2008); Nguyễn Thu Thủy (2010)
VC3: An toàn	Khách hàng cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ	Paul <i>et al.</i> (2009); Nguyễn Công Tiến (2011); Harrison & Shaw (2004)
VC4: Sạch sẽ	Các tiện nghi sạch sẽ	Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009); Harrison & Shaw (2004)
VC5: Chỗ ngồi thoải mái	Ghế ngồi, không gian trên xe là thoải mái	Yeoh & Chan (2011), Harrison & Shaw (2004)
Hài lòng dịch vụ		
DV1: Đúng giờ	Giờ đi, giờ đến đúng lịch trình đã định	Yeoh & Chan (2011)
DV2: Nhanh chóng	Cung cấp dịch vụ nhanh chóng (xe chạy nhanh chóng)	Paul <i>et al.</i> (2009)
DV3: Sẵn có	Các dịch vụ cung cấp luôn có sẵn (nhiều chuyến)	Paul <i>et al.</i> (2009)
DV4: Phục vụ tận nơi	Có dịch vụ trung chuyển, thời gian chờ đợi ngắn	Paul <i>et al.</i> (2009)
DV5: Quan tâm	Nhân viên chăm sóc và quan tâm tới tất cả khách hàng	Paul <i>et al.</i> (2009); Harrison & Shaw (2004)
DV6: Thái độ	Cách thức xử sự của nhân viên	Paul <i>et al.</i> (2009); Harrison & Shaw (2004)

Các biến đo lường	Định nghĩa	Tác giả
DV7: Giúp đỡ	Đáp ứng các yêu cầu phát sinh	Paul <i>et al.</i> (2009), Harrison & Shaw (2004)
Trung thành		
TT1: Tỷ lệ chỉ tiêu	Sử dụng toàn bộ dịch vụ của công ty trong 1 năm gần đây	Hellier <i>et al.</i> (2003)
TT2: Tỷ lệ bảo vệ	Những công ty khác có thể cạnh tranh	Hellier <i>et al.</i> (2003)
Giá		
G1: Hợp lý	Phù hợp với dịch vụ cung cấp	Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009)
G2: Tiết kiệm	Giá rẻ hơn những công ty khác	Paul <i>et al.</i> (2009)
Thói quen		
TQ1: Những người quan trọng khác	Bạn bè hoặc người thân của khách hàng cũng là khách hàng	Paul <i>et al.</i> (2009)
TQ2: Sự quen thuộc	Cảm giác quen thuộc khi đã từng sử dụng	Harrison & Shaw (2004), Kumar <i>et al.</i> (1992)
Quyết định tái sử dụng		
QD1: Đã sử dụng lâu dài	Đã sử dụng dịch vụ do công ty cung cấp trong dài hạn	Hellier <i>et al.</i> (2003); Harrison & Shaw (2004); Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009)
QD2: Sử dụng hơn 1 lần	Đã sử dụng dịch vụ của công ty cung cấp nhiều hơn 1 lần trong năm qua	Hellier <i>et al.</i> (2003); Harrison & Shaw (2004); Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009)
QD3: Tiếp tục sử dụng trong dài hạn	Vẫn quyết định sử dụng dịch vụ công ty cung cấp trong dài hạn	Hellier <i>et al.</i> (2003); Harrison & Shaw (2004); Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009)
QD4: Tiếp tục sử dụng trong ngắn hạn	Vẫn quyết định sử dụng dịch vụ công ty cung cấp trong ngắn hạn	Hellier <i>et al.</i> (2003); Harrison & Shaw (2004); Yeoh & Chan (2011); Paul <i>et al.</i> (2009)

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu, 2015.

2.2 Phương pháp thu thập và phân tích số liệu

Bài nghiên cứu sử dụng số liệu sơ cấp gồm 312 quan sát với phương pháp chọn mẫu phi xác suất theo kiểu thuận tiện kết hợp lấy mẫu theo phương pháp phát triển mầm. Đối tượng khảo sát là các hành khách đã sử

dụng dịch vụ vận tải hành khách theo tuyến hơn 1 năm đang sống tại địa bàn thành phố Cần Thơ. Việc thu thập số liệu được tiến hành ở nhiều địa điểm. Khi thu số liệu ở bến xe, đối tượng khảo sát là các khách hàng của nhiều công ty vận tải khác nhau, ở nhiều thời gian khác nhau. Bên cạnh đó, nghiên cứu sử dụng phương pháp thu mẫu theo phương pháp phát triển mẫu bằng cách lựa chọn các đối tượng khảo sát ban đầu, sau đó nhờ giới thiệu người khảo sát tiếp theo, cụ thể với 1 đối tượng ban đầu, nhờ họ giới thiệu cho 3 người kế tiếp và tiếp tục giới thiệu đến các đối tượng khác.

Theo Hair *et al.* (2006), cỡ mẫu cho phương pháp phân tích nhân tố (EFA) tối thiểu gấp 5 lần tổng số biến quan sát. Mô hình nghiên cứu đề xuất có 21 biến quan sát do đó cỡ mẫu ít nhất là $21 \times 5 = 105$. Nghiên cứu sử dụng phương pháp SEM đối với mô hình có 7 khái niệm trở xuống, tổng phương sai trích thấp - dưới 0,45 hoặc có các khái niệm ít hơn 3 biến quan sát thì mẫu tối thiểu có 300 quan sát (Hair *et al.*, 2010). Do mô hình đề xuất có 5 khái niệm, trong đó nhân tố trung thành, giá và thói quen có 2 biến quan sát, nên cỡ mẫu mà nghiên cứu hướng tới là 300. Do hạn chế về thời gian cũng như điều kiện thực hiện nghiên cứu nên tiến hành thu thập số liệu từ 350 khách hàng, sau khi sàng lọc 312 quan sát được đưa vào phân tích.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp để đưa vào phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Sau đó, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng để xác định ảnh hưởng của từng nhân tố đến quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến của người tiêu dùng. Trước khi phân tích nhân tố EFA, hệ số tin cậy Cronbach's Alpha được sử dụng để kiểm định mức độ chặt chẽ của thang đo trong mô hình.

Trong mô hình nghiên cứu đã nêu, biến ngoại sinh là biến *hài lòng vật chất, hài lòng dịch vụ, giá và thói quen*, và biến nội sinh là các biến *trung thành và quyết định tái sử dụng*. Nếu xét trên mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm, ví dụ như mối quan hệ giữa *hài lòng vật chất* và *quyết định tái sử dụng*, *hài lòng vật chất* có thể tác động trực tiếp đến *quyết định tái sử dụng* thông qua một đường dẫn với vai trò của *hài lòng vật chất* là biến độc lập và *quyết định tái sử dụng* là biến phụ thuộc. Hoặc *hài lòng vật chất* cũng có thể tác động đến *quyết định tái sử dụng* thông qua con đường *hài lòng vật chất* $\rightarrow$ *trung thành* $\rightarrow$ *quyết định tái sử dụng* có nghĩa là sẽ bao gồm cả biến độc lập, biến phụ thuộc và biến trung gian (*trung thành*). So với các phương pháp truyền thống như hồi quy đa biến, việc sử dụng mô hình SEM là có lợi thế hơn vì nó có thể tính được sai số đo lường, và sẽ tránh được hiện tượng đa cộng tuyến khi trong mô hình có biến trung gian là *trung thành*. (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2008).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

❖ *Thống kê mô tả*

Trong 312 quan sát, số lượng nam nữ không có sự chênh lệch đáng kể. Về trình độ học vấn và nghề nghiệp có sự chênh lệch khá lớn, người có học vấn từ đại học trở lên và nghề nghiệp là học sinh/ sinh viên, nhân viên văn phòng chiếm tỉ lệ cao, những người làm công việc nhân viên văn phòng nói chung là đối tượng thường xuyên đi công tác, học sinh/sinh viên là đối tượng học tập xa nhà, nên cũng thường xuyên đi lại, hai đối tượng này thường có trình độ học vấn cao. Đối tượng công nhân thông thường sẽ chọn loại xe có giá cả rẻ hơn và tiện lợi hơn, hơn nữa nhu cầu của họ thường phục vụ cho việc thăm gia đình nên tần suất đi xe sẽ không nhiều, và có nhu cầu cao vào những dịp nghỉ lễ dài ngày. Tỉ lệ có sự chênh lệch nhẹ theo tình trạng hôn nhân, những người còn độc thân có nhu cầu đi xe nhiều hơn những người đã có gia đình, là do khi đã lập gia đình họ có xu hướng chọn những công việc ít cần đi công tác hơn. Độ tuổi của các quan sát dao động 18-55, tập trung chủ yếu vào lứa tuổi thanh niên và trung niên. Thu nhập của những đối tượng này trung bình là 5.298.000 đồng/tháng, cao hơn thu nhập bình quân đầu người của cả nước năm 2015 (3.808.000 đồng/tháng)², vì đa số đều là những người có công việc và thu nhập ổn định, hoặc nhận được sự chu cấp của gia đình nên có thu nhập cao hơn.

² Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế xã hội năm 2015, Tổng cục thống kê, 26/12/2015, <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=382&idmid=2&ItemID=15503>.

Bảng 2: Thông tin đáp viên

Biến quan sát	Tần số	Phần trăm (%)	Phần trăm tích lũy (%)
Giới tính			
Nam	143	45,8	45,8
Nữ	169	54,2	100,0
Trình độ học vấn			
Phổ thông	25	8,0	8,0
Trung cấp, cao đẳng	25	8,0	16,0
Đại học	205	67,3	81,7
Sau đại học	57	18,3	100,0
Nghề nghiệp			
Học sinh/ sinh viên	85	27,2	27,2
Nhân viên văn phòng	128	41,0	68,3
Kinh doanh buôn bán	30	9,6	77,9
Công nhân	26	8,3	86,2
Nội trợ	6	1,9	88,1
Khác	37	11,9	100,0
Hôn nhân			
Độc thân	179	57,4	57,4
Có gia đình	123	39,4	96,8
Khác	10	3,2	100,0
Tổng	312	100,0	100,0

*Nguồn: Số liệu tác giả thu thập năm 2016***Bảng 3: Thông tin tuổi và thu nhập**

Biến quan sát	Số quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tuổi	312	18,00	55,0	27,7660	7,46221
Thu nhập	295	0,00	35,0	5.298.000	4,11815

Nguồn: Số liệu tác giả thu thập năm 2016❖ *Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha*

Để tiến hành phân tích nhân tố thì trước hết cần tiến hành phân tích độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến tổng. Một thang đo có hệ số Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ thì có thể chấp nhận về độ tin cậy. Các biến có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại.

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho các thang đo thành phần có hệ số Cronbach's Alpha = 0,916 cho thấy tất cả các biến đều đảm bảo yêu cầu để tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA. Kết quả kiểm định

Cronbach's Alpha cho thang đo quyết định tái sử dụng chỉ có biến QD3 (đã sử dụng hơn 1 lần trong năm qua) bị loại do hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến (0,852) lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha (0,836). Ba biến còn lại là phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA. Như vậy kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy.

❖ *Kết quả phân tích nhân tố (EFA)*

Hệ số KMO = 0,899 cho thấy dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích EFA. Kết quả cho thấy giá trị P_{value} của kiểm định Bartlett bằng 0 cho thấy các biến có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy có 4 nhóm nhân tố được rút trích với 18 biến quan sát. Phương sai trích của 4 nhóm này đạt 63,638%, thể hiện rằng nhân tố được rút trích giải thích được 63,638% sự biến thiên của dữ liệu.

Nhân tố thứ nhất gồm 9 biến quan sát: VC1 (trang thiết bị), VC2 (cơ sở vật chất), VC3 (an toàn), VC4 (sạch sẽ), VC5 (chỗ ngồi thoải mái), DV1 (đúng giờ), DV2 (nhanh chóng), DV3 (sẵn có), DV4 (phục vụ tận nơi) được đặt tên là: Hải lòng tiện lợi (HLTL).

Bảng 4: Kết quả phân tích nhân tố

STT	Biến quan sát		Nhân tố			
	Kí hiệu	Tên biến	1	2	3	4
1	VC5	Chỗ ngồi thoải mái	0,768			
2	VC4	Sạch sẽ	0,741			
3	VC1	Trang thiết bị	0,733			
4	DV3	Sẵn có	0,684			
5	DV2	Nhanh chóng	0,643			
6	VC3	An toàn	0,638			
7	DV1	Đúng giờ	0,615			
8	VC2	Cơ sở vật chất	0,599			
9	DV4	Phục vụ tận nơi	0,562			
10	DV6	Thái độ		0,908		
11	DV5	Quan tâm		0,890		
12	DV7	Giúp đỡ		0,870		
13	G2	Tiết kiệm			0,744	
14	G1	Hợp lý			0,675	
15	TQ1	Những người quan trọng khác			0,618	
16	TQ2	Sự quen thuộc			0,578	
17	TT2	Tỉ lệ bảo vệ				0,917
18	TT1	Tỉ lệ chi tiêu				0,843

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2016

❖ *Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA)*

Nhân tố thứ 2 gồm 3 biến quan sát: DV4 (quan tâm), DV5 (thái độ), DV6 (giúp đỡ) được đặt tên là: Hải lòng phục vụ (HLPV).

Nhóm nhân tố thứ 3 gồm 4 biến quan sát: G1 (hợp lý), G2 (tiết kiệm), TQ1 (những người quan trọng khác), TQ2 (sự quen thuộc) được đặt tên là: Giá & Thói quen.

Nhân tố thứ 4 gồm 2 biến quan sát: TT1 (ti lệ chi tiêu), TT2 (ti lệ bảo vệ) được đặt tên là: Trung thành (TT)

Kết quả phân tích CFA cho các trọng số hồi quy chuẩn hóa của tất cả các biến đều lớn hơn 0,5 cho thấy mô hình đạt được giá trị hội tụ, các chỉ tiêu phổ biến dùng để đánh giá độ tương thích của mô hình với thông tin thị trường bao gồm Chi bình phương (Chi-square), Chi bình phương điều chỉnh theo bậc tự do (Chi-square/df), GFI, CFI, TLI và RMSEA được xét đến. Kết quả cho thấy Chi-square có P-value <0,05; Chi-square/df = 1,961 <2; GFI = 0,904, CFI = 0,952, TLI = 0,943 đều lớn hơn 0,9; RMSEA = 0,056 <0,08 cho thấy độ tương thích với dữ liệu thị trường của mô hình là rất tốt, các sai số của các biến quan sát có một số có tương quan với nhau nên mô hình không đạt được tính đơn hướng. Hệ số tương quan các thành phần của các biến đều nhỏ hơn giá trị đơn vị (hệ số tương quan lớn nhất là giữa giá & thói quen với quyết định tái sử dụng có giá trị 0,819, thấp nhất là giữa hải lòng phục vụ với trung thành có giá trị 0,467), nên thang đo đạt được giá trị phân biệt (Steenkamp & Van Trijp, 1991).

Bảng 5: Độ tin cậy tổng hợp của các nhân tố

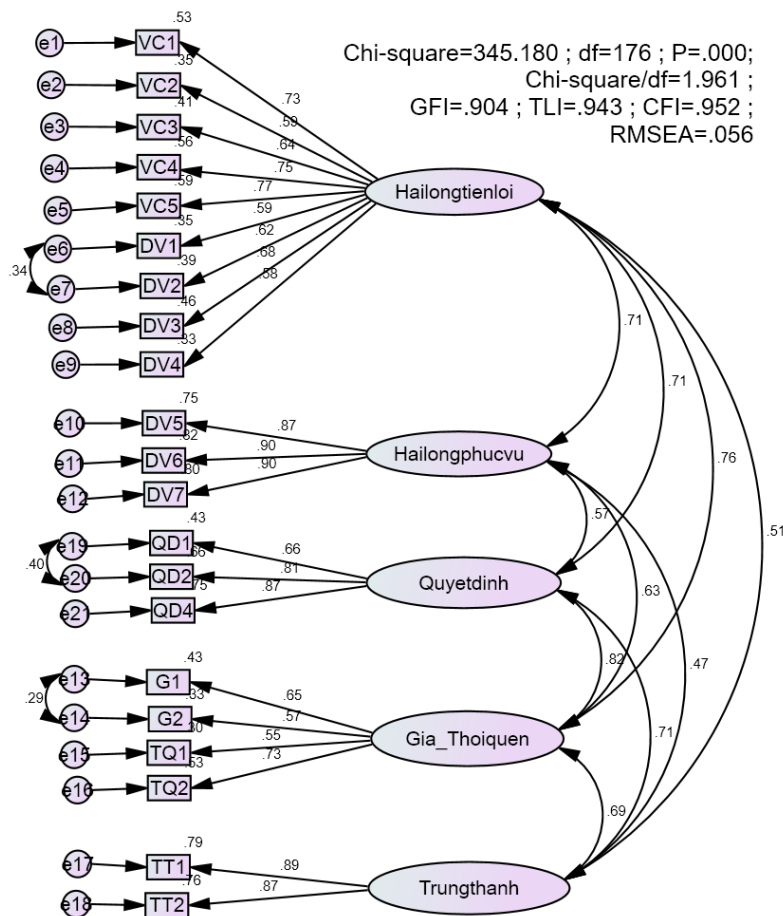
Nhân tố	Độ tin cậy tổng hợp (pc)
Hải lòng tiện lợi	0,875
Hải lòng phục vụ	0,919
Giá & Thói quen	0,722
Trung thành	0,873
Quyết định tái sử dụng	0,825

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2016

❖ *Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)*

Mô hình có giá trị Chi-bình phương = 345,830, bậc tự do là 174, với p=0,000 nên đạt so với yêu cầu về tương thích dữ liệu thị trường. Khi điều chỉnh Chi-bình phương với bậc tự do CMIN/df thì giá trị này đạt 1,988 <2, hơn nữa các chỉ số GFI, CFI, TLI lần lượt là 0,907, 0,942, 0,952 đều >0,9; RMSEA là 0,056 <0,08. Kết quả này cho thấy mô hình tương thích tốt với dữ liệu thị trường. Các khái niệm có tương quan giữa các sai số nên không đạt được tính đơn hướng (e6 và e7, e19 và e20, e13 và e14).

Kết quả kiểm định mô hình SEM ở hình 3 cho thấy ảnh hưởng của yếu tố hải lòng phục vụ lên trung thành đạt ý nghĩa thống kê ở mức 10%, trong khi tác động của hải lòng phục vụ lên quyết định tái sử dụng không đạt ý nghĩa thống kê. Tác động của hải lòng tiện lợi lên quyết định tái sử dụng đạt ý nghĩa thống kê ở mức 5%, trong khi các tác động còn lại như hải lòng tiện lợi tác động đến lòng trung thành, trung thành đến quyết định tái sử dụng và giá & thói quen đến quyết định tái sử dụng là có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 1%.

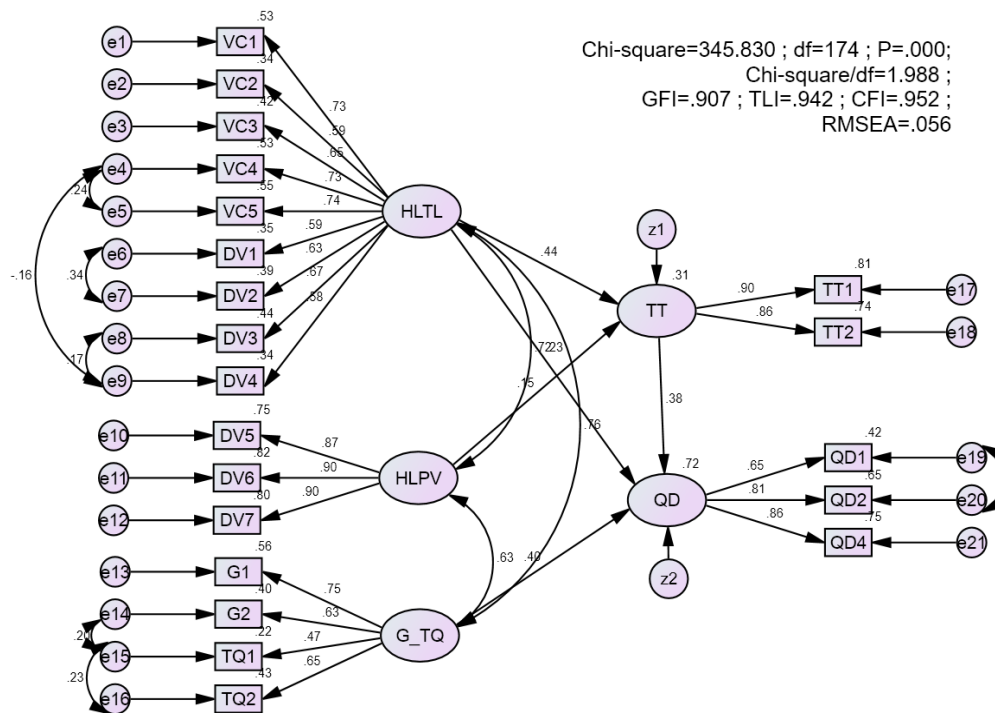


Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2016

Hình 2: Kết quả phân tích CFA

Trọng số ước lượng chuẩn hóa trong mô hình cho thấy mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc. Cụ thể trọng số của nhân tố giá & thói quen tác động có trị số cao nhất là 0,400; kế đến là biến trung thành với 0,378; thấp nhất là hài lòng tiện lợi với giá trị 0,228. Điều này cho thấy yếu tố giá & thói quen có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến quyết định tái sử dụng dịch vụ, kế đến là trung thành, sau cùng là hài lòng tiện lợi. Ba khái niệm trên giải thích được 71,8% biến thiên của quyết định tái sử dụng dịch vụ, trung thành là biến trung gian được đo lường bởi hài lòng tiện lợi và hài lòng phục vụ. Trong hai nhân tố này, hài lòng tiện lợi có trọng số lớn hơn, có sức ảnh hưởng đến trung thành hơn (trọng số 0,437). Hài lòng phục vụ được đánh giá là ít ảnh hưởng hơn (trọng số 0,150). Hai nhân tố này giải thích được 30,8% sự biến thiên của lòng trung thành.

Kết quả phân tích cũng cho thấy hài lòng tiện lợi ngoài tác động trực tiếp còn có tác động gián tiếp đến quyết định tái sử dụng thông qua biến trung thành với mức tác động là 0,165. So với giá trị tác động trực tiếp là 0,228, mức độ tác động gián tiếp của biến này tương đối cao. Hài lòng phục vụ chỉ có tác động gián tiếp tới quyết định tái sử dụng thông qua nhân tố trung gian là trung thành với mức độ tác động là 0,057. Điều này cho thấy hài lòng phục vụ có ít tác động đến quyết định tái sử dụng, tuy có tác động gián tiếp nhưng hệ số khá thấp.



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2016

Hình 3: Phân tích cấu trúc tuyến tính SEM

❖ *Kiểm định độ tin cậy của ước lượng bằng Bootstrap*

Phương pháp Bootstrap được sử dụng để kiểm định các ước lượng mô hình trong mô hình cuối cùng với số mẫu lặp lại là $N = 500$. Kết quả ước lượng từ 500 mẫu được tính trung bình kèm theo độ lệch được trình bày trong bảng 4. Trị tuyệt đối CR rất nhỏ so với 2 nên có thể nói độ lệch là rất nhỏ; đồng thời không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Như vậy, ta có thể kết luận là các ước lượng trong mô hình có thể tin cậy được.

Bảng 6: Kết quả ước lượng mô hình bằng Bootstrap

Mối quan hệ			Ước lượng ML	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE- Bias	C.R
Hài lòng tiện lợi	→	Trung thành	0,437	0,106	0,003	0,436	-0,001	0,005	-0,20
Hài lòng phục vụ	→	Trung thành	0,150	0,113	0,004	0,148	-0,002	0,005	-0,40
Trung thành	→	Quyết định	0,378	0,071	0,002	0,381	0,003	0,003	1,00
Hài lòng tiện lợi	→	Quyết định	0,228	0,125	0,004	0,219	-0,009	0,006	-1,50
Giá & Thói quen	→	Quyết định	0,40	0,141	0,004	0,406	0,006	0,006	1,00

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát năm 2016

4. KẾT LUẬN

Theo kết quả nghiên cứu, thang đo của quyết định tái sử dụng dịch vụ VTHK theo tuyến gồm có 4 thành phần và 18 tiêu chí: (1) hài lòng tiện lợi, (2) hài lòng phục vụ, (3) trung thành và (4) giá & thói quen. Trong đó, thành phần giá & thói quen có ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định tái sử dụng, thành phần hài lòng tiện lợi ảnh hưởng ít nhất.

Kết quả nghiên cứu cho thấy hài lòng phục vụ không ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định tái sử dụng mà chỉ ảnh hưởng gián tiếp thông qua tác động cùng chiều đến khái niệm trung thành. Hài lòng tiện lợi, trung thành, giá & thói quen tác động trực tiếp và thuận chiều đến quyết định tái sử dụng dịch vụ, hài lòng tiện lợi và hài lòng phục vụ tác động gián tiếp đến quyết định tái sử dụng thông qua trung thành.

Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị nhằm giúp các công ty kinh doanh dịch vụ vận tải hành khách theo tuyến giữ chân khách hàng của họ như sau:

- **Tăng sự hài lòng:** Các công ty kinh doanh dịch vụ vận tải hành khách theo tuyến cần đảm bảo cơ sở vật chất đáp ứng được nhu cầu khách hàng, cải thiện dịch vụ trung chuyển, an toàn khi vận chuyển, đảm bảo vệ sinh, đúng lịch trình đã công bố, cải thiện thái độ phục vụ (của nhân viên trạm dừng chân, bán vé, tài xế trung chuyển) và nhân viên cũng cần quan tâm đến khách hàng hơn.

- **Tăng lòng trung thành:** Lập thẻ thành viên để có chính sách ưu đãi cho các khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ, tạo sự tiện lợi hơn cho những hành khách tích lũy đủ số chuyến như không cần đến sớm làm thủ tục mà có thể lấy vé tại xe.

- **Chính sách giá:** Có chính sách điều chỉnh giá hợp lý, giảm giá khi xăng hạ giá, khi giá tăng không do các yếu tố khách quan thì cần tăng dịch vụ kèm theo, giảm giá cho giờ thấp điểm, ưu đãi cho học sinh, sinh viên.

- **Tạo lập thói quen:** Khuyến khích khách hàng mua vé, chẳng hạn như giảm giá khi đặt cùng lúc nhiều vé để khuyến khích các khách hàng khác sử dụng dịch vụ. Khi khách hàng đã sử dụng dịch vụ của công ty thì có nhiều khả năng họ sẽ sử dụng lại dịch vụ trong những lần tiếp theo và những người quen của họ sẽ sử dụng lại dịch vụ của công ty đó trong những lần đi tiếp theo sẽ tăng lên.

Về mặt lý thuyết, nghiên cứu đã bổ sung vào thang đo quyết định tái sử dụng một hệ thống thang đo cho ngành kinh doanh dịch vụ VTHK theo tuyến. Các nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ vận tải có thể sử dụng, điều chỉnh, bổ sung các thang đo lường này cho nghiên cứu của mình. Dưới góc độ những nhà quản lý của công ty VTHK, kết quả nghiên cứu trong bài có thể thúc đẩy sự quan tâm của họ đến những yếu tố có tác động đến quyết định tái sử dụng và xem xét đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng góp phần mang đến sự thành công của các công ty VTHK.

Nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế như quy mô mẫu nghiên cứu không lớn và đối tượng quan sát chỉ tập trung trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng đối với quy mô mẫu và không gian nghiên cứu để nâng cao tính suy rộng của mô hình nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giao thông vận tải, 2011. Báo cáo tổng hợp điều chỉnh Chiến lược phát triển GTVT Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.
2. Chrysochou, P. and Vassilev, B., 2010. Do Organic Labels Drive Repeat Purchase Loyalty? Investigating Reasons of Growth of the Danish Organic Food Market, Aarhus University.
3. Chrysochou, P., Krystallis, A. and Giraud, G., 2012. Quality assurance labels as drivers of customer loyalty in the case of traditional food products. Food Quality and Preference, 25(2): 156-62.
4. Corsi, A.M., Rungie, C. and Casini, L., 2011. Is the polarization index a valid measure of loyalty for evaluating changes over time? Journal of Product & Brand Management, 20(2): 111-20.

5. Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. and Black, W.C., ed. 2010. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall
6. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L., 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall
7. Harrison, P. & Shaw, R., 2004. Customer satisfaction and post purchase intentions: exploratory study of museum visitor. *International Journal of Arts Management*, 6 (2): 23.
8. Hawkins, D.I., Best R.J. and Coney K.A., ed. 1998. *Consumer Behaviour, Building Marketing Strategy*. Irwin: McGraw-Hill.
9. Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A., and Rickard, J.A., 2003. Customer repurchase intention: A general structural equation model. *Deakin Research Online.European Journal of Marketing*, 37(11):1762-1800.
10. Hồ Huy Tựu & Trần Thị Ái Cẩm, 2012. Ý định quay lại và truyền miệng tích cực của du khách quốc tế đối với Nha Trang. *Tạp chí phát triển kinh tế*, 262: 55-62.
11. Jarvis, W., Rungie, C. and Lockshin, L., 2007. The polarisation method for merging data files and analysing loyalty to product attributes, prices and brands in revealed preference. *International Journal of Market Research*, 49(4): 489-513.
12. Jones, T.O. and Sasser, W.E., 1995. Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 73: 88-99.
13. Kim, H.W. and Gupta, M., 2009. A comparison of purchase decision calculus between potential and repeat customers of an online store. *Decision Support Systems*, 47: 477-487.
14. Kotler, P., 1978. Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49: 48-64.
15. Kotler, P., Bowen, J. and Maken, J., 2003. *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey: Prentice-Hall.
16. Kumar, V., Ghosh, A., and Telliset, G., 1992. A Decomposition of Repeat Buying: Manufactured in the Netherlands *Marketing Letters*, 3(4): 407-417.
17. Kumar, V., Ghosh, A., Tellis, G.J., 1992. A Decomposition of Repeat Buying. *Marketing Letters*, 3(4): 407-417.
18. Nguyễn Công Tiến, 2011. Những đặc trưng du lịch thu hút du khách quốc tế đến thăm quan Đà Nẵng. *Tạp chí phát triển kinh tế xã hội Đà Nẵng*, 15: 15-20.
19. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2008. *Nghiên cứu khoa học Marketing - Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Đại học quốc gia TP.HCM.
20. Nguyễn Thu Thủy, 2010. Tác động của cung ứng du lịch đến quyết định quay lại Nha Trang của du khách nội địa. *Tạp chí khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 5(40).
21. Pantouvakis, A., and Lymperopoulos, K., 2008. Customer satisfaction and loyalty in the eyes of new and repeat customers Evidence from the transport sector. *Managing Service Quality*, 18: 623-643.
22. Paul, M., Hennig-Thurau, T., Gremler, D., Gwinner, K., and Wiertz, C., 2009. Toward a theory of repeat purchase drivers for consumer services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37:215-237.
23. Reichheld F.F., 1996. *The Loyalty Effect*. Harvard Business School Press.
24. Steenkamp J.B., and Van Trijp H.C.M., 1991. The use of LISREL in validating marketing constructs. *International Journal of research in Marketing*, 8(40): 283-99.
25. Stewart, T., 1997. *Intellectual Capital: The New Wealth Of Organizations*. New York: Nicholas Brealey Publishing,

26. Yeoh, E., and Chan, J.K.L., 2011. Malaysian Low Cost Airlines: Key Influencing Factors on Customers' Repeat Purchase Intention. *World Applied Sciences Journal*. 12: 35-43.
27. Zeithaml, V., Berry, L, and Parasuraman, A., 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Marketing*, 60(2): 31-46.

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CÁC ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI BẰNG MÔ HÌNH LỰC HẤP DẪN

Phan Anh Tú¹ và Phạm Thị Như Hảo^{1,*}

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: patu@ctu.edu.vn, Tel.: 0988 263 778

TÓM TẮT

Nghiên cứu này áp dụng mô hình lực hấp dẫn nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến thương mại song phương giữa Việt Nam và 52 quốc gia từ năm 2001 đến năm 2011. Sử dụng dữ liệu được thu thập từ Trung tâm Thương mại Quốc tế, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế, Quỹ Tiền tệ Quốc tế và Ngân hàng Thế giới. Kết quả ước lượng tìm thấy quy mô nền kinh tế Việt Nam, quy mô nền kinh tế nước đối tác, khoảng cách văn hóa, khoảng cách kinh tế, mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam, độ mở cửa nền kinh tế, quy mô dân số Việt Nam, tỷ giá hối đoái và đường biên giới chung có ảnh hưởng đến thương mại song phương giữa Việt Nam và 52 quốc gia này. Hơn nữa, áp dụng phương pháp tính tốc độ hội tụ, nghiên cứu còn tìm thấy các đối tác thương mại tiềm năng mới của Việt Nam như Châu Phi và Tây Nam Á.

Từ khóa: Mô hình lực hấp dẫn, thương mại song phương, Việt Nam

DETERMINANTS OF BILATERAL TRADE FLOWS BETWEEN VIETNAM AND TRADING PARTNER COUNTRIES—A GRAVITY MODEL APPROACH

ABSTRACT

This study applies gravity model in order to analyze the determinants of bilateral trade flows between Vietnam and 52 countries during a period from 2001 to 2011. Data were collected from International Trade Centre, Organization for Economic Co-operation and Development, International Monetary Fund and World Bank. The estimated result shows that economic size of Vietnam, economic size of partners, cultural distance, economic distance, technological innovation of Vietnam, openness, population of Vietnam, population of partners, exchange rate and common border influence on bilateral trade flows between Vietnam and these 52 countries. In addition, applying speed-of-convergence method, this study also finds out new potential trading partners of Vietnam such as Africa and Southwest Asia.

Keywords: Gravity model, bilateral trade, Vietnam

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã mở rộng thương mại với nhiều khu vực mới như Tây Nam Á, Châu Phi khi mà thị trường xuất khẩu truyền thống đang có xu hướng bão hòa. Đặc biệt, khi khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế trên thế giới có tác động lớn đến xuất khẩu thì việc dịch chuyển sang các thị trường mới càng trở nên quan trọng cho Việt Nam. Nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đã bước đầu giành được uy tín tại thị trường các nước khu vực Tây Nam Á, Châu Phi như thủy sản, cà phê, hạt tiêu, dệt may. Điều này được minh chứng rõ nét qua kim ngạch xuất khẩu sang thị trường khu vực này không ngừng gia tăng, kim ngạch từng mặt hàng năm sau thường cao hơn năm trước. Theo số liệu từ Cục Xúc tiến Thương mại, kim ngạch buôn bán hai chiều giữa Việt Nam và các nước khu vực Tây Nam Á đạt 854 triệu USD năm 2002 đã tăng lên xấp xỉ 2,0 tỷ USD năm 2008 và đạt 6,7 tỷ USD năm 2012. Tính đến tháng 9/2012, Việt Nam đã xuất khẩu sang 49 trên tổng số 55 nước khu vực Châu Phi, và kim ngạch xuất khẩu sang khu vực này đạt 1,89 tỷ USD, tăng 21% so với cùng kỳ năm 2011.

Để phân tích dòng chảy thương mại giữa các nước, nhiều nghiên cứu trên thế giới sử dụng mô hình lực hấp dẫn (Gravity Model) đã xác định được các nhân tố quan trọng có ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại giữa các quốc gia như tổng sản phẩm quốc nội (GDP), dân số, khoảng cách địa lý, khoảng cách văn hóa, và thuế quan (Frankel và Rose, 2000). Ngược lại tại Việt Nam, nghiên cứu dòng chảy thương mại song phương có ứng dụng mô hình lực hấp dẫn còn khá khiêm tốn. Mặc dù đã có hai nghiên cứu của Đỗ Thái Trí (2006)

về thương mại giữa Việt Nam và 23 quốc gia Châu Âu, giai đoạn 1993 – 2004 và nghiên cứu của Nguyễn Bắc Xuân (2010) về các nhân tố ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia đối tác, giai đoạn 1991 – 2006, tuy nhiên hai nghiên cứu này chỉ tập trung vào các đối tác thương mại truyền thống như: EU, ASEAN. Bài báo này sẽ mở rộng điều tra các đối tác thương mại (tiềm năng) ở Châu Phi và Tây Nam Á.

Tóm lại, mục tiêu của nghiên cứu này là nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến thương mại song phương giữa Việt Nam và các nước đối tác thương mại trên thế giới bằng mô hình lực hấp dẫn. Câu hỏi nghiên cứu mà chúng tôi đặt ra là các nhân tố nào thúc đẩy hay cản trở dòng chảy thương mại giữa Việt Nam và các nước đối tác? Ứng dụng dữ liệu bảng cho cỡ mẫu 52 quốc gia, kết quả đóng góp khoa học của nghiên cứu này bao gồm nhưng không giới hạn: (1) mở rộng mô hình lực hấp dẫn để nghiên cứu dòng chảy thương mại song phương giữa Việt Nam và các quốc gia đối tác thương mại (tiềm năng); (2) bổ sung bằng chứng thực chứng cho mô hình nghiên cứu lực hấp dẫn tại Việt Nam. Quan trọng hơn, kết quả của nghiên cứu còn giúp các nhà hoạch định chính sách có cái nhìn rõ nét hơn về xu hướng phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam và đề xuất được những chính sách phù hợp nhằm xúc tiến hoạt động thương mại của Việt Nam với các nước đối tác tiềm năng.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ GIẢ THUYẾT

2.1. Lý thuyết lực hấp dẫn

Lý thuyết lực hấp dẫn là một trong những lý thuyết cơ bản về thương mại quốc tế dùng để giải thích mức độ giao thương hàng hóa giữa hai hay nhiều quốc gia được xây dựng đầu tiên bởi Timbergan (1962). Timbergan đã chứng minh rằng các quốc gia với quy mô nền kinh tế càng lớn và khoảng cách địa lý càng gần càng có xu hướng trao đổi thương mại với nhau. Điều này cũng có nghĩa là nếu khác biệt về khoảng cách càng lớn thì việc xâm nhập sang thị trường nước đối tác sẽ càng rủi ro và ngược lại thì thương mại càng có nhiều tiềm năng (Ghemawat, 2001). Khoảng cách ở đây không chỉ đề cập đến khoảng cách địa lý mà còn bao gồm khoảng cách văn hóa, khoảng cách kinh tế và khoảng cách thể chế. Mở rộng mô hình lực hấp dẫn nhiều nhà nghiên cứu còn tìm thấy tỷ giá hối đoái (Bergstrand, 1985; Dell'Arricia, 1999), mức độ cải tiến công nghệ (Fagerberg *et al.*, 1997; Wakelin, 1998), mức độ mở cửa nền kinh tế (Rahman, 2009), thương mại giữa các thành viên trong cùng khối thương mại (Carrere, 2006) đều có ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại giữa các quốc gia. Mô hình lực hấp dẫn được chuyển sang dạng hàm Cobb – Douglas như sau:

$$T_{ij} = AY_i^{\beta_1} Y_j^{\beta_2} DIS_{ij}^{\beta_3} \quad (1)$$

Trong đó:

T_{ij} : kim ngạch thương mại giữa hai quốc gia i và j ;

Y_i : quy mô nền kinh tế (GDP) của quốc gia i ;

Y_j : quy mô nền kinh tế (GDP) của quốc gia j ;

DIS_{ij} : khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia i và j ;

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: hệ số thể hiện mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố trong mô hình;

A : hằng số hấp dẫn.

2.2. Giả thuyết

Tổng sản phẩm quốc nội (GDP). GDP là chỉ tiêu đo lường quy mô của một nền kinh tế. Nó còn thể hiện sức mua của quốc gia nhập khẩu và xuất khẩu, khả năng sản xuất và nhu cầu của mỗi quốc gia (Dilanchiev, 2012). Nhiều nghiên cứu tìm thấy bằng chứng có mối quan hệ thuận chiều giữa GDP và sự gia tăng trong thương mại hàng hóa và dịch vụ (Bhagwai, 1998; Eita, 2008). Điều này là do bởi khi tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ sản xuất trong lãnh thổ một nước tăng lên đồng nghĩa với lượng cung hàng hóa của nước đó cũng gia tăng và kết quả là khả năng xuất khẩu nhiều hơn. Đối với nước nhập khẩu, GDP đo lường khả năng tiếp nhận của các nhà nhập khẩu (Hatab *et al.*, 2010). Khi GDP của nước nhập khẩu càng lớn, khả

năng sản xuất của nước đó càng cao, đồng nghĩa với việc nước đó có nhu cầu cao về nguồn nguyên liệu đầu vào, trong đó có nhập khẩu. Hơn nữa, nếu xét về thu nhập khi thu nhập tăng lên thì khả năng chi trả cho việc mua hàng hóa cũng tăng theo, đồng thời khi thu nhập tăng lên thì nhu cầu về hàng hóa cũng trở nên đa dạng hơn từ đó thúc đẩy nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài (Fujimura và Edmonds, 2006). Do đó, GDP của nước xuất khẩu hay nhập khẩu đều được kỳ vọng là có ảnh hưởng tích cực đến dòng chảy thương mại.

Giả thuyết 1a: Có mối quan hệ thuận chiều giữa GDP Việt Nam và tổng giá trị thương mại song phương.

Giả thuyết 1b: Có mối quan hệ thuận chiều giữa GDP nước đối tác và tổng giá trị thương mại song phương.

Khoảng cách địa lý. Chen (2004) đã tính toán khoảng cách địa lý dựa trên kinh độ, vĩ độ của các thành phố chính của các quốc gia và các vùng lãnh thổ từ đó tìm thấy khoảng cách địa lý làm giảm hoạt động thương mại giữa các quốc gia. Thứ nhất, khoảng cách địa lý càng lớn càng gây ra nhiều rủi ro trong vận chuyển hàng hóa giữa hai quốc gia, tốn nhiều thời gian vận chuyển, ảnh hưởng lớn đến chất lượng của hàng hóa, và gia tăng chi phí. Đặc biệt, những hàng hóa có trọng lượng nặng hay hàng hóa dễ vỡ, dễ hư hỏng sẽ có chi phí vận chuyển cao khi khoảng cách càng xa. Thứ hai, khoảng cách địa lý tăng sẽ làm tăng chi phí liên lạc và giao dịch (Frankel, 1997). Do vậy, giả thuyết được thành lập như sau:

Giả thuyết 2: Có mối quan hệ nghịch chiều giữa khoảng cách địa lý và tổng giá trị thương mại song phương.

Khoảng cách văn hóa. Khoảng cách văn hóa được định nghĩa như là một mức độ khác biệt của các giá trị và chuẩn mực chung văn hóa giữa các quốc gia (Hofstede, 2001; Kogut và Singh, 1988). Sự khác biệt về văn hóa làm giảm trao đổi thương mại giữa các quốc gia (Frankel và Rose, 2000). Thứ nhất, khác biệt văn hóa gây ra không ít khó khăn trong ký kết các hợp đồng thương mại và từ đó làm giảm trao đổi thương mại giữa các quốc gia. Khác biệt văn hóa ảnh hưởng đến cách giao tiếp thông tin với người khác, cách họ hiểu thông tin đó như thế nào (Carlson, 1974). Ngoài ra, khác biệt văn hóa còn quyết định cách con người tương tác với nhau và với công ty hay tổ chức, điều có thể gây ra nhiều hiểu nhầm và nhầm lẫn trong hợp tác và ký kết hợp đồng thương mại. Thứ hai, sự khác biệt văn hóa của mỗi quốc gia làm tăng chi phí kinh doanh quốc tế. Khoảng cách văn hóa càng lớn giữa hai nước thì sẽ làm tăng chi phí giao dịch, trao đổi thông tin và làm tăng nguy cơ hiểu lầm (Boyacigiller, 1990). Các chi phí bao gồm hoạt động nghiên cứu thị trường, tìm hiểu khách hàng, tìm hiểu văn hóa quốc gia, truyền tải, trao đổi thông tin, quảng bá sản phẩm nhằm mở rộng thương mại hàng hóa phù hợp với từng thị trường.

Giả thuyết 3: Có mối quan hệ nghịch chiều giữa khoảng cách văn hóa và tổng giá trị thương mại song phương.

Khoảng cách kinh tế. Khoảng cách kinh tế được xem là khoảng cách chênh lệch thu nhập giữa hai hay nhiều quốc gia. Helpman (1981) đã cho rằng sự tương đồng về mức độ phát triển kinh tế được kỳ vọng sẽ làm gia tăng trao đổi thương mại giữa các quốc gia. Kết quả này là tương tự với kết quả của các nghiên cứu của Martínez-Zarzoso và Nowak-Lehmann (2003). Lập luận này cho rằng thương mại quốc tế đối với hàng hóa sản xuất hay dịch vụ sẽ diễn ra sôi động hơn giữa các quốc gia có mức thu nhập bình quân đầu người tương đương nhau so với những quốc gia có mức thu nhập bình quân đầu người không tương đương nhau. Điều này có nghĩa là khi mức GDP bình quân đầu người của hai quốc gia là như nhau thì cấu trúc cầu của hai quốc gia này sẽ trở nên tương đồng với nhau hơn dẫn đến gia tăng trao đổi thương mại.

Giả thuyết 4: Có mối quan hệ nghịch chiều giữa khoảng cách kinh tế và tổng giá trị thương mại song phương.

Mức độ cải tiến công nghệ. Cải tiến công nghệ có thể được hiểu là khả năng mà một quốc gia có thể đưa những ý tưởng mới vào thực tiễn bằng cách phát triển những sản phẩm mới, những quy trình sản xuất mới kích thích tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy thương mại, cải thiện vị thế cạnh tranh, tăng thị phần và tăng doanh số. Mức độ cải tiến công nghệ càng cao càng kích thích thương mại song phương giữa các quốc gia

do bởi việc tập trung vào đổi mới công nghệ, kỹ thuật góp phần làm giảm bớt chi phí giao dịch do khoảng cách địa lý trong trao đổi thương mại (Loungani *et al.*, 2002). Thứ hai, cải tiến công nghệ là yếu tố quan trọng kích thích gia tăng cầu về công nghệ giữa các quốc gia cũng như gia tăng nhu cầu chuyển giao công nghệ, đặc biệt là cho các quốc gia có trình độ công nghệ thấp.

Giả thuyết 5a: Có mối quan hệ thuận chiều giữa mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam và tổng giá trị thương mại song phương.

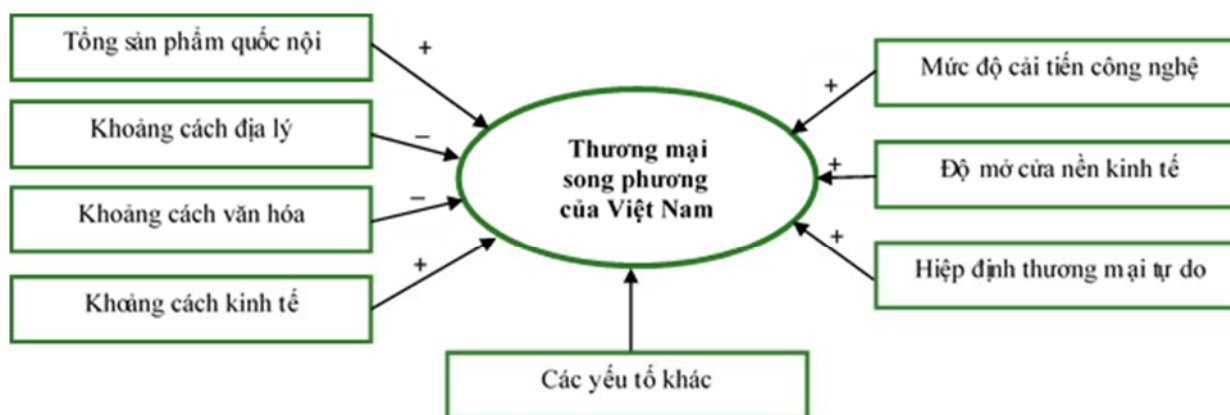
Giả thuyết 5b: Có mối quan hệ thuận chiều giữa mức độ cải tiến công nghệ của nước đối tác và tổng giá trị thương mại song phương.

Độ mở cửa nền kinh tế. Mức độ mở cửa của nền kinh tế được đo lường bởi tỷ lệ tổng giá trị xuất nhập khẩu trên GDP. Tỷ lệ này càng lớn càng cho thấy cường độ thương mại của quốc gia này với các quốc gia đối tác càng cao (Hatab *et al.*, 2010). Độ mở cửa nền kinh tế được sử dụng như một nhân tố đại diện cho chính sách ngoại thương của một quốc gia. Chính sách ngoại thương càng theo hướng tự do hóa thì độ mở cửa của nền kinh tế càng lớn dẫn đến trao đổi thương mại giữa các quốc gia càng tăng. Cụ thể, khi độ mở cửa nền kinh tế của các nước đối tác càng cao thì trao đổi thương mại của Việt Nam với các nước này được kỳ vọng cũng sẽ tăng theo do cơ hội giao thương hàng hóa gia tăng.

Giả thuyết 6: Có mối quan hệ thuận chiều giữa độ mở cửa nền kinh tế và tổng giá trị thương mại song phương.

Hiệp định thương mại tự do (FTA). Ảnh hưởng của FTA đối với hoạt động thương mại của các quốc gia tham gia hiệp định đã được xác nhận trong nhiều nghiên cứu có ứng dụng mô hình lực hấp dẫn (Baier và Bergstrand, 2007). Thứ nhất, việc ký kết và tham gia vào các hiệp định thương mại tự do với nhiều ưu đãi về thuế quan giúp thị trường xuất nhập khẩu được mở rộng và đa dạng hóa hơn với sự tham gia của nhiều đối tác thương mại mới. Thứ hai, hệ thống thể chế, chính sách và môi trường kinh doanh cũng từng bước được hoàn thiện nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập, từ đó sẽ giúp thúc đẩy và tạo thuận lợi cho thương mại song phương giữa Việt Nam và các nước.

Giả thuyết 7: Có mối quan hệ thuận chiều giữa quốc gia có ký hiệp định thương mại tự do (FTA) và tổng giá trị thương mại song phương.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Dữ liệu

Nghiên cứu thu thập dữ liệu thứ cấp từ 52 quốc gia và chia thành 5 nhóm trong giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2011. Dữ liệu để phân tích trong nghiên cứu này là dữ liệu bảng (panel data) với 572 quan sát. Số liệu về tổng giá trị thương mại song phương (bao gồm tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu) giữa Việt Nam và các nước đối tác, giai đoạn 2001 – 2011 được thu thập từ trang web của Trung tâm Thương mại

Quốc tế (ITC), Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Dữ liệu về GDP, GDP bình quân đầu người (tính theo ngang giá sức mua - PPP), tỷ giá hối đoái của Việt Nam và 52 quốc gia đối tác, giai đoạn 2001 – 2011 được thu thập từ Quỹ tiền tệ Quốc tế (IMF), Ngân hàng Thế giới (WB). Dữ liệu về GDP danh nghĩa (Nominal GDP), dân số, số lượng các bài báo khoa học và công nghệ của Việt Nam và 52 quốc gia đối tác, giai đoạn 2001 – 2011 được thu thập từ WB. Dữ liệu về khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và 52 quốc gia đối tác được thu thập từ Great Circle Distance Between Capital Cities. Dữ liệu về khoảng cách văn hóa được thu thập từ trang web của Hofstede. Dữ liệu về hiệp định thương mại tự do được thu thập từ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Dữ liệu về đường biên giới chung giữa Việt Nam và các quốc gia đối tác được thu thập từ trang web của Chính Phủ.

3.2. Phương pháp ước lượng

Có ba phương pháp chính thường được sử dụng để ước lượng với dữ liệu bảng, bao gồm phương pháp hồi quy tuyến tính gộp (Pooled OLS), mô hình tác động cố định (FEM), mô hình tác động ngẫu nhiên (REM). Đối với dữ liệu bảng thì Pooled OLS không phải là một lựa chọn hợp lý vì phương pháp này là phương pháp ước lượng đơn giản nhất và trong trường hợp này Pooled OLS có thể làm cho các hệ số ước lượng không vững và không hiệu quả, tức là ước lượng không thống nhất (bị chệch) và khả năng kiểm tra ý nghĩa thống kê không còn chính xác. Mặc dù, FEM là phương pháp ước lượng tương đối tốt để đánh giá tác động của các biến độc lập lên các biến phụ thuộc, nhưng FEM lại không thể ước lượng được hệ số cho các biến có giá trị cố định theo thời gian. REM có thể ước lượng được hệ số của các biến có giá trị cố định theo thời gian nhưng lại không thể cho kết quả tốt nếu các mẫu lựa chọn trong mô hình không đồng nhất (heterogeneous sample). Để đi đến quyết định sử dụng mô hình nào, ta cần xem xét đặc điểm của chuỗi số liệu cũng như dựa vào kết quả của các kiểm định.

Trước hết, nghiên cứu tiến hành kiểm tra tính đa cộng tuyến bằng lệnh VIF sau khi thực hiện hồi quy theo phương pháp Pooled OLS, kết quả cho thấy tất cả các hệ số đều có giá trị dưới 10,00. Tuy nhiên, cặp biến $BORDER_{ijt}$ và FTA_{ijt} trong ma trận tương quan có hệ số là 0,92 (Bảng 1). Hệ số tương quan này là khá cao và khả năng xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Để khắc phục hiện tượng đa cộng tuyến, chúng tôi tiến hành bỏ đi các biến độc lập có đa cộng tuyến cao và sử dụng các phương pháp hồi quy phù hợp. Phần kết quả nghiên cứu sẽ trình bày chi tiết và rõ ràng hơn các phương pháp và cách loại bỏ các biến này. Sau đó, sử dụng kiểm định F-test để tìm ra ước lượng tốt nhất giữa FEM và Pooled OLS. Kết quả thu được $p < 0,05$, như vậy, kết quả của ước lượng FEM được cho là hiệu quả hơn ước lượng Pooled OLS (do kết quả ước lượng theo Pooled OLS bị chệch). Kiểm định Breusch and Pagan Lagrangian multiplier (xttest0) được sử dụng để lựa chọn kết quả ước lượng giữa phương pháp Pooled OLS và REM. Kết quả thu được $p < 0,05$ và REM được cho là hiệu quả hơn ước lượng Pooled OLS. Tiếp theo, chúng tôi tiến hành so sánh kết quả ước lượng giữa FEM và REM thông qua kiểm định Hausman. Kiểm định cho ra $p < 0,05$ và FEM được cho là hiệu quả hơn REM. Tuy nhiên, vấn đề chính khi áp dụng FEM là các biến số không thay đổi theo thời gian không thể ước lượng trực tiếp trong mô hình. Vậy nên các biến số như khoảng cách địa lý, khoảng cách văn hóa, đường biên giới chung sẽ bị hạn chế nếu sử dụng FEM. Hausman và Taylor (1981) đã đề xuất một phương pháp ước lượng mới mang tên Hausman–Taylor để kết hợp ưu điểm của cả 2 phương pháp FEM và REM. Một vài kiểm định của các tác giả như Mcpherson và Trumbull (2003) đã chỉ ra rằng kết quả ước lượng dùng phương pháp Hausman–Taylor ít nhất là phù hợp với 2 phương pháp FEM và REM, thường là tốt và đáng tin cậy hơn. Đặc biệt, phương pháp này có thể ước lượng được các biến số có khả năng tương quan với sai số u_{ijt} trong mô hình và các biến số cố định theo thời gian. Với cách tiếp cận đó, chúng tôi sẽ dùng phương pháp Hausman–Taylor cho phân tích thực nghiệm trong bài báo này.

3.3. Mô hình định lượng

Mô hình lượng hóa các nhân tố ảnh hưởng đến thương mại song phương giữa Việt Nam và các nước đối tác dựa trên cơ sở mô hình lực hấp dẫn do Bergstrand (1985) đề xuất. Phương trình hồi quy có dạng logarit như sau:

$$\begin{aligned} \log TRADE_{ijt} = & \beta_0 + \beta_1 \log(GDP_{it}) + \beta_2 \log(GDP_{jt}) + \beta_3 \log(DIS_{ij}) + \beta_4 CD_j + \beta_5 \log(EDIS_{ijt}) + \beta_6 \log(TI_{it}) \\ & + \beta_7 \log(TI_{jt}) + \beta_8 OPEN_{jt} + \beta_9 FTA_{ijt} + \beta_{10} \log(POP_{it}) + \beta_{11} \log(POP_{jt}) + \beta_{12} ER_{ijt} + \beta_{13} BORDER_{ij} + u_{ijt} \end{aligned} \quad (2)$$

Trong đó:

- $i = 1$ (Việt Nam);
- $j = 2, 3, \dots$ (các quốc gia đối tác);
- $t = 2001, 2002, \dots, 2011$;
- β_0 : Hệ số hấp dẫn/cản trở thương mại giữa Việt Nam và quốc gia j (hệ số chặn);
- $\beta_1 \rightarrow \beta_{13}$: Các hệ số thể hiện mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố trong mô hình;
- μ_{ijt} : Sai số.

*Biến phụ thuộc(TRADE_{ijt}) là tổng giá trị thương mại song phương của Việt Nam được đo lường bằng tổng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu.

*Các biến độc lập:

- GDP của Việt Nam và nước đối tác (GDP_{it} & GDP_{jt}) được đo lường bằng tổng giá trị thị trường tất cả các hàng hóa và dịch vụ cuối cùng được sản xuất của 1 nước trong năm t .
- Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và nước đối tác (DIS_{ij}): được tính trung bình số kí-lô-mét (km) từ thủ đô Hà Nội đến thủ đô của các nước đối tác.
- Khoảng cách văn hóa (CD_j) được đo lường bởi sự khác biệt về văn hóa dựa trên 6 khía cạnh văn hóa của Hofstede (1980), đó là: khoảng cách quyền lực, chủ nghĩa cá nhân, nam quyền, tính ngại rủi ro, định hướng dài hạn, sự thoải mái cho điểm từ 1 đến 100. Dựa vào phương pháp của Kongut và Singh (1988), tác giả tính khoảng cách văn hóa giữa Việt Nam và nước đối tác dựa vào công thức sau:

$$\text{CD}_j = \sum_{i=1}^6 \left\{ (I_{ij} - I_{iv})^2 / V_i \right\} / 6 \quad (3)$$

Trong đó:

- CD_j : Khoảng cách văn hóa giữa nước đối tác và Việt Nam;
- I_{ij} : Chỉ số khía cạnh văn hóa thứ i của nước đối tác thứ j ;
- I_{iv} : Chỉ số khía cạnh văn hóa thứ i của Việt Nam, ký hiệu v là Việt Nam;
- V_i : Phương sai của khía cạnh văn hóa thứ i .
- Khoảng cách kinh tế (EDIS_{ijt}) giữa Việt Nam và nước đối tác: Dữ liệu dùng trong nghiên cứu là thu nhập bình quân đầu người của các nước. Khoảng cách kinh tế được đo lường bằng chênh lệch bình quân đầu người giữa Việt Nam và nước đối tác trong năm t (USD).
- Độ mở cửa nền kinh tế của nước đối tác (OPEN_{jt}) được đo lường bằng tỷ lệ tổng kim ngạch xuất nhập khẩu trên giá trị tổng sản phẩm của nước đối tác j trong năm t .
- Mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam và nước đối tác (TI_{it} & TI_{jt}) được đo lường bằng tổng số lượng các bài báo khoa học và công nghệ của 1 nước trong năm t .
- Hiệp định thương mại tự do (FTA_{jt}): Biến giả, nhận giá trị là 1 nếu nước đối tác và Việt Nam có ký kết hiệp định thương mại tự do trước hoặc trong năm t , nhận giá trị 0 thì ngược lại.

*Các biến kiểm soát:

- Dân số Việt Nam và nước đối tác (POP_{it} & POP_{jt}) là một nhân tố đặc biệt, một mặt dân số là yếu tố sản xuất quan trọng (lực lượng lao động) có ảnh hưởng lớn đến sản lượng hàng hóa được sản xuất ra, mặt khác thì dân số lại là nguồn tiêu thụ hàng hóa. Dân số được dùng để đo lường quy mô thị trường của mỗi quốc gia. Quốc gia với dân số lớn đồng nghĩa với một thị trường nội địa rộng lớn (Eita, 2008). Dân số được đo lường bằng tổng số dân sinh sống của 1 quốc gia trong năm t .

- Tỷ giá hối đoái (ER_{ijt}) là giá trị thị trường của một đơn vị tiền tệ của nước này thể hiện bằng một số đơn vị tiền tệ của một nước khác trong năm t . Tỷ giá tăng được kỳ vọng là có ảnh hưởng thuận chiều đến thương mại song phương hoặc ngược lại.
- Đường biên giới chung ($BORDER_{ij}$) giữa Việt Nam và nước đối tác cũng ảnh hưởng không nhỏ đến thương mại giữa hai nước (McCallum, 1995). Khi thương mại với quốc gia rất xa với Việt Nam thì sẽ mất chi phí rất cao, nên việc có cùng biên giới hay không cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến trao đổi thương mại song phương (kỳ vọng dương). Biến giả, nhận giá trị là 1 nếu quốc gia j có chung đường biên giới (đất liền hoặc biển) với Việt Nam, ngược lại nhận giá trị là 0.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Kết quả Bảng 1 cho thấy tất cả các hệ số tương quan giữa các cặp biến trong mô hình đều nhỏ hơn 0,80, ngoại trừ cặp biến $BORDER_{ij}$ và FTA_{jt} có hệ số tương quan là 0,92. Hệ số tương quan này là khá cao và khả năng xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Đồng thời, kết quả từ Bảng 2 cũng cho thấy trong ước lượng mô hình bằng phương pháp Hausman-Taylor với biến FTA_{jt} (Mô hình 1 và Mô hình 2), dường như biến số thể hiện tác động không rõ ràng vì giá trị tính toán p -value vượt xa mức ý nghĩa 5%. Vì vậy, chúng tôi quyết định loại bỏ biến số này ra khỏi mô hình và phân tích kết quả dựa vào Mô hình 3. Đồng thời, các biến số: mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam và nước đối tác, độ mở cửa nền kinh tế nước đối tác được nghi ngờ là có khả năng tương quan với sai số u_i trong mô hình.

Mối quan hệ giữa *GDP của Việt Nam* ($\beta = 0,16$; $p < 0,01$) và *GDP nước đối tác* ($\beta = 0,31$; $p < 0,05$) được tìm thấy là thuận chiều với giá trị thương mại song phương. Nếu Việt Nam có khả năng gia tăng sản xuất thì dường như khả năng xuất khẩu ra nước ngoài cũng tăng theo, kèm theo đó cũng làm gia tăng nhu cầu nhập khẩu các loại nguyên vật liệu, máy móc hay đầu vào cho quá trình sản xuất. Đối với quy mô nền kinh tế nước đối tác, có thể lý giải do những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam là tài nguyên khoáng sản thiên nhiên như dầu thô, than, ... là các sản phẩm xuất khẩu rất hấp dẫn khách hàng nước ngoài. Với lợi thế so sánh về nguồn lao động dồi dào cùng với bờ biển dài trên 3000 km, Việt Nam có những điều kiện rất thuận lợi cho việc nuôi trồng, đánh bắt thủy hải sản chất lượng cao với giá cả cạnh tranh. *Khoảng cách địa lý* với dấu hệ số đúng như kỳ vọng đặt ra nhưng lại không có ý nghĩa về mặt thống kê ($\beta = -0,12$, $p > 0,1$). Nguyên nhân do (a) biến khoảng cách trong mô hình được lấy theo khoảng cách địa lý (đường bộ) nhưng trên thực tế vận chuyển hàng hóa của Việt Nam lại chủ yếu bằng đường biển, (b) tầm quan trọng với những ưu đãi từ các cam kết của hiệp định thương mại song phương giữa Việt Nam và các quốc gia đối tác do vậy khoảng cách địa lý không còn là trở ngại, (c) sự phát triển của thương mại điện tử và buôn bán qua mạng làm triệt tiêu vấn đề trở ngại của khoảng cách địa lý, (d) do tập quán của các nhà xuất khẩu Việt Nam thường xuất khẩu theo điều kiện FOB (Free on board) và nhập khẩu theo điều kiện CIF (Cost, Insurance, Freight). Do chi phí vận chuyển nhà nhập khẩu phải chịu nên khoảng cách xa sẽ chỉ làm tăng chi phí cho nhà nhập khẩu thay vì cho nhà xuất khẩu. Chính vì vậy, yếu tố khoảng cách địa lý trở nên kém quan trọng trong trường hợp của Việt Nam.

Khoảng cách văn hóa ($\beta = 0,74$, $p < 0,05$) được tìm thấy có ảnh hưởng tích cực đến thương mại song phương. Điều này đi ngược lại giả thuyết nghiên cứu, nguyên nhân được lý giải (a) đối tác thương mại của Việt Nam đa số là các thị trường truyền thống như EU, ASEAN, Hoa Kỳ, Trung Quốc với thời gian trên 20 năm, (b) sản phẩm giao thương đa số là các sản phẩm đơn giản và thiết yếu như dầu thô, gạo, thực phẩm, ... với độ co giãn thấp nên khác biệt về văn hóa không làm hạn chế giá trị thương mại giữa Việt Nam với các nước, (c) nhiều công ty có vốn đầu tư nước ngoài đã hoạt động lâu năm tại Việt Nam có nhu cầu nhập khẩu nguyên vật liệu (như công ty Samsung) hay linh kiện để phục vụ cho sản xuất, mở rộng quy mô và xuất khẩu, (d) Việt Nam chủ yếu xuất khẩu các sản phẩm gia công, lắp ráp cho nước ngoài và nhập khẩu các nguyên vật liệu phục vụ cho quá trình sản xuất nên văn hóa sẽ không có ảnh hưởng nhiều đến trao đổi hàng hóa của Việt Nam. Do đó, khoảng cách văn hóa không còn là rào cản mà còn có ảnh hưởng tích cực đến thương mại.

Bảng 1: Mô tả thống kê và ma trận tương quan (N=572)

	Trung bình	Độ lệch chuẩn	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
1.logTRADE_{ijt}	12,07	2,11	1,00													
2.logGDP_{it}	5,10	1,34	0,65	1,00												
3.logGDP_{jt}	5,61	1,57	0,74	0,46	1,00											
4.logDIS_{ij}	8,80	0,56	-0,36	-0,08	-0,21	1,00										
5.CD_{ij}	1,73	0,80	0,04	0,08	0,16	0,48	1,00									
6.logEDIS_{ijt}	9,34	1,36	0,35	0,28	0,25	-0,01	0,44	1,00								
7.logTI_{it}	6,18	0,61	0,32	0,47	0,13	0,00	0,00	0,11	1,00							
8.logTI_{jt}	8,24	2,53	0,66	0,49	0,76	0,02	0,37	0,42	0,23	1,00						
9.OPEN_{jt}	1,34	0,48	0,34	0,35	0,31	0,10	0,21	0,21	0,42	0,58	1,00					
10.FTA_{jt}	0,13	0,34	0,56	0,15	0,32	-0,79	-0,42	-0,12	0,02	0,06	-0,08	1,00				
11.logPOP_{it}	18,15	0,73	0,05	-0,01	-0,09	0,02	0,03	-0,10	0,11	-0,01	0,01	0,05	1,00			
12.logPOP_{jt}	15,41	2,56	0,77	0,65	0,75	-0,24	0,00	0,05	0,20	0,54	0,21	0,42	0,08	1,00		
13.ER_{ijt}	10.428,6 9	12.728,6 9	0,05	-0,01	-0,03	0,21	0,32	0,42	0,11	0,12	0,16	-0,23	0,07	-0,12	1,00	
14.BORDER_{ij}	0,12	0,32	0,50	0,14	0,26	-0,79	-0,55	-0,17	-0,00	0,00	-0,08	0,92	0,04	0,39	-0,21	1,00

Nguồn: Tự khảo sát (2016)

Khoảng cách kinh tế có ảnh hưởng tiêu cực đến thương mại song phương ($\beta = -0,13, p < 0,1$) đúng như kỳ vọng đặt ra. Kết quả ủng hộ hoàn toàn giả thuyết –Khoảng cách kinh tế giữa 2 quốc gia càng tăng thương mại song phương càng giảm. *Mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam* ($\beta = 0,62, p < 0,01$) có ảnh hưởng tích cực đến thương mại song phương đúng như kỳ vọng. Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, việc đầu tư vào khoa học, công nghệ cũng góp phần giảm bớt sự ảnh hưởng của khoảng cách địa lý, mở rộng thương mại hướng đến quy mô toàn cầu và tạo sự thuận lợi trong việc tiếp nhận công nghệ từ các nước phát triển. Tuy nhiên, *mức độ cải tiến công nghệ của nước đối tác* ($\beta = 0,02, p > 0,1$) được tìm thấy là không có ý nghĩa thống kê. Điều này có thể lý giải do Việt Nam chủ yếu xuất khẩu các sản phẩm gia công, lắp ráp cho nước ngoài và nhập khẩu các nguyên vật liệu phục vụ cho quá trình sản xuất nên yếu tố công nghệ nước đối tác không phải là điều quan trọng quyết định đến hoạt động trao đổi song phương. *Độ mở cửa của nền kinh tế* được tìm thấy có ảnh hưởng thuận chiều đến thương mại song phương ($\beta = 0,27, p < 0,05$). Kết quả này là phù hợp với các nghiên cứu thực chứng trước đây. Khi các chính sách ngoại thương ngày càng theo hướng tự do hóa, độ mở cửa của nền kinh tế càng lớn khiến trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia càng tăng. Trong thực tế, khi một quốc gia có độ mở cửa càng lớn đồng nghĩa với cơ hội để thương mại hàng hóa với quốc gia đó sẽ càng cao.

Ngoài ra, *quy mô dân số của Việt Nam* ($\beta = 0,10, p < 0,05$) và *nước đối tác* ($\beta = 0,12, p < 0,01$), *tỷ giá hối đoái* ($\beta = 0,00, p < 0,01$) cũng được tìm thấy có quan hệ thuận chiều với thương mại song phương. Tổng giá trị thương mại song phương cũng được tìm thấy gia tăng khi Việt Nam có *chung đường biên giới* với các quốc gia đối tác ($\beta = 3,31, p < 0,01$).

Do kết quả thực nghiệm theo phương pháp Hausman-Taylor trái ngược với giả thuyết và kết luận trong nhiều nghiên cứu khác nên chúng tôi kiểm tra lại tính tin cậy của phương trình lực hấp dẫn bằng cách dùng phương pháp ước lượng REM và FEM. Kết quả cho thấy biến khoảng cách văn hóa có quan hệ tích cực đến thương mại song phương và biến mức độ cải tiến công nghệ nước đối tác là không có ý nghĩa thống kê. Hay nói cách khác, mức độ ý nghĩa thống kê của 2 biến là tương đối ổn định trong cả ba phương pháp ước lượng. Do vậy có thể khẳng định chắc chắn rằng kết quả ước lượng cho phương trình lực hấp dẫn dùng phương pháp Hausman-Taylor là đáng tin cậy.

Bảng 2: Kết quả ước lượng mô hình bằng phương pháp Hausman-Taylor

Biến số	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3
Biến thay đổi theo thời gian và không tương quan với u_i			
logGDP _{it}	0,16*** (0,03)	0,16*** (0,03)	0,16*** (0,03)
logGDP _{jt}	0,30** (0,12)	0,36** (0,13)	0,31** (0,12)
logEDIS _{ijt}	-0,13* (0,08)	-0,19** (0,08)	-0,13* (0,08)
logPOP _{it}	0,10** (0,05)	0,10** (0,05)	0,10** (0,05)
logPOP _{jt}	0,12*** (0,02)	0,12*** (0,02)	0,12*** (0,02)
ER _{ijt}	0,00*** (0,00)	0,00*** (0,00)	0,00*** (0,00)
Biến thay đổi theo thời gian và có tương quan với u_i			
logTI _{it}	0,61*** (0,05)	0,61*** (0,05)	0,62*** (0,05)
logTI _{jt}	0,02 ^{n.s} (0,03)	0,01 ^{n.s} (0,03)	0,02 ^{n.s} (0,03)
OPEN _{jt}	0,27*** (0,10)	0,27*** (0,10)	0,27** (0,10)
FTA _{jt}	0,22 ^{n.s} (0,24)	0,27 ^{n.s} (0,24)	
Biến cố định theo thời gian và không tương quan với u_i			
logDIS _{ij}	-0,09 ^{n.s} (0,53)	-1,26** (0,45)	-0,12 ^{n.s} (0,53)
CD _j	0,72** (0,29)	0,46 ^{n.s} (0,31)	0,74** (0,29)
BORDER _{ij}	3,11*** (1,04)		3,31*** (1,02)
Hằng số	1,91 ^{n.s} (4,92)	13,12*** (3,98)	2,08*** (4,95)
Số quan sát (N)	572	572	572
Wald Chi2	2113,88	2089,92	2112,02
Giá trị P	0,0000	0,0000	0,0000

Nguồn: Tự khảo sát (2016)

*, **, *** và n.s lần lượt biểu diễn giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5%, 1% và không có ý nghĩa thống kê

5. TIỀM NĂNG THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ CÁC NƯỚC ĐỐI TÁC

Để xem xét liệu rằng thương mại song phương giữa hai quốc gia có đạt đến mức tiềm năng hay không, Jakabset *et al.* (2001) đã lần đầu tiên đưa ra phương pháp sử dụng tốc độ hội tụ (Speed of Convergence – SC) để tính toán tiềm năng thương mại và mức trao đổi thương mại dự đoán hay mức thương mại tiềm năng sẽ được so sánh với mức thương mại thực tế bằng công thức bên dưới. Nếu tỷ lệ tăng trưởng của mức thương mại tiềm năng nhỏ hơn mức trao đổi thương mại thực tế thì kết quả tốc độ hội tụ (SC) sẽ là âm và chứng tỏ có sự hội tụ. Ngược lại, nếu tốc độ hội tụ (SC) dương chứng tỏ có sự phân kỳ.

$$\text{Tốc độ hội tụ SC} = \frac{\text{Tỷ lệ tăng trưởng bình quân của thương mại tiềm năng}}{\text{Tỷ lệ tăng trưởng bình quân của thương mại quốc tế}} \times 100 - 100 \quad (4)$$

Tuy nhiên, Binh *et al.* (2011) đã cho rằng tốc độ hội tụ âm chưa đủ để kết luận sự hội tụ mà còn phải xem xét đến chênh lệch giữa giá trị trao đổi thương mại tiềm năng và giá trị trao đổi thực. Cụ thể như sau:

$$\Delta T = \text{Lượng trao đổi thương mại tiềm năng} - \text{Lượng trao đổi thương mại thực tế} \quad (5)$$

Nếu SC và ΔT trái dấu, sẽ xảy ra sự hội tụ giữa mức thương mại tiềm năng và mức thương mại thực tế. Nếu SC và ΔT cùng dấu, sẽ có kết quả là sự phân kì. Những quốc gia có kết quả là hội tụ chứng tỏ rằng Việt Nam chưa khai thác được hết tiềm năng thương mại hay nói cách khác là còn có cơ hội để mở rộng hoạt động thương mại song phương trong tương lai với những quốc gia này. Với những quốc gia có kết quả là phân kì, chứng tỏ tình trạng thương mại vượt mức hay do không có tiềm năng thương mại. Để ước lượng được SC và ΔT trong thương mại giữa Việt Nam và các nước đối tác, tác giả sử dụng kết quả từ mô hình hồi quy Hausman-Taylor để tính tỷ lệ tăng trưởng bình quân cũng như chênh lệch của thương mại tiềm năng và thương mại thực tế.

Kết quả tính tốc độ hội tụ thể hiện trong Bảng 3. Xét theo nhóm nước thì nhóm nước khu vực Đông Nam Á (nhóm III) đứng đầu về tiềm năng thương mại với Việt Nam khi có 3/5 nước (60%) có sự hội tụ thương mại với Việt Nam. Tiếp theo đến các nước thuộc khu vực Liên minh Châu Âu (nhóm II) với 13/22 nước (59,09%), Châu Phi (V) với 4/10 nước (40%) và cuối cùng là nhóm nước khu vực Tây Nam Á (IV) với 3/12 nước (25%). Riêng nhóm 3 nước có nền kinh tế phát triển nhất (I), Hoa Kỳ, Nhật Bản và Trung Quốc biểu thị tình trạng giao thương vượt mức với tỷ lệ tăng trưởng và sản lượng tiềm năng thấp hơn nhiều so với thực tế. Trong những quốc gia với trạng thái hội tụ, những đối tác tiềm năng nhất sẽ là những nước có độ lớn của SC lớn và độ lớn của ΔT nhỏ. Nói cách khác, chênh lệch tốc độ càng lớn và chênh lệch giá trị càng nhỏ sẽ nhanh chóng đưa mức thương mại thực tế về mức thương mại tiềm năng. Nếu coi ΔT như khoảng cách, và SC là tốc độ hội tụ thì phép chia $\Delta T/SC$ sẽ cho ta một trị số phản ánh thời gian hội tụ về mức thương mại tiềm năng. Những quốc gia có độ lớn của trị số thời gian càng nhỏ sẽ là những đối tác tiềm năng nhất của Việt Nam để phát triển thương mại song phương. Còn với những quốc gia nằm trong trạng thái phân kì, chúng ta cần tìm hiểu quốc gia đó đang bị tình trạng vượt mức thương mại hay không có tiềm năng thương mại. Điều này có thể nhận biết được khi xem xét hiệu ΔT . Nếu $\Delta T < 0$, kết quả sẽ là vượt mức thương mại và nếu $\Delta T > 0$, kết quả sẽ là không có tiềm năng thương mại. Bảng 4 bên dưới liệt kê ra 15 quốc gia có trị số thời gian nhỏ nhất nằm trong trạng thái hội tụ.

Dễ dàng nhận thấy rằng trong những nước có tiềm năng phát triển thương mại lớn nhất với Việt Nam có sự góp mặt của một nửa là các nước khu vực Tây Nam Á và Châu Phi (7/15 nước). Trong số những nước còn lại, có 8 nước thuộc nhóm Liên minh Châu Âu. Xu hướng thương mại với những nước lớn đã được dự đoán trong mô hình lực hấp dẫn cũng góp phần giải thích lý do tồn tại tiềm năng thương mại chưa được khai thác hết giữa Việt Nam với khu vực Tây Nam Á, Châu Phi và một số nước nhỏ ở châu Âu như: Estonia, Hi Lạp, Latvia. Đối với tình trạng vượt mức thương mại ở một số nước lớn, Hoa Kỳ là quốc gia tiêu biểu nhất. Lý do chủ yếu nằm ở sự đẩy mạnh đầu tư giữa Hoa Kỳ và Việt Nam trong giai đoạn này cùng với lượng kiều hối từ cộng đồng người Việt tại Hoa Kỳ đã góp phần thúc đẩy hoạt động thương mại song phương giữa hai quốc gia. Ngoài ra, sự tăng cường dòng vốn đầu tư trực tiếp FDI có thể giải thích cho sự trao đổi thương mại quá mức giữa Việt Nam với các quốc gia như: Thụy Điển, Ba Lan, Ý...

Bảng 3: Tiềm năng trao đổi thương mại của các quốc gia với Việt Nam

Quốc gia	Nhóm	SC	ΔT	Trạng thái	Quốc gia	Nhóm	SC	ΔT	Trạng thái
Hoa Kỳ	I	-44,98	18.217.690,06	- 0	Malaysia	III	-23,88	1.409.874,34	- 0
Nhật Bản	I	-5,13	18.973.008,31	- 0	Philippine	III	-2,69	6.487.646,18	1
Trung Quốc	I	-39,08	11.501.868,01	- 0	Singapore	III	101,46	5.789.113,32	1
Anh	II	18,72	22.438,19	0	Thái Lan	III	-24,20	1.020.716,53	0
Ba Lan	II	-19,74	-226.539,15	0	Ả Rập Saudi	IV	-11,67	-603.595,89	0
Bỉ	II	39,23	-80.201,09	1	Bangladesh	IV	-7,74	-314.073,96	0
Bồ Đào Nha	II	7,45	212.067,03	0	Iran	IV	201,36	273.775,44	0
Bulgaria	II	188,41	50.853,89	0	Iraq	IV	-	285.541,51	1
CH Séc	II	82,01	-81.735,65	1	Israel	IV	-38,67	196.146,36	1
CH Slovakia	II	60,33	310.287,21	0	Jordan	IV	38,26	53.955,58	0
Đan Mạch	II	-22,68	43.844,67	0	Kuwait	IV	-26,75	-191.166,70	0
Đức	II	14,71	-1.362.011,73	1	Lebanon	IV	-15,64	21.012,28	1
Estonia	II	44,05	-24.281,98	1	Malta	IV	519,29	55.463,59	0
Hà Lan	II	15,00	-930.993,21	1	Syria	IV	24,09	146.245,01	0
Hi Lạp	II	-32,86	62.594,32	1	Thổ Nhĩ Kỳ	IV	-34,27	-412.334,17	0
Hungary	II	-52,75	344.806,83	1	UAE	IV	-51,44	-908.660,82	0
Ireland	II	12,07	-642.668,03	1	Ai Cập	V	-36,81	188.490,08	1
Latvia	II	-23,10	160.399,16	1	Angola	V	80,03	120.297,70	0
Luxembourg	II	-1,50	-584.386,98	0	Ghana	V	-35,56	-3.320,84	0
Phần Lan	II	15,27	-1.117.690,80	1	Kenya	V	-11,75	104.444,08	1
Pháp	II	0,20	-3.600.024,77	1	Morocco	V	-29,49	100.143,62	1
Slovenia	II	5,44	-149.439,64	1	Mozambique	V	-25,64	-18.823,75	0
Tây Ban Nha	II	55,60	-142.550,88	1	Nam Phi	V	-66,62	1.723.925,99	0
Thụy Điển	II	-4,94	-654.758,73	0	Nigeria	V	35,24	465.702,85	0
Ý	II	-16,21	-509.976,04	0	Senegal	V	4,30	-146.154,52	1
Indonesia	III	-26,06	2.682.786,76	1	Tanzania	V	0,20	27.201,23	0

Nguồn: Tính toán của tác giả

Chú thích: 1- Hội tụ; 0- Phân kỳ

Bảng 4: Các nước có trị số thời gian nhỏ nhất

STT	Quốc gia	Nhóm	Trị số
1	Estonia	II	551,24
2	Iraq	IV	1.291,93
3	Lebanon	IV	1.343,50
4	Hi Lạp	II	1.904,88
5	Bỉ	II	2.044,38
6	Tây Ban Nha	II	2.563,86
7	Morocco	V	3.395,85
8	Israel	IV	5.072,31
9	Ai Cập	V	5.120,62
10	Hungary	II	6.536,62
11	Latvia	II	6.943,69
12	Kenya	V	8.888,86
13	Slovenia	II	27.470,5
14	Senegal	V	33.989,42
15	Ireland	II	53.245,07

Nguồn: Tính toán của tác giả

6. KẾT LUẬN

Kết quả của bài nghiên cứu đã xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại song phương giữa Việt Nam và các nước đối tác trên thế giới, đồng thời đánh giá tiềm năng tăng trưởng thương mại giữa Việt Nam và các nước này. Mô hình lực hấp dẫn đã được ước lượng với dữ liệu bảng từ 52 quốc gia trong khoảng thời gian từ năm 2001 đến 2011. Thứ nhất, tăng trưởng trong quy mô nền kinh tế của Việt Nam và nước đối tác có ảnh hưởng tích cực đến giá trị thương mại song phương trong đó quy mô nền kinh tế nước đối tác có ảnh hưởng lớn hơn. Thứ hai, khoảng cách văn hóa trong trường hợp Việt Nam có ảnh hưởng tích cực đến thương mại song phương. Thứ ba, nghiên cứu cũng khẳng định được thực tiễn rằng Việt Nam có xu hướng thương mại với các nước có nền kinh tế tương đồng thông qua ảnh hưởng tiêu cực của yếu tố khoảng cách kinh tế. Thứ tư, mức độ cải tiến công nghệ của Việt Nam cũng được chứng minh là có ảnh hưởng tích cực đến thương mại song phương, trong khi đó mức độ cải tiến công nghệ nước đối tác là không có ảnh hưởng. Thứ năm, nghiên cứu còn cho thấy nhân tố độ mở cửa nền kinh tế của nước đối tác có mối quan hệ thuận chiều với thương mại song phương của Việt Nam. Và cuối cùng, các yếu tố kiểm soát trong mô hình: dân số Việt Nam và nước đối tác, tỷ giá hối đoái, đường biên giới chung đều được tìm thấy là có quan hệ thuận chiều với thương mại song phương của Việt Nam.

Qua kết quả từ phương pháp đo lường tốc độ hội tụ, nghiên cứu này xác định được những quốc gia có tiềm năng tăng trưởng về thương mại với Việt Nam, đặc biệt tập trung chủ yếu ở hai khu vực Châu Phi và Tây Nam Á. Hơn nữa, phương pháp này cũng góp phần giải thích sự trao đổi vượt mức thương mại giữa Việt Nam và một số quốc gia như Hoa Kỳ, Thụy Điển, Ý,...

Hàm ý của nghiên cứu này là để đẩy mạnh thương mại song phương và thành công ở thị trường nước ngoài, Việt Nam cần tăng cường nâng cấp cơ sở hạ tầng vận tải, đường không, đường biển và cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc không chỉ để rút ngắn khoảng cách giữa các quốc gia mà còn thúc đẩy việc trao đổi thương mại giữa các nước. Đặc biệt, tăng cường hơn nữa thương mại với các thị trường truyền thống và mở rộng sang các thị trường mới như Châu Phi và Tây Nam Á. Bên cạnh đó, cần khuyến khích

nghiên cứu về văn hóa của các nước để giảm rủi ro và chi phí. Cuối cùng, Việt Nam cần có các biện pháp khuyến khích hoạt động nghiên cứu khoa học để triển khai những kết quả nghiên cứu có tính ứng dụng cao, cải cách thể chế để các viện nghiên cứu, trường đại học trở thành lực lượng hỗ trợ mạnh mẽ cho các doanh nghiệp.

Cuối cùng, bài nghiên cứu vẫn không thể tránh khỏi những hạn chế. Thứ nhất, sự thay đổi các chính sách thương mại hay việc Việt Nam gia nhập WTO vẫn chưa được giới thiệu trong các biến giải thích. Thứ hai, thời gian nghiên cứu vẫn chưa đủ dài (giai đoạn 2001 – 2011) và số lượng các quốc gia quan sát cũng chưa đủ lớn khi so sánh với các nghiên cứu trên thế giới do khó khăn về mặt số liệu khi tác giả thu thập. Thứ ba, khả năng mở rộng thêm mô hình nghiên cứu bằng cách bổ sung thêm các biến có tiềm năng ảnh hưởng đến thương mại song phương của Việt Nam như: cơ sở hạ tầng, thị hiếu người tiêu dùng, số lượng các doanh nghiệp. Như vậy, những nghiên cứu kế tiếp có thể tăng thời gian nghiên cứu và số lượng quốc gia quan sát, đồng thời đưa những biến khác vào mô hình nghiên cứu để rút ra những nhân tố giải thích tốt hơn thương mại song phương giữa Việt Nam và các nước trên thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bac Xuan Nguyen, 2010. The Determinants of Vietnamese Export Flows: Static and Dynamic Panel Gravity Approaches. *International Journal of Economics and Finance*, Vol.2, No.4: 122-129.
2. Baier, S.L., & Bergstrand, J.H., 2007. Do free trade agreements actually increase members international trade? *Journal of International Economic*, 71(1): 72-95.
3. Bergstrand, J. H., 1985. The gravity equation in international trade: some microeconomics foundations and empirical evidence. *The Review of Economics and Statistics*, Vol.67, No.3: 474-481.
4. Bhagwati, J., 1988. *Protectionism*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts: xiii+147.
5. Boyacigiller, N., 1990. The role of expatriates in the management of interdependence, complexity and risk in multinational corporation. *Journal of International Business Studies*, 21: 357-381.
6. Carrere, C., 2006. Revisiting the effects of regional trade agreements on trade flows with proper specification of the gravity model. *European Economic Review*, Elsevier, vol. 50, No.2: 223-247.
7. Carlson, S., 1974. International transmission of information and the business firm. *Annals of American Academy of Political and Social Science*, 412(March): 55-63.
8. Chen, N., 2004. Intra-national versus international trade in the European Union: Why do national borders matter? *Journal of International Economics*, 63(1): 93-118.
9. Dell’Ariccia, G., 1999. Exchange rate fluctuations and trade flows: Evidence from the European Union. *IMF Staff Papers*, Vol.46, No.3: 315-334.
10. Dilanchiev, 2012. Empirical Analysis of Georgian Trade Pattern: Gravity Model. *Journal of Social Sciences*: 75-78.
11. Dinh Thi Thanh Binh, Nguyen Viet Duong and Hoang Manh Cuong, 2011. Applying Gravity Model to Analyze Trade Activities of Vietnam.
12. Eita, J. H., 2008. Determinants of Namibian exports: a gravity model approach. University of Namibian.
13. Fagerberg, J., 1997. Competitiveness, scale and R&D. En: Fagerberg, J., Hansson, P., Lundberg, L. y Melchior, A., eds., *Technology and International Trade*. Cheltenham, UK, Edward Elgar: 38-55.
14. Frankel, J., và Rose, A., 2000. An estimate of the effects of currency unions on growth. Unpublished working paper.
15. Frankel, J., 1997. *Regional Trading Blocs in the World Economic System*. Washington DC: Institute for International Economics.
16. Fujimura, M. and Edmonds, 2006. Impact of Cross-border Transport Infrastructure on Trade and Investment in GMS. Discussion Paper No.48. Asian Development Bank.
17. Ghemawat, P., 2001. Distance still matters: The hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*, 79(8): 137-40, 142-7, 162.

18. Hatab, Abu, Romstad and Huo, 2010. Determinants of Egyptian Agricultural Exports: A Gravity Model Approach, *Modern Economy* 1: 134-143.
19. Hausman, J. A., and Taylor, W. E., 1981. Panel data and unobservable individual effects. *Econometrica*, Vol.49, No.6, paper 1377-1398.
20. Helpman, E., 1981. International Trade in the Presence of Product Differentiation, Economies of Scale and Monopolistic Competition: A Chamberlin Heckscherlin-Ohlin Approach, *Journal of International Economics*, Vol. 11: 305-340.
21. Hofstede, G., 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related values*, Beverly Hills, CA: Sage Publications.
22. Jakabs, Z. M., et al., 2001. How far has trade integration advanced?: An analysis of the actual and potential trade of three Central and Eastern European Countries. *Journal of Comparative Economics*, Vol.29: 276-292.
23. Kogut, B., và Singh, H., 1988. The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19: 411-432.
24. Linder, S.B., 1961. *An Essay on Trade and Transformation*, Almqvist & Wiksell Boktr Uppsala, Stockholm.
25. Loungani, P., Mody, A., and Razin, A., 2002. The Global Disconnect: The Role of Transactional Distance and Scale Economies in Gravity Equations, *Scottish Journal of Political Economy* 49(5), 526-543.
26. Martínez-Zarzoso, I., and Nowak-Lehmann, D. F., 2003. Mercosur-European Union trade: How important is EU trade liberalisation for Mercosur's exports? Center for European, Governance and Economic Development Research Discussion Papers 30. Göttingen: University of Göttingen, Department of Economics.
27. McCallum, J., 1995. National borders matter: Canada-U.S. regional trade patterns. *The American Economic Review*, 85(3): 615-623.
28. McPherson, M. Q., and Trumbull, W. N., 2008. Rescuing observed fixed effects: Using the Hausman-Taylor Method for out-of-sample trade projections. *The International Trade Journal*, Vol.22, No.3, page 315-340.
29. Rahman, M. M., 2009. Australia's global trade potential: evidence from the gravity model analysis. 2009 Oxford Business & Economics Conference Program. Oxford, 24-26 June 2009.
30. Thai Do Tri, 2006. A gravity model for trade between Vietnam and twenty-three European countries. PhD thesis. Dalarna University.
31. Tinbergen, J., 1962. *Shaping the World Economy*. New York: The 20th Century Fund.
32. Wakelin, K., 1998. The role of innovation in bilateral OECD trade performance. *Applied Economics*, 30 (10): 1335-1346.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐÒN BẨY TÀI CHÍNH VÀ KINH DOANH ĐA NGÀNH ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC HỢP TÁC XÃ NÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM

Đoàn Vinh Thăng

Khoa Kinh tế - QTKD - Trường Đại học An Giang

Email: dvthang@agu.edu.vn

TÓM TẮT

Nghiên cứu này đánh giá ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh của các HTX Nông nghiệp (Khu vực I) tại Việt Nam. Dựa trên dữ liệu thu thập từ 3.584 HTX thuộc Khu vực I, kết quả ước lượng bằng mô hình hồi quy chỉ ra rằng, mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả kinh doanh, đại diện bởi hệ số ROA. Tuy nhiên, khi tỉ lệ vốn vay trên tổng tài sản cao hơn mức 42,5% thì sự gia tăng đòn bẩy tài chính sẽ làm giảm hệ số ROA. Ngoài ra, kết quả còn cho thấy các HTX kinh doanh đa ngành sẽ có hiệu quả cao hơn so với các HTX không đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh.

Từ Khóa: Đòn bẩy tài chính, kinh doanh đa ngành, hiệu quả kinh doanh, hợp tác xã

THE IMPACT OF FINANCIAL LEVERAGE AND DIVERSIFICATION ON THE PERFORMANCE OF VIETNAMESE AGRICULTURAL COOPERATIVES

ABSTRACT

This paper evaluates the impact of financial leverage and diversification on the performance of Vietnamese Agricultural Cooperatives. Relying on the dataset of 3,584 Vietnamese Cooperatives in this field, the estimated regression model indicates that, financial leverage level has a positive and significant impact on Cooperatives performance, proxied by ROA ratio. However, when the debt to total asset ratio is higher than the threshold of 42,5%, ROA ratio will be reduced. Moreover, the result also shows that the Cooperatives diversified have greater performance than those of Cooperatives do not diversify.

Keywords: Financial leverage, diversification, performance, cooperative

1. GIỚI THIỆU

Luật Hợp tác xã (2012) có hiệu lực thi hành từ ngày 01/07/2013, thay thế cho luật HTX (2003), cho thấy sự quan tâm của nhà nước cũng như đòi hỏi của nền kinh tế thị trường trong việc cải cách loại hình kinh tế hợp tác này. Những đổi mới trong các ngành kinh tế đã thúc đẩy sự hình thành và phát triển của các Hợp tác xã (HTX) kiểu mới để thay thế cho các mô hình HTX kiểu cũ hoạt động kém hiệu quả (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Theo báo cáo của Liên minh HTX Việt Nam, trong tổng số 18.196 HTX thuộc Liên minh, tính đến 30/06/2015, Khu vực I (nông-lâm-ngư nghiệp) có 10.171 HTX, chiếm khoảng 55.9%.

Bên cạnh những HTX thành công, mang lại lợi ích cho xã viên và các lợi ích xã hội khác, có không ít HTX hoạt động kém hiệu quả (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Hiệu quả hoạt động kinh doanh của HTX phụ thuộc vào kế hoạch và phương án sản xuất kinh doanh của HTX (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Do đó, khi xây dựng kế hoạch và phương án sản xuất kinh doanh, nhà quản lý cần phải xem xét nhiều yếu tố, trong đó, quyết định về mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính và việc đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh là một trong những quyết định quan trọng có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và HTX nói riêng.

Quyết định về mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính (tỉ lệ nợ trên tổng tài sản), cũng như quyết định về việc doanh nghiệp nên kinh doanh đa ngành hay đơn ngành là hai vấn đề còn đang tranh luận trong giới học thuật cũng như những người thực hành quản lý. Bởi vì, mỗi lựa chọn đều có những ưu điểm cũng như nhược điểm của nó. Ngoài ra, hầu hết các nghiên cứu về quyết định mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính và về việc đa dạng hóa chủ yếu tập trung vào loại hình doanh nghiệp là công ty cổ phần đã niêm yết hoặc những doanh nghiệp thuộc các ngành ở khu vực công nghiệp xây dựng và khu vực

thương mại dịch vụ (Tran & Zaninotto, 2010). Trong khi đó, chưa có nghiên cứu nào xem xét vai trò của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh của các HTX nông nghiệp. Do vậy, nghiên cứu này được thực hiện để bổ sung cho khoảng trống tri thức này. Đồng thời, giúp các nhà quản lý HTX có cơ sở khoa học để đưa ra quyết định về mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính hay kinh doanh đa ngành, từ đó, gia tăng hiệu quả hoạt động của các HTX trong lĩnh vực nông-lâm-ngư nghiệp tại Việt Nam.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Vai trò của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh (hay hiệu quả hoạt động) của các doanh nghiệp nói chung, và các HTX nói riêng, là vấn đề còn đang được tranh luận trong giới nghiên cứu cũng như những người làm công tác quản lý điều hành doanh nghiệp. Kết luận của hầu hết các nghiên cứu trước đây về vai trò của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả hoạt động của tổ chức đều dựa trên mẫu quan sát là các công ty cổ phần đã niêm yết, các ngân hàng thương mại hoặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Theo hiểu biết của tác giả, chưa có nghiên cứu nào về vấn đề này tại Việt Nam dựa trên mẫu quan sát là các HTX thuộc khu vực I. Do đó, phần lược khảo tài liệu này dựa trên kết quả từ các cuộc nghiên cứu trước đây để đưa ra các giả thuyết cho nghiên cứu này.

Vai trò của đòn bẩy tài chính đối với hiệu quả kinh doanh

Để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp có thể dựa vào hai nguồn tài chính chủ yếu là vốn nội bộ và vốn bên ngoài, trong đó, vốn bên ngoài bao gồm vốn vay và vốn huy động từ những cổ đông mới (Myers & Majluf, 1984). Theo lý thuyết trật tự phân hạng (Pecking Order Theory), Myers & Majluf (1984) tranh luận rằng doanh nghiệp thường ưu tiên lựa chọn vốn nội bộ hơn là vốn bên ngoài. Nếu buộc phải sử dụng vốn bên ngoài, doanh nghiệp sẽ ưu tiên sử dụng vốn vay hơn là vốn huy động từ những cổ đông mới (Myers & Majluf, 1984). Nguyên nhân của điều này, Myers & Majluf (1984) giải thích rằng, vốn vay là một biện pháp nhằm ngăn chặn sự pha loãng cổ phần, từ đó giúp nhà quản lý củng cố và duy trì sự kiểm soát đối với doanh nghiệp và chống lại hoạt động đầu tư kém hiệu quả của doanh nghiệp. Tuy nhiên, HTX là một loại hình doanh nghiệp đặc thù, và do đó, HTX thường ưu tiên trong việc huy động vốn bên ngoài từ những người góp vốn (xã viên) mới hơn là tìm nguồn tài trợ từ vốn vay trong trường hợp vốn nội bộ đã được sử dụng hết (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Nguyên nhân của sự khác biệt này là vì, mỗi xã viên, dù tỉ lệ sở hữu cao hay thấp, thì quyền bỏ phiếu là ngang nhau³. Do vậy, nhà quản lý không thể và không có động cơ sử dụng vốn vay để đảm bảo quyền kiểm soát (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Tuy nhiên, vì là một loại hình doanh nghiệp đặc thù, HTX không thể dễ dàng huy động thêm vốn bên ngoài từ những người góp vốn (xã viên) mới (Socencoop & The Asia Foundation, 2012). Do đó, vốn vay là một nguồn tài trợ không thể thiếu đối với HTX nói riêng và doanh nghiệp nói chung.

Tuy nhiên, mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính (vốn vay) như thế nào là hợp lý nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động của tổ chức cũng như tránh được rủi ro tài chính. Xét ở góc độ lý thuyết, Modigliani & Miller (1963) chỉ ra rằng lợi ích của vốn vay là lá chắn thuế, và do đó, sử dụng càng nhiều vốn vay sẽ có lợi cho hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Jensen (1986) cũng công nhận vai trò của vốn vay. Tuy nhiên, mức sử dụng vốn vay quá nhiều sẽ ảnh hưởng tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp do phí sử dụng vốn vay vượt quá lợi ích của vốn vay (Jensen, 1986).

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đưa ra những kết luận trái chiều. Nghiên cứu của Đoàn Ngọc Phúc (2014), dựa trên mẫu quan sát gồm 217 công ty tại Việt Nam trong giai đoạn 2007 – 2012 đã kết luận rằng, mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, đại diện bởi hệ số ROA, có mối quan hệ ngược chiều. Alawwad (2013) cũng đưa ra kết luận tương tự khi xem xét mối quan hệ giữa đòn bẩy tài chính và hệ số ROA của 67 doanh nghiệp tại Saudi Arabia trong giai đoạn 2008 – 2012. Gill et al., (2011, dẫn theo Đoàn Ngọc Phúc, 2014) lại chỉ ra mối quan hệ thuận chiều giữa mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính và hiệu quả kinh doanh của 272 công ty thuộc lĩnh vực sản xuất

³ Đối với loại hình công ty cổ phần, phiếu bầu của cổ đông có giá trị tương đương với tỉ lệ góp vốn. Theo Luật HTX 2012, Khoản 3, Điều 34: Mỗi thành viên, HTX thành viên hoặc đại biểu thành viên tham dự đại hội thành viên có một phiếu biểu quyết. Phiếu biểu quyết có giá trị ngang nhau, không phụ thuộc vào số vốn góp hay chức vụ của thành viên, HTX thành viên hoặc đại biểu thành viên.

tại New York. Trong khi đó, Margaritis & Psillaki (2010) khi xem xét các công ty thuộc lĩnh vực sản xuất tại Pháp lại cho thấy rằng, đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp sử dụng quá nhiều vốn vay trong cơ cấu nguồn vốn sẽ ảnh hưởng không tốt lên hiệu quả kinh doanh (Margaritis & Psillaki, 2010).

Từ góc độ lý thuyết cũng như những nghiên cứu thực nghiệm, ta thấy rằng đòn bẩy tài chính có cả ảnh hưởng tích cực lẫn tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh công ty, tùy vào mức độ đòn bẩy tài chính mà nhà quản lý doanh nghiệp sử dụng (Jensen, 1986, Margaritis & Psillaki, 2010). Do vậy, giả thuyết H1 được đề xuất như sau:

H1: Đòn bẩy tài chính sẽ có tác động tích cực lên hiệu quả kinh doanh của các HTX tại Việt Nam. Tuy nhiên, khi mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính vượt qua mức tối ưu, bất kỳ sự gia tăng thêm vốn vay trên mức tối ưu đó sẽ làm giảm hiệu quả kinh doanh của HTX.

Vai trò của kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh

Đa dạng hóa của doanh nghiệp đề cập đến việc đa dạng sản phẩm (Tran & Zaninotto, 2010), đa dạng thị trường hoặc đa dạng ngành kinh doanh (Lang & Stulz, 1993). Trong phạm vi của nghiên cứu này, tác giả chỉ xem xét vai trò của đa dạng hóa ngành kinh doanh (hay kinh doanh đa ngành) đối với hiệu quả kinh doanh của HTX, trong đó, mức độ đa dạng hóa ngành kinh doanh được tính bằng cách đếm số ngành kinh doanh mà HTX tham gia (Lang & Stulz, 1993). Kinh doanh đa ngành là việc HTX tham gia vào nhiều ngành kinh doanh, có thể bao gồm các ngành có liên quan đến ngành kinh doanh chính của HTX, cũng có thể mở rộng sang các ngành khác không có liên quan đến ngành kinh doanh chính.

Armoult (1969, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010) cho rằng khi gia nhập một thị trường mới, doanh nghiệp hiện tại sẽ không có bất kỳ lợi thế đặc biệt nào, và do đó, chiến lược đa dạng hóa của doanh nghiệp không có ảnh hưởng đáng kể nào lên hiệu quả kinh doanh. Xét ở góc độ lý thuyết, Myers & Majluf (1984) tranh luận rằng, các doanh nghiệp kinh doanh đa ngành có thể khai thác lợi thế về thông tin, từ đó giúp phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả hơn và tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn. Nghiên cứu thực nghiệm được thực hiện bởi Datta et al. (1991, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010) đã chỉ ra rằng đa dạng hóa ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả kinh doanh. Montgomery (1994, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010) biện luận rằng, các doanh nghiệp kinh doanh đa ngành có cơ hội củng cố sức mạnh thị trường và tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn. Ngoài ra, đa dạng hóa được cho là sẽ giúp cho doanh nghiệp chịu tổn thương nhỏ hơn trước các cú sốc, tăng khả năng sống sót (Rand et al., 2014). Do đó, giả thuyết H2 được đề xuất như sau:

H2: HTX kinh doanh đa ngành sẽ tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn so với các HTX kinh doanh đơn ngành.

Ngoài ra, Jensen (1986) tranh luận rằng, nhà quản lý của doanh nghiệp có xu hướng sử dụng dòng tiền tự do của doanh nghiệp để theo đuổi chiến lược đa dạng hóa quá mức và gây ra vấn đề đại diện và làm tăng chi phí đại diện. Nghiên cứu thực nghiệm của Tran & Zaninotto (2010), dựa trên dữ liệu gồm 1.118 công ty tại Bình Dương trong giai đoạn 2003 - 2006, cũng kết luận rằng mức độ đa dạng hóa và hiệu quả hoạt động kinh doanh có mối quan hệ thuận chiều. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp đa dạng hóa quá mức so với lĩnh vực kinh doanh cốt lõi thì việc đa dạng hóa sẽ tác động tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh đó, Wit & Meyer (2005, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010) biện luận rằng, các doanh nghiệp đa dạng hóa quá mức sẽ ảnh hưởng tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh vì chi phí quản trị cao, ra quyết định chậm hơn và sự không phù hợp của chiến lược. Vì vậy, giả thuyết H3 được đề xuất như sau:

H3: Khi mức độ đa dạng hóa (số ngành kinh doanh) của HTX vượt qua mức tối ưu sẽ tác động tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh.

3. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Dữ liệu

Dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu này là một mẫu quan sát bao gồm 3.584 HTX thuộc Khu vực I, được trích từ bộ dữ liệu Khảo sát doanh nghiệp Việt Nam do Tổng cục Thống kê thực hiện năm 2010.

Các thông tin về số ngành kinh doanh mà HTX tham gia, tình hình tài chính và kết quả kinh doanh của HTX, được tính cho năm tài chính 2009. Bên cạnh đó, thông tin về số năm hoạt động của HTX được tính từ khi HTX thành lập cho đến hết năm 2009 (xem chi tiết tại bảng 1).

Bảng 1: Mô tả mẫu nghiên cứu

Chỉ tiêu	Ký hiệu biến trong mô hình hồi quy	Quy mô ^a		Khác biệt	Tổng
		(<1 tỉ VNĐ)	(≥1 tỉ VNĐ)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5) = (4)-(3)	(6)
Số quan sát		1.661	1.923		3.584
Số HTX kinh doanh đa ngành	<i>Dummy1</i>	185	480		665
Số ngành kinh doanh (ngành)	<i>Diverse</i>	1,12	1,35	0,23***	1,24
Số năm hoạt động của HTX (năm)	<i>Age</i>	11,96	12,91	0,96***	12,47
Tình hình tài chính					
Tổng tài sản (triệu đồng)	<i>LogAsset</i>	515,15	2.486,12	1.970,98***	1.572,68
Tổng nợ (triệu đồng)		102,07	395,87	293,80***	259,71
Vốn chủ sở hữu (triệu đồng)		413,08	2.090,52	1.677,18***	1.312,97
Tỉ lệ nợ/tổng tài sản (%)	<i>Leverage</i>	21,45	15,66	-5,79***	18,34
Tiền và tương đương tiền/tổng tài sản (%)	<i>Liquid</i>	20,58	16,10	-4,49***	18,18
Lợi nhuận trước thuế và lãi vay/tổng doanh thu (%)	<i>Profit</i>	9,79	9,01	-0,78	9,37
ROA (%)	<i>ROA</i>	7,38	3,61	-3,77***	5,36
Kết quả kinh doanh					
Doanh thu (triệu đồng)		488,59	1.267,07	778,48***	906,28
Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng)		33,32	94,20	60,88***	65,98
Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)		32,56	89,94	57,38***	63,35

Ghi chú: a: (1 tỉ VNĐ) là giá trị trung vị. *** là mức ý nghĩa 1%.

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu bao gồm 3.584 HTX Nông nghiệp tại Việt Nam

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Mô hình hồi quy theo phương pháp bình phương bé nhất (OLS) được sử dụng để đánh giá ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh của các HTX thuộc Khu vực I tại Việt Nam. Các mô hình hồi quy được xây dựng như sau:

$$Y_i = b_0 + b_1 * \text{Dummy}1_i + b_2 * \text{Leverage}_i + b_3 * \text{Leverage}_i^2 + b_4 * \text{Liquid}_i + b_5 * \text{Profit}_i + b_6 * \text{LogAsset}_i + b_7 * \text{Age}_i + u_i \quad (1)$$

$$Y_i = b_0 + b_1 * \text{Dummy}2_i + b_2 * \text{Dummy}3_i + b_3 * \text{Dummy}4_i + b_4 * \text{Leverage}_i + b_5 * \text{Leverage}_i^2 + b_6 * \text{Liquid}_i + b_7 * \text{Profit}_i + b_8 * \text{LogAsset}_i + b_9 * \text{Age}_i + u_i \quad (2)$$

$$Y_i = b_0 + b_1 * \text{Diverse}_i + b_2 * \text{Diverse}_i^2 + b_3 * \text{Leverage}_i + b_4 * \text{Leverage}_i^2 + b_5 * \text{Liquid}_i + b_6 * \text{Profit}_i + b_7 * \text{LogAsset}_i + b_8 * \text{Age}_i + u_i \quad (3)$$

Trong đó:

Biến phụ thuộc – Y_i – là hiệu quả kinh doanh hay hiệu quả hoạt động của HTX i , được đại diện bởi hệ số ROA. Ta tính hệ số ROA bằng cách lấy lợi nhuận sau thuế chia cho tổng tài sản của HTX (Alawwad, 2013, Đoàn Ngọc Phúc, 2014).

Tất cả các mô hình (1), (2) và (3) được dùng để đánh giá ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính (biến Leverage và Leverage²) lên hiệu quả kinh doanh của các HTX tại Việt Nam (giả thuyết H1). Đòn bẩy tài chính (Leverage) là tỉ số nợ trên tổng tài sản (Alawwad, 2013, Đoàn Ngọc Phúc, 2014) và Leverage² là bình phương của hệ số đòn bẩy tài chính (Margaritis & Psillaki, 2010).

Mô hình (1) cũng được dùng để kiểm định giả thuyết H2, trong đó, biến giả Dummy1 nhận giá trị 1 nếu HTX kinh doanh đa ngành và nhận giá trị 0 nếu HTX kinh doanh đơn ngành (Lang & Stulz, 1993).

Mô hình (2) dùng để kiểm tra tính vững (robustness check) của mô hình (1), trong đó, các biến Dummy2, Dummy3 và Dummy4 là các biến giả. Các biến này nhận giá trị 1 nếu HTX kinh doanh 2 ngành, 3 ngành và 4 ngành, và nhận giá trị 0 đối với trường hợp khác. Nhóm tham chiếu là các HTX kinh doanh đơn ngành (Lang & Stulz, 1993).

Mô hình (3) được dùng để kiểm định giả thuyết H3, trong đó, biến Diverse được tính bằng cách đếm số ngành nghề mà HTX kinh doanh và biến Diverse² là bình phương số ngành kinh doanh của HTX (Lang & Stulz, 1993).

Ngoài ra, để tăng tính giải thích cho mô hình, các biến kiểm soát sau được sử dụng: Cấu trúc tài sản thanh khoản (Liquid), là hệ số giữa tiền, tương đương tiền và tổng tài sản; Khả năng sinh lợi (Profit), được tính bằng cách lấy lợi nhuận trước thuế và lãi vay chia cho tổng doanh thu (Margaritis & Psillaki, 2010); Quy mô của HTX (LogAsset) được tính bằng cách lấy logarithm của tổng tài sản (Lang & Stulz, 1993, Tran & Zaninotto, 2010); Số năm hoạt động của HTX (Age) chính là thời gian từ khi HTX thành lập cho đến hết năm 2009 (Tran & Zaninotto, 2010).

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Bảng 1 thể hiện một số thông tin tổng quát về mẫu nghiên cứu. Trong tổng số 3.584 HTX thuộc Khu vực I tại Việt Nam, tính đến hết năm tài chính 2009, số HTX kinh doanh đơn ngành là 2.919 HTX, chiếm khoảng 81,45%. Trong khi đó, chỉ có 665 HTX kinh doanh từ 2 ngành trở lên, chiếm khoảng 18,55%⁴. Điều này chỉ ra rằng, các HTX tại Việt Nam có mức độ đa dạng ngành kinh doanh khá thấp và hầu hết là kinh doanh đơn ngành. Kết quả này khá tương đồng với báo cáo khảo sát của Rand et al. (2014) về mức độ đa dạng hóa của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam trong năm 2009, trong đó, chỉ khoảng 15% doanh nghiệp có đa dạng hóa, tức là, số doanh nghiệp chuyên môn hóa (không đa dạng hóa) chiếm phần lớn trong tổng số các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam được khảo sát.

Kết quả thống kê cũng cho thấy các HTX được khảo sát có thời gian hoạt động trung bình khoảng 12 năm với quy mô tài sản trung bình là hơn 1,5 tỉ đồng. Quy mô tài sản của HTX thuộc khu vực I gần tương đương với quy mô trung bình của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam năm 2009 với giá trị tài sản trung bình là 1,7 tỉ đồng (Rand et al., 2014). Bên cạnh đó, dữ liệu khảo sát 3.584 HTX cho thấy, doanh thu và lợi nhuận trước thuế trung bình của các HTX lần lượt là 906,28 triệu đồng và 63,35 triệu đồng. Điều này cho thấy các HTX thuộc khu vực I tại Việt Nam có quy mô khá nhỏ ở cả quy mô tài sản, doanh thu và lợi nhuận.

Về mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính, kết quả thống kê chỉ ra rằng, tỉ trọng trung bình của nợ vay trong cơ cấu nguồn vốn của các HTX thuộc khu vực I là 18,34%. Đây là một tỉ lệ khá thấp. Như đã lý

⁴ Trong 665 HTX kinh doanh đa ngành (từ 2 ngành trở lên), số HTX kinh doanh 2 ngành là 527, số HTX kinh doanh 3 ngành là 88 và số HTX kinh doanh 4 ngành là 50. Không có HTX nào tham gia nhiều hơn 4 ngành.

giải ở trên, vì HTX là một loại hình doanh nghiệp đặc thù, nên có xu hướng ưu tiên sử dụng lợi nhuận giữ lại hoặc huy động vốn từ xã viên mới hơn là sử dụng nợ vay. Trong khi đó, Rand et al. (2014) lý giải rằng, tỉ lệ nợ thấp là do hạn chế trong việc tiếp cận tín dụng chính thức vì quy trình vay vốn ngân hàng khó khăn hoặc thiếu tài sản thế chấp.

Bảng 2 trình bày ma trận tương quan giữa các biến giải thích. Kết quả thống kê chỉ ra rằng hệ số tương quan cặp giữa các biến giải thích đều nhỏ hơn 0,8. Bảng 2 cũng cho thấy rằng mô hình hồi quy không có hiện tượng đa cộng tuyến do hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến độc lập đều nhỏ hơn 10.

Bảng 2: Ma trận tương quan

	ROA	Dummy 1	Leverag e	Liquid	Profit	LogAsse t	Age	VIF
ROA	1,000							
Dummy1	-0,002	1,000						1,050
Leverage	0,061	-0,068	1,000					1,070
Liquid	0,209	-0,033	0,153	1,000				1,040
Profit	0,352	0,012	-0,022	0,054	1,000			1,000
LogAsset	-0,267	0,218	-0,197	-0,129	-0,005	1,000		1,100
Age	-0,105	0,087	-0,114	-0,064	-0,019	0,109	1,000	1,030

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu bao gồm 3.584 HTX Nông nghiệp tại Việt Nam

Trước khi phân tích hồi quy về ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đến hiệu quả kinh doanh của HTX, kiểm định Breusch-Pagan được thực hiện để kiểm tra sự đồng nhất của phương sai sai số. Kết quả cho thấy các mô hình đều bị vi phạm giả định về phương sai sai số không đổi (không được trình bày ở đây, có thể yêu cầu cung cấp từ tác giả). Do đó, mô hình hồi quy với sai số chuẩn điều chỉnh của White được sử dụng để đảm bảo giả định sự đồng nhất của phương sai sai số.

Bảng 3 trình bày chi tiết về ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đến hiệu quả kinh doanh của HTX thuộc khu vực I tại Việt Nam. Trong đó, mô hình (1), (2) và (3) để kiểm định giả thuyết H1. Ngoài ra, mô hình (1) và mô hình (2) còn được dùng để kiểm tra giả thuyết H2 trong khi mô hình (3) để kiểm định giả thuyết H3.

Về ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính lên hiệu quả kinh doanh của các HTX tại Việt Nam, kết quả ước lượng chỉ ra rằng, đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả kinh doanh của HTX. Tuy nhiên, khi mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính vượt qua mức tối ưu⁵, hệ số ROA sẽ giảm. Kết quả này nhất quán ở cả ba mô hình (1), (2) và (3) và được ủng hộ bởi phát hiện của Margaritis & Psillaki (2010) khi kết luận rằng đòn bẩy tài chính có cả ảnh hưởng tích cực và tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh theo hình dạng chữ U ngược. Kết luận này cho thấy việc HTX sử dụng vốn vay ở mức hợp lý sẽ ảnh hưởng đáng kể lên hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên, việc lạm dụng quá mức vốn vay sẽ ảnh hưởng tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh của HTX.

Về ảnh hưởng của việc kinh doanh đa ngành lên hiệu quả kinh doanh của HTX, mô hình (1) và mô hình (2) chỉ ra rằng, các HTX kinh doanh đa ngành sẽ tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn so với các HTX chỉ tham gia một ngành nghề duy nhất. Trong khi đó, nghiên cứu này không tìm được bằng chứng về sự đảo chiều của hệ số ROA khi HTX đa dạng ngành nghề kinh doanh quá mức. Do đó, giả thuyết H2 được chấp nhận và giả thuyết H3 không được chấp nhận. Nghiên cứu này chưa tìm được mức độ đa dạng ngành nghề tối ưu, mà khi HTX đa dạng quá mức và tham gia vào quá nhiều ngành nghề sẽ ảnh hưởng tiêu cực lên hiệu quả kinh doanh. Nguyên nhân của điều này là do các HTX trong mẫu quan sát phần lớn là chuyên môn hóa vào 01 ngành nghề kinh doanh. Còn đối với các HTX có kinh doanh

⁵ Điểm cực đại của hệ số đòn bẩy tài chính (mô hình 1) = $-b/2a = -0,085/(2 \times -0,001) = 42,5\%$

đa ngành thì phần nhiều trong nhóm này chỉ tham gia 2 ngành nghề và một phần nhỏ là tham gia 4 ngành nghề, không có HTX nào tham gia trên 4 ngành kinh doanh. Với mức độ đa dạng ngành nghề thấp như vậy thì việc đa dạng hóa vẫn có ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả kinh doanh, trừ trường hợp HTX đa dạng hóa quá mức (Tran & Zaninotto, 2010).

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy (OLS) về ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đến hiệu quả kinh doanh của HTX

<i>Biến phụ thuộc</i>	<i>Mô hình 1</i>			<i>Mô hình 2</i>			<i>Mô hình 3</i>		
	<i>Hệ số b</i>		<i>Giá trị t</i>	<i>Hệ số b</i>		<i>Giá trị t</i>	<i>Hệ số b</i>		<i>Giá trị t</i>
<i>Biến độc lập</i>									
Dummy1	1,282	***	4,130						
Dummy2				1,133	***	3,400			
Dummy3				1,308	*	1,720			
Dummy4				2,973	***	5,710			
Diverse							1,089		0,695
Diverse ²							-0,036		0,139
Leverage	0,085	***	4,800	0,084	***	4,710	0,083	***	0,018
Leverage ²	-0,001	***	-5,710	-0,001	***	-5,640	-0,001	***	0,000
<i>Biến kiểm soát</i>									
Liquid	0,067	***	8,420	0,067	***	8,440	0,067	***	0,008
Profit	0,117	***	3,840	0,117	***	3,840	0,117	***	0,030
						-			
LogAsset	-2,099	***	-11,130	-2,119	***	11,160	-2,121	***	0,190
Age	-0,083	***	-5,230	-0,085	***	-5,300	-0,085	***	0,016
Hàng số	17,681	***	12,510	17,850	***	12,500	16,816	***	1,450
Số quan sát	3.584			3.584			3.584		
F(7, 3576)	41,88			33,24			37,54		
Prob > F	0,00			0,00			0,00		
R ²	23,13%			23,19%			23,18%		

*Ghi chú: ***, **, * tương ứng với mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%*

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu bao gồm 3.584 HTX Nông nghiệp tại Việt Nam

Kết quả trên hàm ý rằng các HTX nên kinh doanh đa ngành để gia tăng hiệu quả kinh doanh. Kết luận này được ủng hộ bởi Datta *et al.* (1991, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010) vì các HTX kinh doanh đa ngành có thể khai thác lợi thế về thông tin, từ đó giúp phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả hơn và tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn (Myers & Majluf, 1984) hoặc HTX kinh doanh đa ngành có cơ hội củng cố sức mạnh thị trường và tạo ra hiệu quả kinh doanh cao hơn (Montgomery, 1994, dẫn theo Tran & Zaninotto, 2010). Ngoài ra, xét bối cảnh nền kinh tế Việt Nam vừa chịu ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2008 và hậu quả lan sang năm 2009, thì việc đa dạng hóa được cho là sẽ giúp cho HTX chịu tổn thương nhỏ hơn trước các cú sốc (Rand *et al.*, 2014).

5. KẾT LUẬN

Dựa trên mẫu quan sát bao gồm 3.584 HTX thuộc khu vực I, trích trong bộ dữ liệu Khảo sát doanh nghiệp Việt Nam, được thực hiện bởi Tổng cục Thống kê 2010, nghiên cứu này đánh giá vai trò của đòn bẩy tài chính và kinh doanh đa ngành đối với hiệu quả kinh doanh của các HTX tại Việt Nam. Đòn bẩy tài chính được đo lường bằng tỉ lệ nợ trên tổng tài sản trong khi mức độ đa dạng hóa ngành kinh doanh của HTX được tính toán bằng cách đếm số ngành kinh doanh mà HTX tham gia, dựa theo Bảng phân ngành kinh tế (VSIC-2007).

Kết quả ước lượng bằng mô hình hồi quy theo phương pháp bình phương bé nhất (OLS) chỉ ra rằng, đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tích cực lên hiệu quả của các HTX trong mẫu nghiên cứu. Tuy nhiên, khi mức độ sử dụng đòn bẩy vượt qua mức tối ưu, như đã đề cập ở trên, hệ số ROA sẽ giảm. Bên cạnh đó, HTX kinh doanh đa ngành sẽ mang lại hiệu quả kinh doanh cao hơn so với các HTX chỉ chuyên doanh 01 ngành. Các kết quả trên hàm ý rằng, các nhà quản lý HTX nên sử dụng đòn bẩy tài chính ở mức vừa phải và đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh để gia tăng hiệu quả kinh doanh cho tổ chức của mình.

Do hạn chế của bộ dữ liệu có sẵn, nghiên cứu này chỉ sử dụng một thước đo đơn giản, được đề xuất bởi Lang & Stulz (1993), để đánh giá mức độ đa dạng hóa ngành kinh doanh của HTX. Nghiên cứu tương lai có thể sử dụng các thước đo mức độ đa dạng hóa khác như chỉ số Herfindahl (Lang & Stulz, 1993) hay chỉ số Entropy (Tran & Zaninotto, 2010) để có cái nhìn sâu sắc hơn về mối quan hệ giữa kinh doanh đa ngành và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alawwad, S, 2013. Capital structure effect on firms' performance: evidence from Saudi listed companies. Master of Financial Thesis, Saint Mary's University.
2. Đoàn Ngọc Phúc, 2014. Ảnh hưởng của cấu trúc vốn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sau cổ phần hóa ở Việt Nam. Những vấn đề Kinh tế và Chính trị Thế giới, 7(219): 72-80.
3. Jensen, M. C, 1986. Agency cost of free cash flow, corporate finance, and takeovers. American Economic Review, 76(2):1-20.
4. Lang, L. H. & Stulz, R. M, 1993. Tobin's q, corporate diversification and firm performance. Working paper No.4376, National Bureau of Economic Research, Cambridge.
5. Margaritis, D. & Psillaki, M, 2010. Capital structure, equity ownership and firm performance. Journal of Banking & Finance, 34(3): 621-632.
6. Modigliani, F. & Miller, M. H, 1963. Taxes and the cost of capital: A correction. American Economic Review, 53: 433-443.
7. Myers, S. C & Majluf, N. S, 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. Journal of Financial Economics, 13(2): 187-221.
8. Rand, J., Trifkovic, N., Bui, V. D. & Nguyen T. T, 2014. Characteristics of the Vietnamese business environment: Evidence from a SME Survey in 2013. Financial Publisher, Ha Noi.
9. Socencoop & The Asia Foundation, 2012. Cẩm nang Hợp tác xã nông nghiệp. Nhà xuất bản Lao động Xã hội, Hà Nội.
10. Tran, H. T. & Zaninotto, E, 2010. Product Diversification, Corporate Entrepreneurship, and Firm Performance: The Case of Vietnamese Firms. Reported at Proceeding of European Association for Research in Industrial Economics (EARIE) Conference.

PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ VỊ TRÍ HỆ THỐNG CỬA HÀNG BÁN LẺ TẠI CẦN THƠ QUA VIỆC ỨNG DỤNG HỆ THỐNG THÔNG TIN ĐỊA LÝ

Lưu Tiến Thuận¹, Lê Thị Kiều Linh², Trần Thị Kim Hồng³

¹Khoa Kinh tế, Trường đại học Cần Thơ, ltthuan@ctu.edu.vn

²Khoa Kinh tế, Trường đại học Cần Thơ, linhb1302537@student.ctu.edu.vn

³Khoa Môi trường, Trường đại học Cần Thơ, ttkhong@ctu.edu.vn

*Tác giả nhận phản hồi: (ltthuan@ctu.edu.vn)

TÓM TẮT

Trong những năm gần đây, hệ thống thông tin địa lý (GIS) được các doanh nghiệp ứng dụng để quản lý trong nhiều lĩnh vực kinh tế, đời sống và xã hội. Từ đó, công nghệ thông tin địa lý được thúc đẩy áp dụng ở phạm vi rộng lớn hơn nhằm đáp ứng yêu cầu và tiện ích của người dân Việt Nam. Tuy nhiên, mức độ nhận thức của người quản lý về sử dụng GIS trong lĩnh vực bán lẻ là chưa cao. Bài viết được tiến hành nhằm tìm hiểu thực trạng ứng dụng GIS trong ngành bán lẻ hiện nay và ứng dụng GIS trong phân tích và đánh giá vị trí chuỗi cửa hàng tiện ích VinMart+ nhằm tìm kiếm vị trí bán lẻ tốt nhất cho doanh nghiệp để làm ví dụ minh họa. Cuối cùng, bài nghiên cứu đưa ra một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao nhận thức của người quản lý và ứng dụng GIS như một công cụ hỗ trợ trong quản lý.

Từ khóa: Cửa hàng bán lẻ; cửa hàng tiện ích VinMart+; hệ thống thông tin địa lý (GIS)

ANALYSIS AND EVALUATION SYSTEM LOCATION FOR RETAIL STORES IN CAN THO CITY BY USING GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS

ABSTRACT

In recent years, geographic information system (GIS) is used by Business Company to manage in many areas of economic and social life. Since then, geographic information technologies has promoted using in a wider range to meet the requirements and utilities of Vietnamese. However, the level of managers' awareness on the application of GIS in the retail sector is not high. The research attempts to analyze the current GIS applications in the retail sector in order to analyze and assess location chain for convenience stores Vinmart+ to search for the best retail locations. Finally, the paper gives some recommendations and solution to raise the awareness of manager and apply GIS as a tool for management.

Keywords: Retail store; Convenience store VinMart+; Geographic Information System (GIS)

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, kinh tế nước ta đang bước sang giai đoạn hội nhập và phát triển, hợp tác trong khu vực và toàn cầu. Vì vậy, tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước ngày càng gay gắt và phức tạp. Mỗi doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì phải khẳng định vị thế, đa dạng hóa mô hình và nhanh chóng phát triển mạng lưới kinh doanh của doanh nghiệp. Ngày nay, với dân số đông, cơ cấu dân số vàng và thu nhập ngày càng cao nên nhu cầu mua sắm và tiêu dùng của người dân ngày càng cao và ổn định cùng với việc mở cửa thị trường đã tạo điều kiện thu hút nhiều doanh nghiệp bán lẻ cả trong và ngoài nước tham gia đầu tư và mở rộng trong lĩnh vực này. Theo báo điện tử Chính phủ, dự báo đến năm 2020, thị phần kênh bán lẻ sẽ tăng lên và đáp ứng được 40% nhu cầu tiêu dùng trong nước. Chính vì vậy, cạnh tranh trong lĩnh vực bán lẻ sẽ tăng cao đòi hỏi các doanh nghiệp không ngừng mở rộng hệ thống các cửa hàng, đánh giá thị trường bán lẻ và xác định từng phân khúc thị trường để phù hợp với đặc điểm của từng doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, vị trí địa lý là một trong những yếu tố quan trọng nhất để doanh nghiệp tồn tại lâu dài trong quá trình phát triển mạng lưới bán lẻ. Ba quan điểm quan trọng chi phối đến sự thành công của bán hàng ở một cửa hàng tiện ích đó là "Vị trí, vị trí và vị trí" (Jones, 1999). Lựa chọn đúng vị trí còn ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của cả một hệ thống doanh nghiệp sau này. Tuy nhiên, để xác định một vị trí kinh doanh thích hợp thì doanh nghiệp gặp không ít khó khăn và phải nghiên cứu nhiều tổ như phân khúc khách hàng, loại hình kinh doanh, đối thủ cạnh tranh. Phân tích vị trí địa lý là

một ứng dụng quan trọng của GIS. Đây là sự kết hợp giữa yếu tố về địa lý (không gian) và các tham biến được dùng để phân khúc thị trường như nhân khẩu học, tâm lý, hành vi của người tiêu dùng để tạo ra hệ thống các bản đồ phân loại thị trường. Qua đó, có thể xây dựng các yếu tố như nhân khẩu học, kinh doanh và phân tích cạnh tranh, nhằm tìm kiếm các địa điểm tốt nhất cho các cửa hàng bán lẻ mới, và tạo các chiến dịch tiếp thị hiệu quả.

Nghiên cứu và ứng dụng GIS được sử dụng ở Việt Nam từ năm 1999 nhưng chủ yếu được phục vụ trong lĩnh vực xây dựng, giao thông, môi trường, y tế và hành chính. Gần đây, GIS được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực kinh tế và thương mại để giúp nhà quản trị ra quyết định đúng đắn, hạn chế các rủi ro và kiểm soát hiệu quả trong quá trình thực hiện quyết định của mình. Với sự cạnh tranh trong môi trường bán lẻ ngày càng cao thì GIS càng trở nên quan trọng hơn cho những nhà quản lý bán lẻ (Sita Mishra, 2009). Thế nhưng, GIS vẫn còn là một công cụ khá mới với các doanh nghiệp bán lẻ tại Cần Thơ trong quá trình hỗ trợ phân tích thông tin, dự báo nhu cầu, phân khúc thị trường cũng như định vị thị trường mục tiêu đến xây dựng các chiến lược marketing để đưa sản phẩm vào thị trường mới.

Từ những lý do trên, nhận thấy rằng GIS là công cụ có khả năng hỗ trợ quản lý hiệu quả trong lĩnh vực nghiên cứu hệ thống bán lẻ. Vì vậy, bài viết tiến hành nghiên cứu ứng dụng GIS trong phân tích và đánh giá vị trí cho hệ thống cửa hàng bán lẻ tại Cần Thơ qua việc sử dụng phần mềm Mapinfo và máy GPS. Mục tiêu là nhằm phân tích thực trạng ứng dụng GIS trong ngành bán lẻ, ứng dụng GIS xác định vị trí bán lẻ thích hợp và tìm kiếm khách hàng tiềm năng cho doanh nghiệp trong tương lai, đồng thời đề xuất những giải pháp thích hợp cho doanh nghiệp ứng dụng GIS hiệu quả hơn.

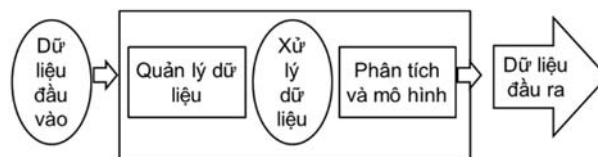
2. PHƯƠNG PHÁP LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Phương pháp luận

Khái niệm hệ thống thông tin địa lý

Hệ thống thông tin địa lý (gọi tắt theo tên tiếng anh là GIS) là công cụ máy tính để lập bản đồ và phân tích các sự vật, hiện tượng thực trên trái đất. Công nghệ GIS kết hợp các thao tác cơ sở dữ liệu thông thường từ bản đồ giấy, số liệu điều tra và các phép phân tích thống kê, phân tích địa lý, trong đó phép phân tích địa lý và hình ảnh được cung cấp duy nhất từ các bản đồ. Hệ thống thông tin địa lý sử dụng các thông tin đặc trưng về “cái gì đang ở đâu” trên bề mặt trái đất.

Mô hình công nghệ GIS: Để khái quát hơn, GIS là một quá trình bao gồm nhiều yếu tố.



Nguồn: Hệ thống thông tin địa lý nâng cao

Hình 1. Sơ đồ nguyên tắc hoạt động của GIS

Dữ liệu đầu vào là dữ liệu được thu thập từ nhiều nguồn chủ yếu từ các số hóa của bản đồ giấy, các số liệu tọa độ thu được từ các máy đo đạc, số liệu thống kê, ảnh vệ tinh, hệ thống định vị toàn cầu (GPS) sau đó nhập dữ liệu vào các phần mềm có khả năng định dạng dữ liệu như MapInfo, Arcview, ArcMap để người dùng có thể dễ dàng quản lý dữ liệu. Phải đảm bảo rằng mọi đặc trưng trên bản đồ giấy sẽ được số hóa với độ chính xác cao. Ở dữ liệu đầu vào thì thu thập dữ liệu không gian là nhiệm vụ khó khăn, nặng nề nhất trong quá trình ứng dụng GIS.

Quản lý dữ liệu: sau khi dữ liệu được thu thập và tổng hợp, GIS cung cấp các thiết bị có thể lưu trữ trong cơ sở dữ liệu và bảo trì dữ liệu nhằm đảm bảo số liệu bảo mật, tích hợp số liệu, lọc và đánh giá số liệu, khả năng duy trì. GIS sẽ lưu thông tin các thể giới thực thành các tầng dữ liệu riêng biệt, các tầng dữ liệu này đặt trong một hệ trục tọa độ và có khả năng liên kết với nhau.

Xử lý dữ liệu bao gồm các thao tác xử lý dữ liệu được thực hiện để tạo ra thông tin giúp cho người sử dụng quyết định cần làm tiếp công việc gì. Kết quả của xử lý dữ liệu là tạo ra các ảnh, báo cáo và bản đồ để phục vụ vào mục đích của ứng dụng GIS.

Phân tích và mô hình: số liệu được tổng hợp, chuyển đổi đồng thời giải mã, phân tích định tính và định lượng thông tin đã thu thập nhằm trả lời những câu hỏi về sự tác động lẫn nhau giữa mối quan hệ không gian và thuộc tính của nhiều tập dữ liệu để hỗ trợ quản lý trong lĩnh vực kinh tế, thương mại, tài nguyên và môi trường.

“Dữ liệu đầu ra bao gồm dữ liệu được hiển thị trên màn hình máy tính hoặc trên giấy in để cung cấp cho người dùng hình ảnh mô hình không gian, hiển thị ba chiều, hiển thị động, hoặc biểu đồ, bản đồ để trình bày vị trí, hiện tượng, các đối tượng và kết quả phân tích” (Nguyễn Thế Thiện, 1999).

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu: sử dụng máy GPS cầm tay Garmin GPSMAP 78 định vị để đo chính xác số liệu vị trí tọa độ của từng cửa hàng trong hệ thống Vinmart+. Số liệu sơ cấp được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp quản lý của 10 cửa hàng ở Vinmart+ thông qua bảng câu hỏi soạn sẵn. Nghiên cứu khảo sát 10 cửa hàng VinMart+ tại quận Ninh Kiều vì số lượng các cửa hàng VinMart+ đang tăng dần từ đầu năm 2016 và có xu hướng tiếp tục mở rộng thêm trong tương lai cho nên nghiên cứu quyết định lựa chọn VinMart+ để sử dụng trong đề tài này. Sau khi tiến hành khảo sát thông tin cũng như đã xác định tọa độ tại các cửa hàng tiện ích Vinmart+, nghiên cứu tiến hành chuẩn hóa dữ liệu đầu vào và chọn hệ quy chiếu cho tọa độ cửa hàng WGS 84 trong MapInfo 15.0.

Phương pháp khảo sát thực địa tại cửa hàng: dùng bảng câu hỏi điều tra thông tin về dữ liệu nhân khẩu học kinh doanh, các phần dữ liệu của cơ sở hạ tầng cũng như dữ liệu các cửa hàng bán lẻ hiện tại. Bên cạnh đó, phương pháp biểu thị hiện tượng trên bản đồ để vẽ bản đồ chuyên đề và biểu diễn các đặc điểm hiện tượng và điểm phân bố trên bản đồ như ranh giới các quận, huyện ở Cần Thơ; phương pháp vẽ bản đồ trên tọa độ của MapInfo 15.0, cụ thể các phương pháp sau:

- *Phương pháp xác định vị trí không gian*: Phương pháp xác định vị trí không gian của cửa hàng: sử dụng máy GPSMAP 78 đo vị trí tọa độ các cửa hàng VinMart+ và đối thủ cạnh tranh. Kết quả dữ liệu hiển thị trên máy là tọa độ hiển thị theo mét hoặc phút trên màn hình của máy GPS và sau đó ghi lại tọa độ X và Y đã hiển thị trên máy (Lê Bảo Tuấn, 2006).

- *Phương pháp vẽ bản đồ*: Trong đề tài này, tác giả sử dụng phần mềm MapInfo Professional để vẽ các lớp thuộc tính và các điểm trong bản đồ Cần Thơ. Phần mềm MapInfo được dùng để phân tích về các địa điểm bán lẻ của cửa hàng, vẽ bản đồ từ các lớp dữ liệu đã có để thể hiện điểm, đường, vùng cần phân tích của các cửa hàng. Tính khoảng cách các cửa hàng thông qua MapInfo theo đường chim bay. Bài nghiên cứu sử dụng MapInfo có Table bao gồm ít nhất là 4 File cơ bản:

*.Tab: File chứa các thông tin cơ bản về cấu trúc CSDL của một Table là files chính của MapInfo.

*.Dat: Chứa các thông tin thuộc tính của các đối tượng đồ họa trong Table

*.Map: Chứa các thông tin của các thông tin mô tả đối tượng bản đồ

*.wor: files quản lý chung

Trong lĩnh vực bán lẻ, MapInfo đang được khai thác và sử dụng như xác định vị trí bán lẻ, xác định xu hướng phát triển của các cửa hàng bán lẻ trong tương lai, đồng thời phân tích và đánh giá sự phân bố của hệ thống bán lẻ cần nghiên cứu.

- *Phương pháp thống kê không gian*: Thống kê không gian là một công cụ của hệ thống thông tin địa lý (GIS) giúp chúng ta đo lường sự thay đổi trong không gian, sự phân bố không gian và tính toán các mối quan hệ trong không gian. Trong nghiên cứu, phương pháp phân tích thống kê không gian tính toán tổng điểm từ dữ liệu các cửa hàng nhằm xác định tâm hình học và ellipse độ lệch chuẩn cho thấy mức độ tập trung và phân tán trong không gian của vùng cần nghiên cứu.

- *Phương pháp phân loại Natural Breaks*: Đây là phương pháp phân loại mặc định trong ArcMap 10.3, bằng cách sử dụng thuật toán Jenks Optimization, nhóm giá trị vào một lớp, kết quả cho ra các lớp giá trị tương tự nhau bị phân tách bằng điểm theo từng khoảng (Lê Thị Dung, 2014). Phương pháp nhằm phân chia dữ liệu thành các nhóm, có thể tối thiểu hóa sự chênh lệch trong một nhóm và tối đa hóa sự chênh lệch giữa các nhóm, từ đó xem xét phân tích xem cửa hàng VinMart+ mới so với các cửa hàng hiện tại như thế nào và có nên mở hay không.

- Các phương pháp biểu thị hiện tượng trên bản đồ:

- Phương pháp ký hiệu đường: dùng để trình bày các hiện tượng và đối tượng có dạng đường nét và những đối tượng có dạng kéo dài thông qua hình vẽ. Các đặc trưng là chất lượng, số lượng của đối tượng bằng màu sắc, cấu trúc, độ rộng của nét vẽ. Với đề tài, tác giả dùng phương pháp ký hiệu đường để thể hiện ranh giới và giữa các quận, huyện trong thành phố Cần Thơ.

- Phương pháp ký hiệu: dùng các ký hiệu để thể hiện các đối tượng được xác định tại các điểm hoặc có kích thước trên bản đồ. Trong đó, ký hiệu hình học đơn giản như hình vuông, tam giác, tròn được sử dụng để nhận biết và xác định vị trí các cửa hàng VinMart+ và đối thủ cạnh tranh. Và ký hiệu chữ gồm một hoặc hai chữ đầu tiên của tên gọi cho dễ hiểu, dễ nhớ.

Đề tài sử dụng phương pháp ký hiệu đường và phương pháp ký hiệu để trình bày các thông tin về cửa hàng VinMart+ như địa chỉ, số khách hàng, đối thủ cạnh tranh trên bản đồ nhằm dễ dàng quan sát những thông tin hơn.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đánh giá sự phân bố của chuỗi hệ thống cửa hàng tiện ích VinMart+

Dữ liệu đầu vào là lớp điểm vị trí các cửa hàng tiện ích VinMart+ đã thu thập được, tên trường là "toa_do_X, toa_do_Y" đơn vị đo là mét.

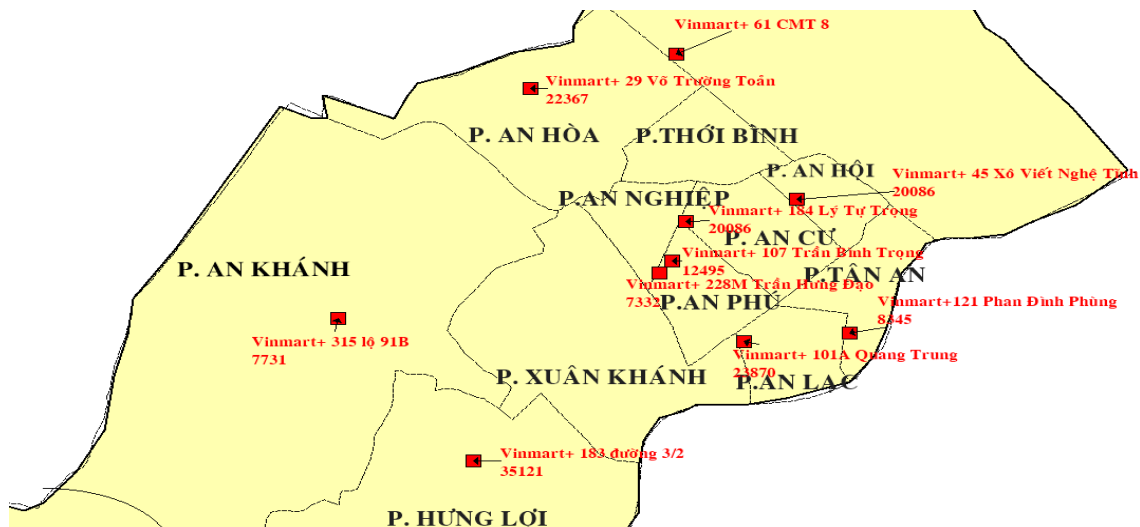


Vinmar	ten_quan_ly	dia_chi	phuong	toa_do_X	toa_do_Y	dien_tich
5	Nguyễn Việt Văn Anh	Vinmart+ 107 Trần Bình Trọng	An Phú	585,003	1,109,334	45
9	Lê Văn Bá	Vinmart+ 184 Lý Tự Trọng	An Cư	585,089	1,109,654	80
8	Cao Thị Lan	Vinmart+ 121 Phan Đình Phùng	Tân An	586,178	1,108,750	42
7	Nguyễn Phước Thành	Vinmart+ 45 Xô Viết Nghệ Tĩnh	An Cư	585,823	1,109,836	60
3	Lại Kiều Diễm	Vinmart+ 61 Cách Mạng Tháng 8	An Hòa	585,023	1,111,005	50
1	Lê Thị Thu Hồng	Vinmart+ 315 Lê 91B	An Khánh	582,787	1,108,859	160
4	Lâm Trọng Bình	Vinmart+ 228M Trần Hưng Đạo	An Nghiệp	584,916	1,109,234	50
2	Võ Thị Mỹ Hạnh	Vinmart+ 101A Quang Trung	Xuân Khánh	585,480	1,108,681	75
10	Lê Thị Hằng	Vinmart+ 29 Võ Trường Toản	An Hòa	584,057	1,110,725	70
6	Lê Hữu Hào	Vinmart+ 183 đường 3/2	Hưng Lợi	583,690	1,107,707	50

Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 2: Cấu trúc bảng dữ liệu thuộc tính

Trong 10 cửa hàng VinMart+, có 6 cửa hàng phân bố gần khu vực trung tâm quận. Sự phân bố các cửa hàng chủ yếu dựa vào những khu vực này tập trung nhiều trường học, bệnh viện và đông dân cư. Đặc biệt, các cửa hàng hầu như phân bố trên các tuyến đường chính, có nhiều người đi lại. Chẳng hạn như phường An Hòa tập trung 2 cửa hàng VinMart+ do 2 cửa hàng này gần bệnh viện và trường đại học với dân số của phường 22.367 người.

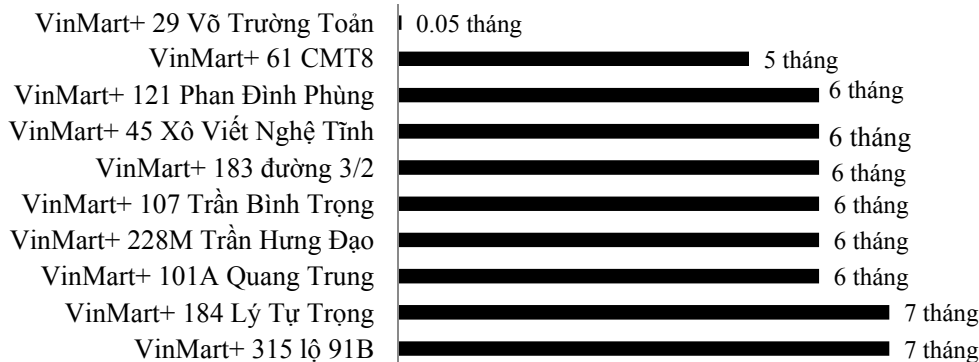


Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 3: Sự phân bố cửa hàng tiện ích và dân số VinMart+ ở quận Ninh Kiều

3.2 Xu hướng phát triển cửa hàng VinMart+

Trong quá trình lược khảo tài liệu và phỏng vấn, tác giả nhận thấy rằng lựa chọn vị trí kinh doanh là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến xu hướng phát triển của các cửa hàng tiện ích. Số liệu thu được từ ngày thành lập tính đến thời điểm hiện tại của từng cửa hàng. Dựa vào hình 4 cho thấy, các cửa hàng có thời gian thành lập gần nhau, có 6/10 cửa hàng hoạt động khoảng 6 tháng. Trong đó, có một cửa hàng Vinmart+ 315 nằm trong khuôn viên Bệnh viện đa khoa Trung Ương được mua lại từ siêu thị Vinatex và cũng là cửa hàng tiện ích Vinmart+ đầu tiên hoạt động ở quận Ninh Kiều.

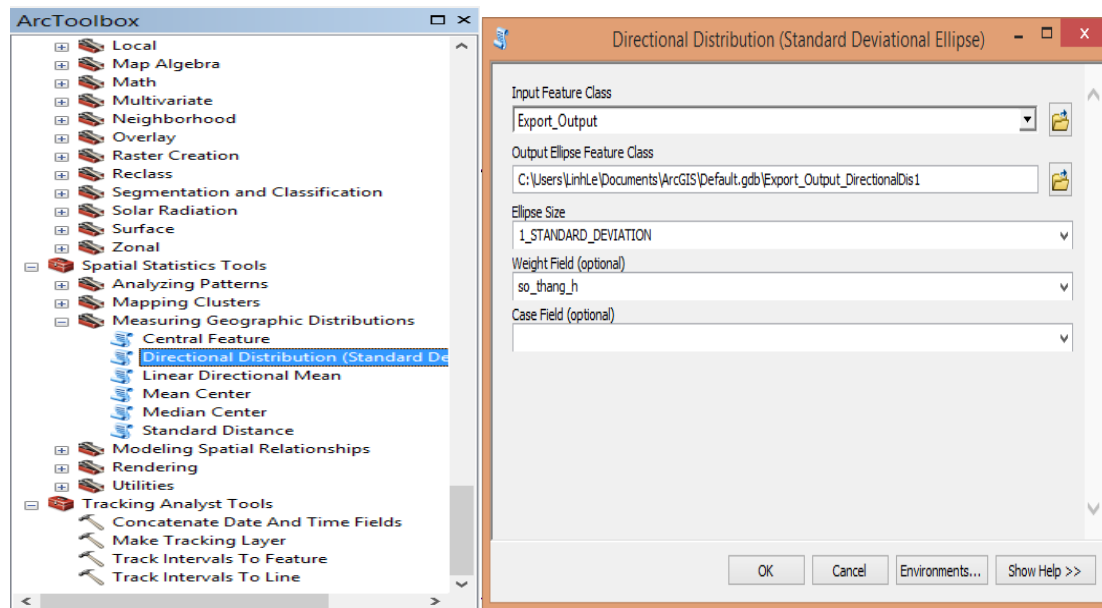


Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

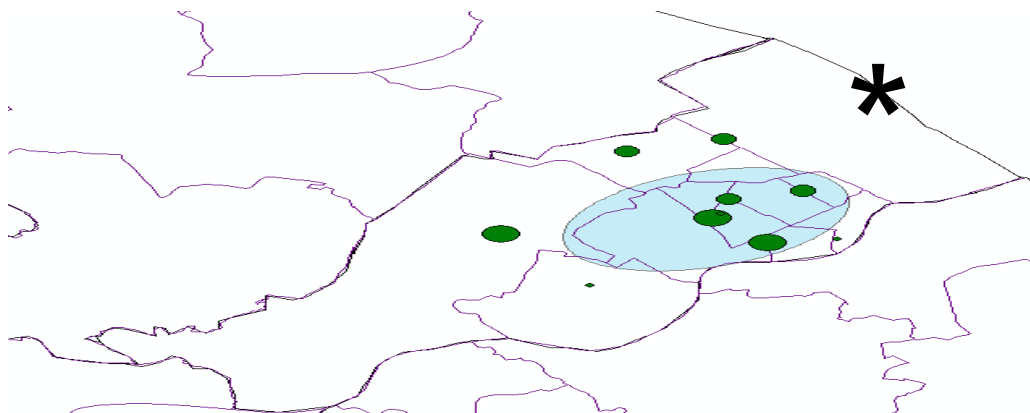
Hình 4: Thời gian hoạt động của các cửa hàng tiện ích VinMart+ quận Ninh Kiều

Xác định tâm hình học và ellipse độ lệch chuẩn của các cửa hàng tiện ích VinMart+ trên địa bàn quận Ninh Kiều. Dùng công cụ Directional Distribution trong Arcmap 10.3. Dữ liệu đầu vào là lớp điểm vị trí của các cửa hàng đã thu thập được, tên trường là “số tháng hoạt động”.

Từ kết quả phân tích hình 6, nhận thấy xu hướng phát triển cửa hàng hoạt động khoảng 7 tháng chủ yếu tập trung ở khu vực phía Tây Nam. Hình ellipse mô tả các cửa hàng hoạt động từ 5- 6 tháng phần lớn nằm khu vực trung tâm quận Ninh Kiều như các phường An Nghiệp, An Cư, Tân An và An Phú. Kéo dài theo hướng Đông Nam. Cửa hàng hoạt động gần đây nhất, tập trung ở phường An Hòa và đang có xu hướng phát triển ở các vùng ngoài trung tâm quận theo hướng Tây Bắc và Tây Nam do mật độ dân cư ở phường tương đối đông khoảng 22.367 người.



Hình 5: Vị trí của công cụ phân phối định hướng

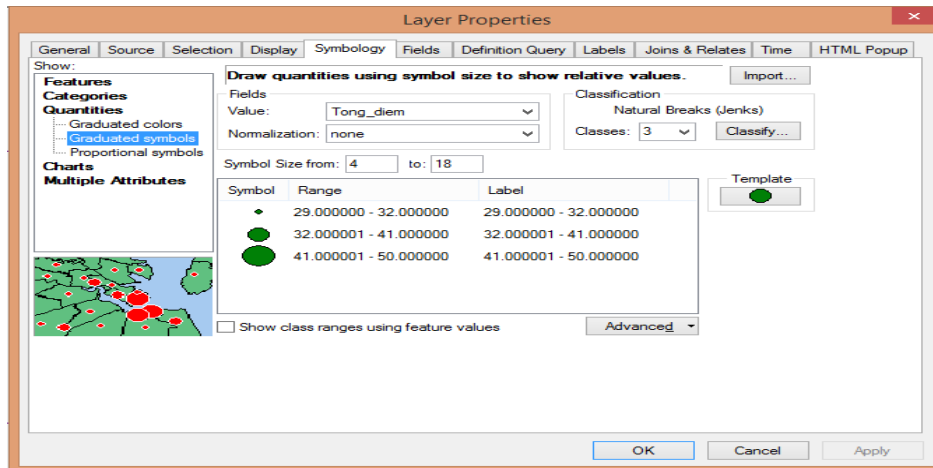


Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 6: Xu hướng hoạt động các cửa hàng VinMart+

Qua phương pháp phân tích không gian cho thấy các cửa hàng tiện ích đang có xu hướng phát triển rõ rệt từ hướng Đông Nam sang hướng Tây Bắc và từ các phường trung tâm sang các phường ngoại thành. Nguyên nhân của sự phát triển này là do ở các phường trung tâm có nhiều đối thủ cạnh tranh như các siêu thị, trung tâm thương mại hay các chợ truyền thống đã thu hút một số lượng khách hàng đáng kể, ngoài ra khu vực trung tâm đã phân bố các cửa hàng VinMart+ gần như bão hòa. Vì vậy, cần mở rộng sang các phường ngoại ô vì đây là thị trường tiềm năng trong tương lai, đặc biệt ở những nơi có vị trí phù hợp để phát triển cửa hàng VinMart+ như phường An Hòa, An Khánh là nơi tập trung nhiều dân cư và trường học cũng như bệnh viện. Từ kết quả phân tích, nhận thấy xu hướng phát triển cửa hàng hoạt động khoảng 7 tháng chủ yếu tập trung ở khu vực phía Tây Nam. Cửa hàng hoạt động từ 5- 6 tháng phần lớn nằm khu vực trung tâm quận Ninh Kiều như các phường An Nghiệp, An Cư, Tân An và An Phú. Kéo dài theo hướng Đông Nam. Cửa hàng hoạt động gần đây nhất, tập trung ở phường An Hòa và đang có xu hướng phát triển ở các vùng ngoài trung tâm quận theo hướng Tây Bắc do mật độ dân cư ở phường tương đối đông khoảng 22.367 người.

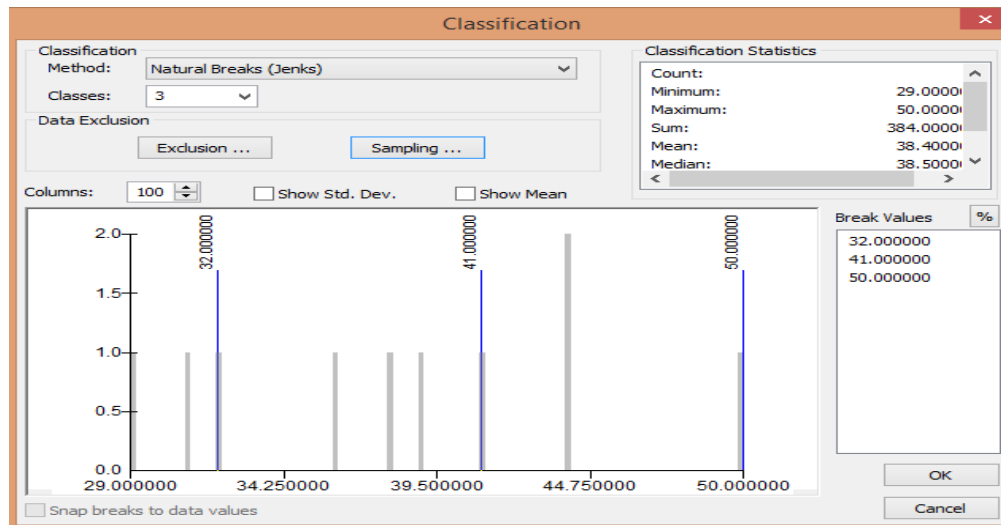
3.3 Phân nhóm cửa hàng



Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 7: Các bước chọn trường và phân nhóm

Nhà kinh doanh khi muốn mở một cửa hàng mới, sẽ phải xem xét phân tích xem cửa hàng mới so với các cửa hàng hiện tại như thế nào và có nên mở hay không. Bài viết đề xuất một giải pháp cho vấn đề này, phân nhóm các cửa hàng theo phương pháp Natural Breaks. Trong ArcMap có công cụ hỗ trợ người dùng phân loại, vào Symbology chọn Quantities → Graduated symbols. Sau đó, chọn trường muốn phân loại, ở đây bài viết chọn tổng điểm làm trường để phân loại các cửa hàng.



Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 8: Số nhóm và phương pháp phân nhóm

Đề tài chia làm ba nhóm với nội dung mỗi nhóm như sau:

- Nhóm 1: Những cửa hàng không nên mở, vì nó có quy mô quá nhỏ, không đủ sức để cạnh tranh với những cửa hàng đối thủ khác. Nhà kinh doanh nên cân nhắc kỹ trước khi mở những cửa hàng được xếp vào nhóm này.
- Nhóm 2: Là nhóm cửa hàng quy mô vào loại trung bình có thể sẽ không đủ sức để cạnh tranh với các cửa hàng trong khu vực. Nên xem xét các thuộc tính của cửa hàng và điều chỉnh để cửa hàng có quy mô lớn hơn, có khả năng cạnh tranh cao hơn.

- Nhóm 3: Những cửa hàng có quy mô lớn, nếu cửa hàng mới mở thuộc vào nhóm cửa hàng này thì nên mở cửa hàng.

Sau khi sử dụng phương pháp Natural breaks để phân nhóm, kết quả phân nhóm cửa hàng thu được như trình bày ở bảng 3:

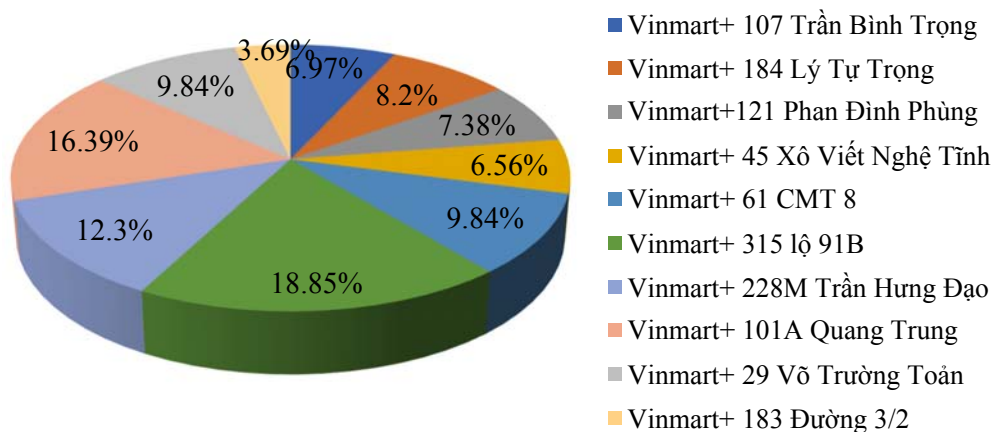
Bảng 1: Điểm của từng phân nhóm

STT	Nhóm	Điểm
1	Nhóm 1	29-32
2	Nhóm 2	33-40
3	Nhóm 3	41-50

Dựa vào kết quả trên để so sánh và ra quyết định cho việc mở cửa hàng mới. Ví dụ thêm cửa hàng mới với các thuộc tính và tính được tổng điểm là 25. So sánh với bảng phân loại trên, thấy cửa hàng mới này thuộc vào nhóm 1, nên ra quyết định không nên mở cửa hàng này.

3.3 Phân tích thị phần kinh doanh siêu thị tiện ích VinMart+

Phần lớn các cửa hàng VinMart+ hoạt động gần một năm trở lại đang dần mở rộng mạng lưới phân phối và chiếm lĩnh thị phần bán lẻ. VinMart+ 315 chiếm khoảng 18,85% thị phần cao nhất trong hệ thống chuỗi cửa hàng tiện ích VinMart+, do cửa hàng này nằm gần bệnh viện Đa khoa Trung Ương và nhu cầu của người dân mua sắm đáp ứng tại bệnh viện là khá cao. Đứng thứ 2 là VinMart+ 101A có thị phần 16,39%, nguyên nhân là mật độ dân cư lưu thông ngang khu vực này đông đúc khoảng 6000 người/giờ, thêm vào đó tiếp giáp phường Hưng Phú nơi có ích cửa hàng tạp hóa và chợ nên nhiều người tiêu dùng sẽ đến cửa hàng VinMart+ mua hàng hóa nhiều hơn. Còn lại là cửa hàng VinMart+ 228M (12,3%), VinMart+ 61 và VinMart+ 29 là (9,84%), VinMart+ 184 (8,2), VinMart+ 121 (7,38%), VinMart+ 107 (6,97%), VinMart+ 45 (6,56%), VinMart+ 183 (3,69%). Từ đầu năm 2016 đến nay VinMart+ đã thành lập 10 cửa hàng tiện ích tại quận Ninh Kiều, ở những vị trí đặc địa, tập trung đông dân. Nhờ vào đó, rất thuận tiện cho người tiêu dùng mua sắm.



Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 9: Thị phần kinh doanh của hệ thống tiện ích VinMart+ tại Ninh Kiều

3.4 Theo dõi các đối thủ cạnh tranh

Một ứng dụng khác của GIS là thể hiện vị trí hiện tại của các đối thủ cạnh tranh trên bản đồ nhằm theo dõi mức độ cạnh tranh và độ bao phủ của đối thủ hiện tại của VinMart+. Dựa vào hình 10 nhận thấy rằng, các đối thủ cạnh tranh với VinMart+ là những siêu thị Lotte, VinMart, Coop Mart, Metro và Big C, các trung tâm thương mại như Sense City, Vincom Hùng Vương và Vincom Xuân Khánh, đồng thời chợ truyền thống như Hưng Lợi, Xuân Khánh và siêu thị mini Minh Thù cũng ảnh hưởng tới thị

phần và vị trí kinh doanh của VinMart+. Nhìn chung, các đối thủ cạnh tranh của VinMart+ đều tập trung trên tuyến đường chính như 30/4, Nguyễn Văn Linh nơi có mật độ lưu thông cao. Trong khi đó, hệ thống cửa hàng tiện ích VinMart+ phân bố ở những tuyến đường phụ như Xô Viết Nghệ Tĩnh, Trần Bình Trọng, Phan Đình Phùng vì những nơi này có mật độ dân cư tập trung đông. Ứng dụng GIS để xác định vị trí đối thủ cạnh tranh sẽ dễ dàng quản lý các đối thủ cạnh tranh cũng như các cửa hàng VinMart+ hơn. Doanh nghiệp quyết định vị trí cho một cửa hàng, một trung tâm dịch vụ, một trung tâm thương mại hay vị trí cho một chi nhánh của ngân hàng sẽ ảnh hưởng rất lớn bởi vị trí đối thủ cạnh tranh trong khu vực (Nguyễn Thị Lan Anh, 2010). Chính vì vậy, GIS giúp các nhà quản lý phân tích thị trường cạnh tranh trong đó nhân tố về địa lý ảnh hưởng rất lớn đến sự thay đổi môi trường cạnh tranh. Từ GIS, các nhà quản lý VinMart+ nhanh chóng xác định vị trí của đối thủ cạnh tranh thông qua bản đồ tổng quan về các đối thủ cạnh tranh trên những vị trí khác nhau cũng như xác định bản chất của thị trường cạnh tranh tại mỗi vị trí, mỗi vùng bán hàng riêng biệt để quản lý đưa ra những chiến dịch marketing cho mỗi cửa hàng.



Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 10: Thể hiện vị trí các đối thủ cạnh tranh của VinMart+

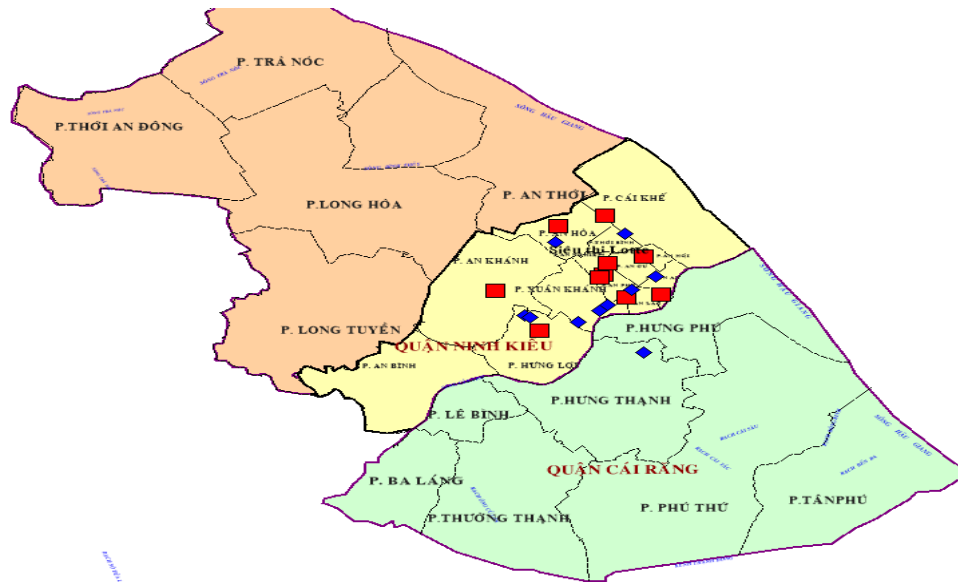
3.5 Cơ hội và thách thức của chuỗi hệ thống VinMart+ dựa trên phân tích bản đồ và dữ liệu

3.5.1 Cơ hội

- Hệ thống chuỗi cửa hàng tiện ích VinMart+ có nhiều vị trí chiến lược. Với chiến lược tận dụng các mặt bằng có sẵn từ các dự án bất động sản của Vingroup, VinMart đã nắm trong tay rất nhiều vị trí đẹp, ở sâu trung tâm quận và xen lẫn các khu đông dân cư, giao thông thuận lợi, có lưu lượng người qua lại đông, có tiềm năng để cạnh tranh. Đồng thời đáp ứng nhu cầu mua sắm của khách hàng.

- Tăng khả năng cạnh tranh với các siêu thị và kênh bán lẻ truyền thống. Qua bản đồ phân tích có thể thấy, chuỗi cửa hàng VinMart+ đang mở rộng thị phần bằng cách không ngừng mở rộng nhiều cửa hàng tiện ích tập trung chủ yếu ở trung tâm quận Ninh Kiều, gần các bệnh viện và trường học, nằm trên những tuyến đường nhỏ có ưu thế hơn so với chợ truyền thống do thời gian mở cửa và bố trí hàng hóa hiện đại hơn.

- Xác định đối thủ cạnh tranh hiện tại và tương lai. Dựa trên bản đồ của hệ thống VinMart+ và đối thủ cạnh tranh, thì nhà quản lý sẽ nắm được thông tin của hiện tại của từng cửa hàng và đối tượng khách hàng mà hệ thống đang hướng đến. Ngoài ra, theo dõi đối thủ cạnh tranh hiện tại và sự phân bố của đối thủ trên bản đồ dễ dàng hơn để doanh nghiệp thường xuyên cập nhật thông tin dữ liệu chính xác về đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra những chiến lược cạnh tranh thích hợp theo từng thời điểm trên thị trường.



Nguồn: Kết quả khảo sát 10 cửa hàng tiện ích VinMart+ ở TP Cần Thơ năm 2016

Hình 11: Bản đồ thể hiện chuỗi hệ thống VinMart+ và đối thủ cạnh

• Tìm kiếm những vị trí và thị trường lý tưởng. Do cửa hàng tiện ích phù hợp với thị trường hiện đại, nhịp sống nhanh và những thị trường bán lẻ còn nhỏ lẻ. Thông qua hình 11, muốn mở rộng hệ thống cửa hàng VinMart+ thì phải xem xét đến mật độ dân cư hiện tại của thị trường mới, và mức thu nhập của người dân quanh khu vực đó cũng như đối thủ cạnh tranh ở thị trường mới mạnh hay yếu. Hiện tại số lượng cửa hàng VinMart+ tập trung tương đối nhiều ở trung tâm quận và đối thủ cạnh tranh là các siêu thị và trung tâm thương mại. Vì vậy, thị trường phù hợp cho những cửa hàng VinMart+ trong tương lai là những vùng ngoại ô như phường An Khánh, hoặc phường Lê Bình thuộc quận Cái Răng với mật độ dân cư là 13.968 người và mật độ người qua lại lớn đồng thời nhiều trường học cũng như bệnh viện.

3.5.2 Thách thức

• Mật độ phân bố các siêu thị trên địa bàn quận khá dày đặc. Dựa vào hình 11, mức độ tập trung các siêu thị chỉ cách nhau khoảng 1 km trở lại, nằm trên tuyến đường chính thu hút nhiều khách hàng bởi sự di chuyển thuận tiện. Bên cạnh đó, có nhiều cửa hàng tạp hóa nhỏ của hộ gia đình mọc lên len lỏi từ ngoài đường tới con hẻm, vì thế người tiêu dùng không cần đi quá xa để mua bán trái đánh răng hay gói dầu gội đầu mà giá lại rẻ hơn. Từ đó, làm tăng mức độ cạnh tranh giữa cửa hàng tiện ích so với các kênh bán lẻ khác.

• Các cửa hàng tiện ích VinMart+ cạnh tranh trong chuỗi hệ thống. Từ bản đồ trên, sử dụng công cụ MapInfo đo được khoảng cách các cửa hàng VinMart+ 228 Trần Hưng Đạo và 107 Trần Bình Trọng tập trung gần nhất là 100m và có những cửa hàng khác xa nhất là khoảng dưới 4km. Các cửa hàng tập trung gần nhau trong nội ô quận Ninh Kiều sẽ dễ dàng cạnh tranh lẫn nhau trong hệ thống khi chiến lược bán hàng gần như tương tự nhau; từ đó sẽ khó thu hút được nhiều khách hàng khác nhau.

• Cửa hàng tiện lợi VinMart+ cũng có hạn chế so với hệ thống bán lẻ truyền thống. Các cửa hàng tạp hóa có lợi thế khi có thể bán thiếu hụt cho khách hàng quen biết khá thoải mái. Điểm bán lẻ truyền thống có độ phủ rộng lớn, rất dễ để bắt gặp một cửa hàng tạp hóa trên đường. Trong khi đó, hệ thống tiện ích VinMart+ cũng có nhiều điểm yếu như bán giá cao hơn so với các tạp hóa, chợ truyền thống do cộng thêm chi phí tiện ích và vài lý do đã đề cập như trên dẫn tới trở ngại khá lớn cho người tiêu dùng khi thói quen vẫn chưa thích ứng mua sắm ở cửa hàng tiện lợi. Nói chung, người dân Cần Thơ vẫn có thói quen mua ở cửa hàng tạp hóa hơn là các cửa hàng tiện ích.

• Chi phí mặt bằng cũng là rào cản không nhỏ. Bởi vì cửa hàng tiện lợi thì vị trí rất quan trọng, thường là giữa khu dân cư đông đúc, khu đô thị, dọc theo đường lớn, gần khách sạn và khách du lịch. Khi đó giá thuê các mặt bằng của cửa hàng là khá cao dẫn đến chi phí bán sản phẩm cũng tăng lên.

- Đối tượng khách hàng sẽ hẹp hơn. Đối với những khách hàng có thời gian thì sẽ thích đi siêu thị, trung tâm thương mại với hàng hóa phong phú đáp ứng đầy đủ nhu cầu hơn là đi mua ở cửa hàng tiện ích. Không những thế, đi siêu thị có thể mua sắm hoặc tham gia các tiện ích khác như ăn uống, trò chơi và giải trí khác. Nhưng những điều này không thể thực hiện ở các cửa hàng tiện ích VinMart+.

Bên cạnh những cơ hội hiện tại thì chuỗi cửa hàng tiện ích VinMart+ cũng có nhiều thách thức từ cạnh tranh lẫn nhau trong chuỗi hệ thống đến các trung tâm thương mại, siêu thị và chợ truyền thống hay cửa hàng tạp hóa. Thêm vào đó, giá bán hàng hóa cao hơn so với các kênh bán lẻ truyền thống là một trở ngại cho người tiêu dùng khi thay đổi mua sắm ở các cửa hàng tiện ích.

3.6 Ứng dụng GIS trong hỗ trợ công tác marketing

Cơ sở ứng dụng GIS hỗ trợ công tác Marketing

Thứ nhất, tác động của những cửa hàng VinMart+ hiện tại. Trong quá trình phân tích bản đồ, các cửa hàng phân bố dày đặc và có 6 cửa hàng tập trung ở trung tâm quận Ninh Kiều. Bên cạnh đó, các kênh bán lẻ truyền thống nằm xen kẽ với các cửa hàng tạo nên sự cạnh tranh gay gắt và kênh bán lẻ gần như bão hòa. Do đó, hàng hóa trong chuỗi hệ thống VinMart+ nên có những biện pháp giá hợp lý nhằm thu hút thêm khách hàng mới và tăng mức độ cạnh tranh trong khu vực.

Thứ hai, các cửa hàng VinMart+ có xu hướng mở rộng từ các phường trung tâm sang ngoại ô. Các cửa hàng tập trung gần khu vực đông dân cư, trường học nên rất thích hợp phân tích từng vùng để nghiên cứu hành vi tiêu dùng của khách hàng nhằm đưa ra giải pháp marketing phù hợp cho từng vùng kinh doanh trong tương lai.

Thứ ba, tăng cường các chương trình khuyến mãi. Trong tỷ trọng khách hàng ở các cửa hàng VinMart+, có hai cửa hàng VinMart+ 183 đường 3/2 và VinMart+ 45 Xô Viết Nghệ Tĩnh có tỷ trọng khách hàng thấp. Vì vậy cần có chương trình khuyến mại tác động đến người tiêu dùng để thu hút nhiều khách hàng hơn.

Nhìn chung, quan sát từ thực tế và dựa trên phân tích các dữ liệu GIS của cửa hàng VinMart+ tác giả đề xuất một số chiến dịch marketing.

• Nguyên tắc 80 – 20

Hiện tại chuỗi hệ thống VinMart+ có khoảng 10 cửa hàng và đối thủ cạnh tranh cũng phân bố tập trung trong nội ô quận Ninh Kiều, vì vậy hầu hết các mặt hàng được bày bán sẽ giống nhau và giống với các kênh bán lẻ khác. Nếu áp dụng 20% hàng hóa bán chạy nhất hoặc những sản phẩm giống đem bán với giá cạnh tranh hoặc rẻ hơn với đối thủ cạnh tranh. Còn lại 80% hàng hóa có thể bán giá ngang hoặc cao hơn so với các đối thủ sẽ làm cho khách hàng dễ dàng tin tưởng rằng cửa hàng tiện ích luôn bán giá tốt nhất.

• Đáp ứng dịch vụ khách hàng tốt

Trong lĩnh vực bán lẻ, không chỉ đơn thuần cung cấp một sản phẩm tốt là chưa đủ, yếu tố quyết định nằm ở dịch vụ khách hàng. Đây là yếu tố luôn cần được đảm bảo nhất khi cung cấp dịch vụ. Từ giao hàng cho tới phản hồi hay giải quyết vấn đề, khách hàng luôn cần sự cam kết về thời gian và đúng hẹn. Đặc biệt là những cửa hàng VinMart+ hoạt động gần đây như VinMart+ 29 Võ Trường Toản và những cửa hàng còn lại phải tạo sự khác biệt so với các kênh bán lẻ truyền thống góp phần làm tăng sự hài lòng của khách hàng.

Sự chuyên nghiệp của nhân viên trong tiếp xúc với khách hàng. Tất cả các yếu tố từ phong cách giao tiếp, cách thức xử lý vấn đề... đều phải thực sự chuyên nghiệp, thể hiện sự tôn trọng khách hàng, quan tâm tới nhu cầu của người tiêu dùng khi mua sắm tại cửa hàng. Sự chuyên nghiệp còn được thể hiện qua những hiểu biết sâu sắc về sản phẩm và sự làm chủ tình huống của nhân viên.

Để có thể cung cấp một dịch vụ khách hàng tuyệt vời, tất cả các thành viên của cửa hàng đều phải hiểu tầm quan trọng của việc đặt khách hàng, sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu nhằm tạo sự khác biệt trong dịch vụ của hệ thống cửa hàng VinMart+.

• **Khuyến mại giá sốc**

Theo số liệu khảo sát, một số cửa hàng VinMart+ như 183 đường 3/2, VinMart+ 45 Xô Viết Nghệ Tĩnh hay 107 Trần Bình Trọng có số lượng khách hàng trung bình mua sắm ở đây rất thấp dưới 100 người/ ngày. Vì thế cần có chương trình khuyến mại để thu hút khách hàng chẳng hạn như mua 1 tặng 1 sản phẩm cùng loại hoặc giảm 50% sản phẩm thứ 2 với số lượng khuyến mại hạn chế là những cách gia tăng sự thu hút khách hàng và góp phần làm cho khách hàng đến các cửa hàng nhiều hơn. Đặc biệt, khi có chương trình khuyến mại các cửa hàng nên treo pano hoặc áp phích để khách hàng lưu thông chú ý và quan tâm đến thông tin quảng cáo, khuyến mại. Bên cạnh đó, chuỗi hệ thống tiện ích VinMart+ cần có một trang website để quản lý những hàng hóa và khuyến mại cho người tiêu dùng.

3.7 Giải pháp nâng cao ứng dụng GIS cho doanh nghiệp bán lẻ

Qua quá trình phân tích, tác giả nhận thấy rằng mức độ nhận thức của người quản lý về sử dụng GIS trong lĩnh vực bán lẻ là chưa cao (1), tầm quan trọng của vị trí tới bán lẻ (2), vì vậy các doanh nghiệp bán lẻ cần có những biện pháp tích cực nhằm đẩy mạnh ứng dụng GIS như một công cụ hỗ trợ quản lý các thông tin của doanh nghiệp cũng như đối thủ cạnh tranh qua đó tìm kiếm những vị trí phù hợp cho cửa hàng bán lẻ trong tương lai. Để góp phần cải thiện và nâng cao nhận thức của nhà quản lý, qua quá trình nghiên cứu, tác giả xin đưa ra một số giải pháp như sau:

Liên kết giữa cơ quan nghiên cứu GIS và doanh nghiệp bán lẻ. Cần có những buổi hội thảo, giới thiệu tới nhà quản lý hiểu được tầm quan trọng của ứng dụng GIS từ những trung tâm nghiên cứu chuyên về khoa học và công nghệ như Sở Khoa học và Công nghệ TPHCM, Trung tâm Ứng dụng tiến bộ Khoa học và Công nghệ tỉnh Bình Dương, các trường Đại học có nghiên cứu về GIS như Đại học Cần Thơ. Mở lớp đào tạo chuyên môn thường niên cho những người quản lý tham gia rộng rãi nhằm trao đổi và thảo luận khó khăn, thuận lợi về các vấn đề liên quan đến ứng dụng GIS, GPS, nhằm giúp các đơn vị, cơ quan hay tổ chức bán lẻ sử dụng hiệu quả các ứng của hệ thống thông tin địa lý, góp phần nâng cao tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp thông qua quản lý thông tin của khách hàng, đối thủ cạnh tranh trên ứng dụng GIS. Bên cạnh đó, Nhà nước nghiên cứu, học tập kinh nghiệm của chính phủ các nước ứng dụng GIS thành công như Mỹ, Anh hay Ấn Độ trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận GIS hiệu quả phù hợp với điều kiện của Việt Nam.

Sử dụng công nghệ GIS vào quản lý chuỗi cửa hàng bán lẻ. Doanh nghiệp nên sử dụng GIS như công cụ quản lý để điều tra, theo dõi những thay đổi thị trường dễ dàng hơn như đối thủ cạnh tranh, cửa hàng hiện tại và tương lai dựa trên bản đồ và dữ liệu, cũng như nghiên cứu thị trường chi tiết hơn, xác định địa bàn hoạt động của doanh nghiệp chẳng hạn như có bao nhiêu cửa hàng đã và đang hoạt động trên địa bàn, tình hình cạnh tranh của các cửa hàng như thế nào, đặc biệt là khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp.

Giải pháp về vốn và chi phí. Chi phí là yếu tố quan trọng khi sử dụng GIS, chi phí của việc mua sắm, lắp đặt thiết bị và phần mềm GIS là những trở ngại xuất hiện trong quá trình sử dụng kỹ thuật GIS. Ở dữ liệu đầu vào thì thu thập dữ liệu không gian là nhiệm vụ khó khăn, nặng nề nhất trong quá trình ứng dụng GIS. Do đó, các doanh nghiệp phải có nguồn tài chính lớn ban đầu. Trong điều kiện khó có thể tăng một cách nhanh chóng nguồn vốn, thì vấn đề nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn là yêu cầu bắt buộc với doanh nghiệp, được thực hiện bởi một số giải pháp sau: thứ nhất, lựa chọn các nguồn vốn phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp, có thể huy động thông qua đội ngũ lao động trong doanh nghiệp để tạo nguồn vốn kịp thời và tăng cường gắn bó quyền lợi của người lao động với doanh nghiệp. Thứ hai, tạo mối quan hệ tài chính tích cực giữa doanh nghiệp với các ngân hàng và tổ chức tài chính tín dụng để có thể tiếp cận nguồn vốn hiệu quả.

Mở rộng thị trường bán lẻ ở vùng ngoại ô. Vị trí là một yếu tố rất quan trọng khi doanh nghiệp tiến hành kinh doanh ở mảng bán lẻ, tác động đến thu hút khách hàng tiềm năng, tình hình kinh doanh của doanh nghiệp. Dựa trên kết quả phân tích bản đồ, các kênh bán lẻ hiện đại phân bố chủ yếu ở khu vực nội ô dẫn đến thị trường bán lẻ khu vực này bão hòa làm tăng mức độ cạnh tranh giữa các cửa hàng tiện ích, siêu thị, trung tâm thương mại với các kênh bán lẻ truyền thống. Trong khi đó, mật độ dân cư ở các vùng ngoại ô tăng cao nhưng lại không có nhiều kênh bán lẻ hiện đại hay truyền thống đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng. Vì vậy, doanh nghiệp mà cụ thể là những nhà đầu tư đang tìm kiếm vị trí cho

cửa hàng mới nên phân bố ở những khu vực ngoại ô như quận Cái Răng, phường An Khánh, hay Lê Bình.

4. KẾT LUẬN

Bài nghiên cứu đã khái quát được thực trạng ứng dụng GIS của các doanh nghiệp bán lẻ Cần Thơ cũng như ứng dụng GIS trong phân tích và đánh giá vị trí chuỗi cửa hàng tiện ích VinMart+ thông qua phần mềm MapInfo và xác định được những vị trí mới phù hợp cho cửa hàng, cũng như cho thấy thông tin cụ thể của cửa hàng trên dữ liệu bản đồ. Hệ thống thông tin địa lý là một trong những ứng dụng rất có giá trị của công nghệ thông tin trong ngành địa lý. Với sự phát triển không ngừng của GIS, những tính năng ưu việt mà GIS đem lại thì nhiều doanh nghiệp bán lẻ đang cần GIS để cố gắng gia tăng hiệu quả trong việc phân phối sản phẩm và dịch vụ của mình. Đồng thời, lựa chọn vị trí là chiến lược quan trọng đối với các nhà bán lẻ giúp các doanh nghiệp phát triển lợi thế cạnh tranh bền vững hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Từ những thuận lợi về thị trường tập trung đông dân, vùng kinh tế trọng điểm của vùng Đồng bằng và mức thu nhập người dân dần cải thiện thì Cần Thơ đang thu hút nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào mảng bán lẻ hiện đại. Do đó, mức độ cạnh tranh giữa kênh bán lẻ truyền thống và hiện đại càng gay gắt. Yếu tố quan trọng là nhận thức từ người quản lý trong công tác ứng dụng GIS. Mỗi quản lý có tầm quan trọng để sử dụng GIS theo mục tiêu của doanh nghiệp, nếu hiểu được tầm quan trọng và sẵn sàng đầu tư vào công nghệ GIS thì chắc hẳn doanh nghiệp sẽ nhanh chóng thâm nhập vào thị trường mới. Tuy nhiên, cũng cần các chuyên gia nghiên cứu GIS hỗ trợ người quản lý trong doanh nghiệp. Ngoài ra, Nhà nước nghiên cứu, học tập kinh nghiệm của chính phủ các nước ứng dụng GIS thành công như Mỹ, Anh hay Ấn Độ trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận GIS hiệu quả phù hợp với điều kiện của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aronoff, S., 1989. Geographic Information Systems: A Management Perspective. Ottawa: WDL Publications.
2. Abdulkader, 2007. Using GIS for Retail Planning in Jeddah City. American Journal of Applied Sciences 4. New York: Science Publication.
3. Công Trí, 2016. Việt Nam là thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất trong năm 2016. Báo điện tử Chính Phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. <<http://baochinhphu.vn/Thi-truong/Viet-Nam-la-thi-truong-ban-le-hap-dan-trong-nam-2016/246757.vgp>>. [Ngày truy cập: 23 tháng 9 năm 2016].
4. Goodchild, et al., 1991. Introduce to GIS. NCGIA-University of California. 3rd Printing, October 1991.
5. Jones K., Pearce M., The Geography of Markets: Spatial Analysis for Retailers, Ivey Business Journal, 63, 3, 66-70, 1999.
6. Kimberly M., 2007. Market Analysis: Using GIS to analyze Area for Business Retail Expansion. Saint Mary's University of Minnesota University Central Services Press. Winona, MN. Volume 9. Papers in Resource Analysis. 8pp.
7. Lê Bảo Tuấn, 2008. Bài giảng Hệ Thống Thông Tin Địa Lý. Đại học khoa học Huế.
8. Lê Tuấn Anh và Lê Minh Tuấn, 1997. Giáo trình tin học địa chất hướng dẫn sử dụng MapInfo. Viện Thông tin Tư liệu địa chất. Nhà xuất bản Hà Nội
9. Lưu Thị Minh Ngọc, 2011. Cửa hàng tiện ích tại các khu đô thị mới của Hà Nội sau gia nhập WTO, thực trạng và giải pháp. Tạp chí Công nghệ và khoa học, số 6, trang 54-58.
10. Lê Thị Dung, 2014. Ứng dụng GIS hỗ trợ phân tích kinh doanh cho hệ thống cửa hàng bán lẻ sản phẩm Vinamilk áp dụng trong phạm vi quận Thủ Đức. Luận văn Đại học. Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh.
11. Madigan, C. (1997). GIS Means Business - A Personal perspective of Business GIS applications. Annual European User Conference. Copenhagen.
12. Michele, W. (2004). Setting your store by GIS. Precision Marketing, p.24 - 25.

13. Ngô Minh Cách và Đào Thị Minh Thanh, 2009. Quản Trị Marketing. Học Viện Tài Chính. Nhà xuất bản Tài Chính, 350trang.
14. Nguyễn Thị Lan Anh, 2010. Ứng dụng hệ thống thông tin địa lý (GIS) trong Marketing, Nội san, số 4 trang 44-46.
15. Reuben. (2004). Convenience stores: past and present. Journal of food distribution research, p. 36-37.
16. Sita Mishra, 2009. GIS in Indian Retail Industry – A Strategic Tool.Institute of Management Technology Raj Nagar, Ghziabad, India. Vol.1, No.1.
17. Võ Quang Minh, 2005. Giáo trình hệ thống thông tin địa lý. Bộ môn Khoa học đất và Quản lý đất đai, Khoa Nông nghiệp. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG NÔNG NGHIỆP Ở ĐỒNG BẰNG
SÔNG CỬU LONG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI XÃ VĨNH THANH, HUYỆN
PHƯỚC LONG, TỈNH BẠC LIÊU**

Nguyễn Công Toàn

Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL - Trường Đại học Cần Thơ
ncongtoan@ctu.edu.vn, Tel: 0987.788.214

TÓM TẮT

Nghiên cứu về năng suất lao động nông nghiệp hiện nay trong vùng ĐBSCL là rất cần thiết, bởi vì chính năng suất lao động là chìa khóa quan trọng để góp phần phát triển nông nghiệp bền vững. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở tầm quan trọng đó nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất giải pháp nâng cao năng suất lao động nông nghiệp của hộ gia đình. Qua phân tích kết quả hồi qui đa biến cho thấy 5 yếu tố ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê với năng suất lao động nông nghiệp là quy mô ngày công lao động nhà và thuê, diện tích đất sản xuất nông nghiệp, mức độ cơ giới hóa nông nghiệp và tiêu thu nông sản qua hợp đồng, trong đó yếu tố tiêu thụ nông sản qua hợp đồng có ảnh hưởng nhiều nhất tới năng suất lao động nông nghiệp. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy với việc tăng cường áp dụng kỹ thuật mới, giống mới cho năng suất cao, chất lượng sản phẩm tốt và tăng tỷ lệ cơ giới hóa trong nông nghiệp, liên kết sản xuất theo hướng quy mô lớn, sản xuất tập trung, tận dụng có hiệu quả nguồn lực lao động, vốn, đất đai là những giải pháp lớn góp phần nâng cao năng suất lao động nông nghiệp của hộ gia đình.

Từ Khóa: Hộ gia đình, Lao động nông nghiệp, Liên kết sản xuất, Năng suất lao động, Sản xuất nông nghiệp

**SOLUTIONS FOR IMPROVING AGRICULTURAL PRODUCTIVITY IN THE MEKONG
DELTA: A CASE STUDY AT VINH THANH COMMUNE, PHUOC LONG DISTRICT,
BAC LIEU PROVINCE**

ABSTRACT

Research on agricultural labor productivity is very necessary, because the labor productivity is the key to play to contributed to the sustainable development of agriculture in the Mekong Delta. The research was conducted on the basis of importance in order to assess the factors affecting and proposing solutions to improve agricultural labor productivity of households. Through analyzing multiple regression, the results show that there are 5 factors that affect to agricultural labor productivity significantly such as the size of laborers day house and hired, acreage agriculture cultivation, level of agricultural mechanization and agricultural consumption influence through contracts significantly to agricultural labor productivity. Research findings also showed that with the increase in the use of new techniques, new high yielding varieties, good product quality and increasing mechanization in agriculture, linking production towards large-scale, centralized, effectively utilize of labor resources, capital, land is the major solutions contribute to improving agriculture labor productivity of households.

Keywords: Households, Agricultural labor, Linking producing, Labor productivity, Agricultural production

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đồng bằng sông cửu Long (ĐBSCL) là vùng kinh tế trọng điểm của cả nước, là trung tâm lớn về sản xuất lúa gạo, nuôi trồng, đánh bắt và chế biến thủy sản đóng góp lớn vào xuất khẩu nông thủy sản của cả nước. Với thành tựu phát triển Kinh tế - Xã hội chung của vùng, đặc biệt là lĩnh vực nông nghiệp – hàng năm đóng góp từ 70-80% sản lượng xuất khẩu thủy sản, khoảng 90% sản lượng xuất khẩu lúa gạo của cả nước (Tổng cục Thống kê, 2014), với gần 3,4 triệu hộ gia đình đã đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển này và đã tạo ra giá trị sản xuất chiếm trên 90% giá trị sản xuất của toàn ngành trong vùng (Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng, 2006). Tuy nhiên, thách thức lớn nhất hiện nay của

nông nghiệp ĐBSCL thời hậu WTO chính là khả năng cạnh tranh và ổn định thu nhập cho nông dân (Đinh Phi Hồ, 2008).

Năng suất lao động nông nghiệp (NSLĐNN) của Việt Nam rất thấp so với các nước trong khu vực: chỉ bằng 32,8% so với Indonesia, 25,5% so với Thailand, 16% so với Philippines, 3,6% so với Malaysia,... (Đinh Phi Hồ, 2008). Hiện nay, 2 bất lợi chính trong cạnh tranh sản xuất nông nghiệp là quy mô sản xuất nhỏ lẻ của kinh tế hộ gia đình và trình độ ứng dụng công nghệ thấp⁶ dẫn đến hệ quả làm cho nông dân ĐBSCL rất khó nâng cao thu nhập (lợi nhuận ròng) vì sản xuất với giá thành cao và chất lượng sản phẩm thấp, không đáp ứng được nhu cầu thị trường (Đinh Phi Hồ, 2008), nên việc nâng cao năng lực cạnh tranh và cải thiện thu nhập cho nông dân ĐBSCL chính là nâng cao NSLĐNN. Bởi lẽ, NSLĐ là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh đầy đủ nhất về năng lực, trình độ sản xuất nông nghiệp, nó liên quan chặt chẽ đến các yếu tố đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất (Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng, 2006). Do đó, nâng cao NSLĐNN sẽ là chìa khóa của sự phát triển nông nghiệp vùng ĐBSCL trong quá trình hội nhập (Đinh Phi Hồ, 2008).

Vì các lý do trên, nên việc nghiên cứu kinh tế hộ gia đình, đặc biệt là đề xuất các giải pháp nâng cao NSLĐNN của hộ gia đình là rất cần thiết, bởi vì đây sẽ là cơ sở quan trọng giúp hộ cải thiện sản xuất theo hướng sản xuất hàng hóa tập trung, giảm giá thành sản xuất và gia tăng lợi nhuận trên đơn vị diện tích, từ đó góp phần thúc đẩy phát triển toàn diện nông nghiệp – nông thôn – nông dân hiện nay của vùng ĐBSCL.

Nghiên cứu được hiện thực nhằm đạt được các mục tiêu cụ thể như sau:

- Đánh giá được thực trạng về NSLĐNN cũng như xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐNN của hộ gia đình;
- Phân tích được những thuận lợi, khó khăn, cơ hội và thách thức của hộ gia đình trong sản xuất nông nghiệp;
- Đề xuất các giải pháp nâng cao NSLĐNN góp phần cải thiện thu nhập của hộ gia đình và phát triển bền vững Nông nghiệp – Nông thôn và Nông dân.

2. PHƯƠNG PHÁP LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp luận và mô hình nghiên cứu

Đối với nhiều nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, lao động nông nghiệp chiếm một tỷ trọng cao trong tổng lao động của nền kinh tế. Trong đó, thể hiện lên mối quan hệ giữa số lượng và chất lượng lao động và theo xu hướng nghịch chiều, có nghĩa là NSLĐ là yếu tố quyết định làm thay đổi số lượng lao động (Đinh Phi Hồ, 2008). Đề tài tiếp cận trên cơ sở lý thuyết về thay đổi số lượng lao động và NSLĐ, trong đó có nhiều tác giả đề cập với các chủ đề khác nhau có liên quan đến lý thuyết này.

Đối với Lewis (1954) cho rằng có tình trạng dư thừa lao động trong khu vực nông nghiệp. Do đó, NSLĐ trong khu vực nông nghiệp thấp. Vì vậy, việc dịch chuyển bộ phận lao động dư thừa từ khu vực nông nghiệp sang khu vực công nghiệp sẽ tác động tăng NSLĐ nông nghiệp và làm cho tăng sản lượng khu vực công nghiệp. Hệ quả là nâng cao được tốc độ tăng trưởng kinh tế. Trong khi đó, Todaro (1969) quan tâm đến vấn đề chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong khu vực nông nghiệp thì có nhận định là quá trình phát triển nông nghiệp trải qua 3 giai đoạn, từ thấp đến cao, từ đó góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nền nông nghiệp độc canh sang đa dạng hóa và chuyên môn hóa theo lợi thế so sánh. Tương ứng, là sự thay đổi tăng trưởng nông nghiệp do thay đổi phương thức phát triển theo bề rộng sang phương thức phát triển theo chiều sâu trên cơ sở tăng NSLĐ.

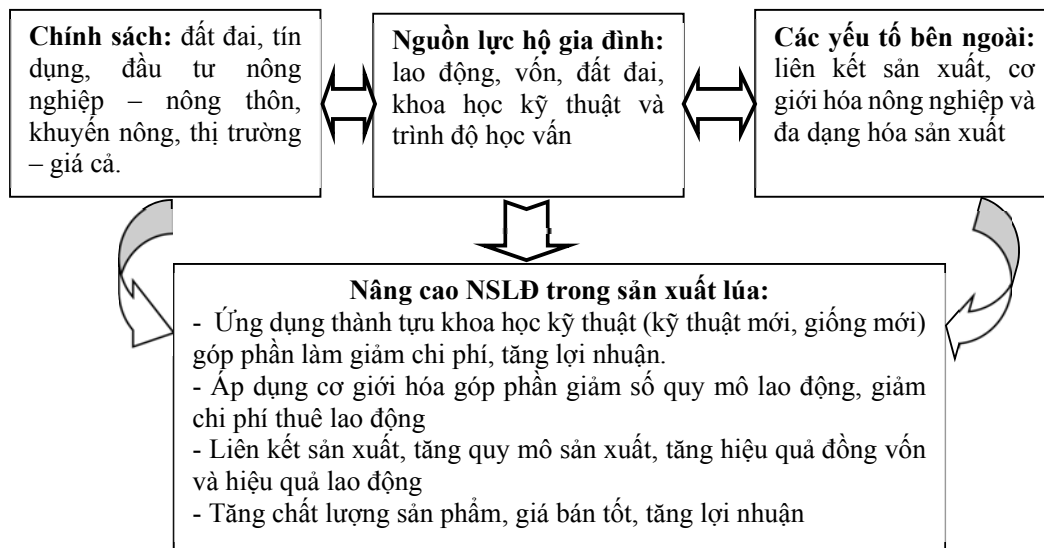
Cũng như cơ sở lý thuyết này, nhưng vấn đề quan tâm lại là vốn đầu tư trong nông nghiệp thì Harry T.Oshima (1955) tranh luận rằng quá trình phát triển và tăng trưởng nông nghiệp tiến hành 3 giai đoạn, từ đầu tư cho khu vực nông nghiệp theo chiều rộng nhằm đa dạng hóa sản xuất, ứng dụng công nghệ sinh học, sản xuất theo quy mô lớn, thu hút lao động nông nghiệp nhằm gia tăng sản lượng đến đầu tư phát triển các ngành kinh tế công nghiệp và dịch vụ theo chiều sâu nhằm giảm nhu cầu lao động. Tăng

⁶ Báo cáo từ Bộ NN&PTNT đến năm 2012, cơ giới hóa trong khâu thu hoạch cả nước chỉ mới đạt 30%; riêng ĐBSCL đạt 58%

trường trên cơ sở tăng NSLĐ. Đồng thời, với chủ đề quan tâm đến thu nhập của lao động nông nghiệp, Park (1992) cho rằng quá trình phát triển nông nghiệp trải qua 3 giai đoạn, trong giai đoạn phát triển, tăng trưởng nông nghiệp do nâng cao NSLĐ nông nghiệp và chính nó quyết định nâng cao thu nhập cho nông dân và Randy Barker (2002) cũng nhận định rằng NSLĐ nông nghiệp phụ thuộc vào năng suất đất đai và quy mô đất đai.

Bên cạnh đó, ở một góc độ khác về năng suất đất đai, Đinh Phi Hồ và cộng sự (2006) nhận định năng suất đất đai phụ thuộc vào các yếu tố: mô hình đa dạng hóa sản xuất nông nghiệp, quy mô vốn sản xuất, trình độ kiến thức nông nghiệp của chủ hộ, và giới tính của chủ hộ. Và đồng thời, quy mô đất đai phụ thuộc vào trình độ cơ giới, quy mô đất nông nghiệp của hộ gia đình.

Trên cơ sở lý thuyết, các nghiên cứu có trước và ý kiến chuyên gia về lĩnh vực đang quan tâm. Khung nghiên cứu được đề xuất như sau tại Hình 1.



Hình 1. Khung phân tích

Dựa vào khung phân tích và các kết quả nghiên cứu có trước trong và ngoài nước nghiên cứu về NSLĐ nông nghiệp là cơ sở quan trọng để chọn các biến độc lập đưa vào mô hình. Theo Randy Barker (2002) cho rằng các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐ nông nghiệp bao gồm trình độ kiến thức nông nghiệp và mức độ đa dạng hóa sản xuất. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu của các tác giả Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Nguyễn Quốc Nghi và cộng sự (2011), Nguyễn Hữu Trí và cộng sự (2009), Đinh Phi Hồ (2011), Anyaegbunam and et al (2012), Okoye and et al (2008), Olujenyo (2000) đã có đồng nhận định một số các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐNN bao gồm: quy mô vốn đầu tư, quy mô đất sản xuất nông nghiệp quy mô lao động, đa dạng hóa trong sản xuất nông nghiệp, quy mô tiền vay, trình độ cơ giới hóa, tiêu thụ sản phẩm qua liên kết, chi phí lao động thuê ngoài, tiếp cận khuyến nông, kinh nghiệm sản xuất, trình độ học vấn của chủ hộ. Hàm sản xuất Cobb-Douglas được sử dụng thể hiện mối quan hệ giữa NSLĐ nông nghiệp và các yếu tố ảnh hưởng (Tim Coelli and et al, 1997; Đinh Phi Hồ, 2008; Ukoha, 2000) được áp dụng để đo lường NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình.

$$\frac{Y_a}{L_a}$$

Công thức đo lường NSLĐ được xác định như sau: $Y = \frac{Y_a}{L_a}$ (1)

Trong đó: Y: năng suất lao động trong sản xuất lúa; Y_a : lợi nhuận cả năm trong sản xuất lúa (1000đ/ha/năm); L_a : tổng số ngày công lao động gia đình và lao động thuê trong sản xuất lúa (ngày công/ha/năm). Đồng thời, mô hình xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐ có dạng tổng quát như sau:

$$Y = f(\sum X_i, \sum D_j) \quad (2)$$

$$Y = A \sum X_i^{\beta_i} e^{\gamma_j D_j} + \varepsilon \quad (3)$$

Từ (3) ta có mô hình ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐ trong sản xuất lúa được viết lại như sau:

$$\hat{Y} = A + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + c_1D_1 + c_2D_2 + c_3D_3 \quad (4)$$

Trong đó: $\hat{Y}$ (biến phụ thuộc) là NSLĐ trong sản xuất lúa (1000đ/ngày công). Các biến $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ là các biến độc lập của mô hình. Các hệ số: $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7, D_1, D_2, D_3$ là các hệ số hồi qui. Các hệ số này sẽ được ước lượng bởi phương pháp bình phương bé nhất OLS. Các biến độc lập được đo lường cụ thể tại Bảng 1.

Bảng 1: Diễn giải các biến độc lập trong mô hình hồi qui

Biến số		Diễn giải	Căn cứ chọn biến	Kỳ vọng
Qmldnha	X_1	Quy mô lao động nhà, nhận giá trị tương ứng là tổng số ngày công lao động nhà bỏ ra trong sản xuất lúa (số ngày công/ha/năm)	Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Anyaegbunam and et al (2011), Okoye (2008)	-
Datnn	X_2	Quy mô đất nông nghiệp, nhận giá trị tương ứng với diện tích đất canh tác lúa của hộ (ha)	Olujenyo (2000), Okoye (2008), Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Anyaegbunam (2011), Nguyễn Hữu Trí và cộng sự (2009)	+
Tdcghoa	X_3	Trình độ cơ giới hóa, nhận giá trị tương ứng là chi phí cơ giới hóa của khâu làm đất và thu hoạch so với tổng chi phí sản xuất lúa cả năm của hộ gia đình (%)	Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Nguyễn Hữu Trí và cộng sự (2009), Kết quả quan sát thực tế của tác giả (9/2014)	+
Qmldthue	X_4	Quy mô lao động thuê, nhận giá trị tương ứng là tổng số ngày công lao động thuê trong sản xuất lúa (số ngày công/ha/năm)	Olujenyo (2000), Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Anyaegbunam and et al (2011)	-
Dadangsx	D_1	(biến giả) là đa dạng hóa trong sản xuất, nhận giá trị thể hiện qua giá trị SID (D_1 có giá trị cao nhất là 1 và thấp nhất là 0)	Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006) Nguyễn Hữu Trí và cộng sự (2009), Hồ Cao Việt (2005)	+
Khkythuat	D_2	(biến giả) là tiếp cận khoa học kỹ thuật, nhận 2 giá trị 1 và 0 ($D_2 = 1$, có tiếp cận; $D_2 = 0$, không tiếp cận)	Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006), Anyaegbunam and et al (2011)	+
Tieuthusp	D_3	(biến giả) là tiêu thụ sản phẩm qua hợp đồng, nhận 2 giá trị 1 và 0 ($D_3 = 1$, hộ gia đình có hợp đồng bán sản phẩm lúa cho doanh nghiệp; $D_3 = 0$, không có hợp đồng)	Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng (2006) Nguyễn Hữu Trí và cộng sự (2009)	+

2.2. Phương pháp chọn vùng và mẫu nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp chọn vùng nghiên cứu

Bạc Liêu là tỉnh đại diện để thực hiện nghiên cứu này vì trong sản xuất nông nghiệp của tỉnh Bạc Liêu đại diện cho 2 khu vực sinh thái mặn và ngọt. Đồng thời, các chỉ tiêu trong sản xuất nông nghiệp của tỉnh đạt ở mức trên dưới trung bình so với các tỉnh ở ĐBSCL. Theo kết quả tham vấn ý kiến chuyên gia ngành nông nghiệp tỉnh Bạc Liêu cho rằng Phước Long là huyện đại diện trong tỉnh và Vĩnh Thanh là xã đại diện trong huyện để tiến hành thực hiện thu thập số liệu sơ cấp và điều tra hộ phục vụ cho nghiên cứu.

Đối với tỉnh Bạc Liêu:

Bạc Liêu là 1 trong 13 tỉnh thành của vùng ĐBSCL, kinh tế nông nghiệp– thủy sản là chủ yếu. Bên cạnh khó khăn chung của toàn vùng như chi phí đầu vào trong sản xuất cao, giá cả sản phẩm đầu ra bấp bênh.v.v...thì trong sản xuất nông nghiệp của tỉnh còn gặp nhiều khó khăn và hạn chế như: (i) năng suất lúa bình quân cả năm đạt thấp nhất, năm 2014 chỉ đạt 55,98 tạ/ha so với 56,6 tạ/ha của toàn vùng; (ii) giá trị sản xuất nông nghiệp theo giá so sánh 1994 đạt thấp, năm 2013 chỉ đạt 2.357,6 tỷ đồng chỉ bằng 3,12% so với giá trị sản xuất nông nghiệp toàn vùng; (iii) cơ giới hóa trong sản xuất nông nghiệp còn hạn chế, đặc biệt là khâu thu hoạch, đến năm 2013 Bạc Liêu chỉ đạt 20% thấp thứ 2 so trong vùng với tỷ lệ 58% và so với cả nước với tỷ lệ 30%; (iv) diện tích đất sản xuất nông nghiệp của tỉnh cũng như quy mô đất canh tác/hộ nhỏ, đến 2014 đất sản xuất nông nghiệp chỉ đạt 103.000 ha thấp nhất so với các tỉnh trong vùng, chỉ bằng 3,9% diện tích đất sản xuất nông nghiệp toàn vùng và quy mô chỉ đạt 0,66 ha/hộ thấp hơn so với 0,8 ha/hộ của toàn vùng (Tổng cục Thống kê, 2014).

Đối với huyện Phước Long:

Phước Long là huyện điển hình trong sản xuất nông nghiệp của tỉnh Bạc Liêu, với đa dạng mô hình sản xuất, trong đó thế mạnh là sản xuất lúa. Tuy nhiên, trong sản xuất nông nghiệp huyện đã và đang không ít những khó khăn nhất định, trong đó nổi bật chi phí sản xuất lúa tăng, lợi nhuận thấp; lực lượng lao động nông nghiệp còn đông (chiếm hơn 80%), do đó ảnh hưởng đến NSLĐ trong sản xuất lúa.

Đối với xã Vĩnh Thanh:

Vĩnh Thanh là xã đầu tiên trong huyện đạt 19 tiêu chí xã nông thôn mới, tuy nhiên trong phát triển Kinh tế - Xã hội của xã cũng còn gặp không ít những khó khăn, đặc biệt là trong sản xuất nông nghiệp – là thế mạnh của xã, nhưng vẫn là sản xuất nhỏ lẻ, quy mô đất/hộ thấp (dưới 0,5 ha/hộ), dân số sống tập trung hầu hết ở nông thôn, lực lượng lao động trong nông nghiệp còn khá lớn, hiệu quả sản xuất thấp do chi phí tăng cao, NSLĐ thấp và hộ gia đình luôn gặp nhiều rủi ro trong sản xuất nhất là yếu tố thị trường, giá bán sản phẩm thấp.

2.2.2. Phương pháp chọn mẫu nghiên cứu

Bảng 2: Cơ cấu số quan sát mẫu theo quy mô đất lúa tại xã Vĩnh Thanh

Quy mô đất lúa	Tần số	%
Nhỏ hơn 1 ha	32	27,1
Từ 1 – 2 ha	67	56,8
Lớn hơn 2 ha	19	16,1
Tổng	118	100,0

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

Đối tượng quan sát mẫu là hộ gia đình có tham gia thực hiện các hoạt động sản xuất lúa trên địa bàn nghiên cứu. Quan sát mẫu được chọn theo chọn mẫu xác suất bằng phương pháp ngẫu nhiên phân tầng theo quy mô đất đai. Việc lấy mẫu dựa vào nguyên tắc mẫu lớn cho mỗi nhóm để suy rộng cho tổng thể đối với các nghiên cứu ở qui mô vừa và nhỏ (Võ Thị Thanh Lộc, 2010). Kết quả khảo sát được 118 hộ gia đình, trong đó có 32 hộ gia đình có diện tích đất lúa nhỏ hơn 1 ha chiếm (27,1%), 67 hộ gia

đình có diện tích đất lúa từ 1 – 2 ha chiếm (56,8%) và 19 hộ có diện tích đất lúa lớn hơn 2 ha chiếm (16,1%).

2.3. Phương pháp thu thập số liệu nghiên cứu

2.3.1. Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp

Số liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau từ sở NN&PTNT tỉnh Bạc Liêu, Phòng NN&PTNT huyện Phước Long và UBND xã Vĩnh Thanh. Số liệu thứ cấp bao gồm các báo cáo thực trạng về việc đánh giá tình hình sản xuất nông nghiệp và tình hình phát triển Kinh tế - Xã hội năm 2015 của địa phương. Bên cạnh đó, số liệu thứ cấp còn được thu thập từ các bài báo khoa học được đăng trên tạp chí trong và ngoài nước; các kết quả nghiên cứu trước đó; niên giám thống kê năm 2015; các bài tham luận;...có liên quan đến chủ đề/các nội dung nghiên cứu.

2.3.2. Phương pháp thu thập số liệu sơ cấp

Tác giả sử dụng 1 vài công cụ trong phương pháp PRA - đánh giá nông thôn có sự tham gia (Võ Thị Thanh Lộc, 2010) để thu thập số liệu sơ cấp, bao gồm:

- *Phòng vấn người am hiểu (Key Informant Panel – KIP)*: thực hiện phỏng vấn cán bộ am tường cấp tỉnh, huyện và cấp xã trong lĩnh vực nông nghiệp. Kết quả phỏng vấn KIP sẽ là cơ sở thông tin quan trọng để thực hiện các nội dung tiếp theo. Nội dung phỏng vấn KIP sẽ được chuẩn bị trước dưới dạng checklist.

- *Thảo luận nhóm hộ gia đình (FGDs: Focus Group Discussions)*: Trên cơ sở kết quả tham vấn ý kiến từ phỏng vấn KIP cán bộ các cấp sẽ phân nhóm hộ gia đình theo 3 cấp độ qui mô đất đai khác nhau và thực hiện thảo luận nhóm lần lượt trên 3 nhóm hộ này. Kết quả thảo luận nhóm hộ gia đình là cơ sở quan trọng trong việc hoàn thiện nội dung bản hỏi điều tra và những thông tin nhận định chung về bức tranh thực trạng NSLĐ tại địa bàn nghiên cứu.

- *Điều tra trực tiếp bằng bản câu hỏi cấu trúc (Farm Interview-FI)*: Trên cơ sở kết quả thảo luận nhóm hộ gia đình và phỏng vấn KIP cán bộ, tác giả tiến hành xây dựng và hiệu chỉnh bản câu hỏi điều tra hộ gia đình cho phù hợp với tình hình thực tế tại điểm nghiên cứu.

Kết quả Bảng 3 cho thấy, tác giả đã thực hiện 3 lượt phỏng vấn KIP cán bộ các cấp với 3 người tham dự và 1 cuộc thảo luận nhóm hộ gia đình với 6 hộ (chủ hộ đại diện) tham dự.

Bảng 3: Số lượt và số người tham dự phỏng vấn KIP, thảo luận nhóm

Công việc thực hiện	Số lượt thực hiện	Số người tham dự
- Phỏng vấn KIP các cấp (tỉnh, huyện, xã)	3	3
- Thảo luận nhóm hộ gia đình	1	6
Tổng	4	9

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

2.4. Phương pháp phân tích số liệu

Tác giả đã sử dụng 1 vài phương pháp phân tích số liệu chủ yếu như sau:

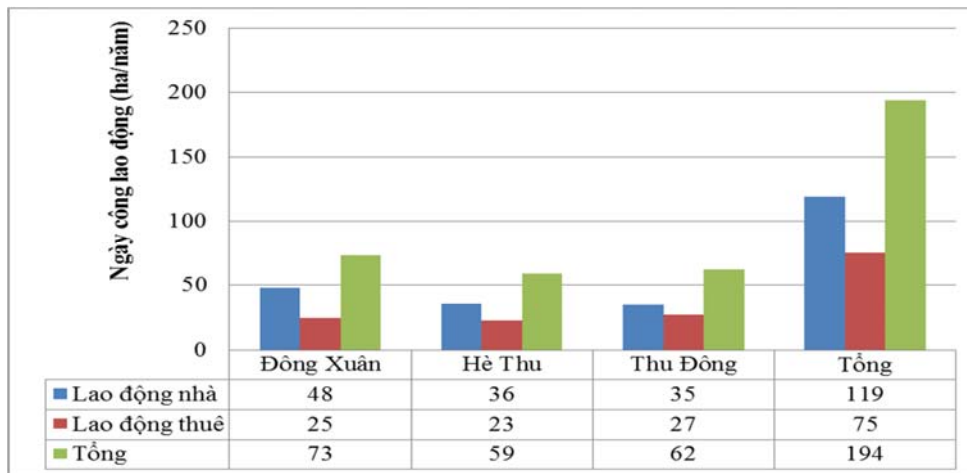
- Phân tích ma trận SWOT để nhận diện rõ điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của vấn đề nhằm xác định các chiến lược/giải pháp giúp cho hộ gia đình nâng cao NSLĐNN trong sản xuất nông nghiệp.
- Phương pháp phân tích hồi qui đa biến.
- Phương pháp phân tích tổng hợp, đánh giá và đề xuất giải pháp.

Đồng thời, tác giả đã sử dụng phần mềm xử lý và phân tích thống kê SPSS 20.0 và Excel trong quá trình nhập, mã hóa, phân tích dữ liệu và viết báo cáo.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng NSLĐNN và các yếu tố ảnh hưởng

Kết quả nghiên cứu cho thấy, tổng ngày công lao động (bao gồm lao động nhà và lao động thuê) trong các hoạt động sản xuất lúa/năm của hộ gia đình là 194 ngày công lao động/ha/năm, trong đó ngày công lao động nhà là chiếm 119 ngày công (chiếm 61,5%) và ngày công lao động thuê là 75 ngày công (chiếm 38,5%). Trong đó mỗi vụ có số ngày công lao động khác nhau, vụ Đông Xuân cao nhất, đạt 73 ngày công (chiếm 37,4% tổng số ngày công lao động cả năm), vụ Hè Thu là 59 ngày công (chiếm 30,6%) và vụ Thu Đông là 62 ngày công (chiếm 32,0%) (Hình 2).

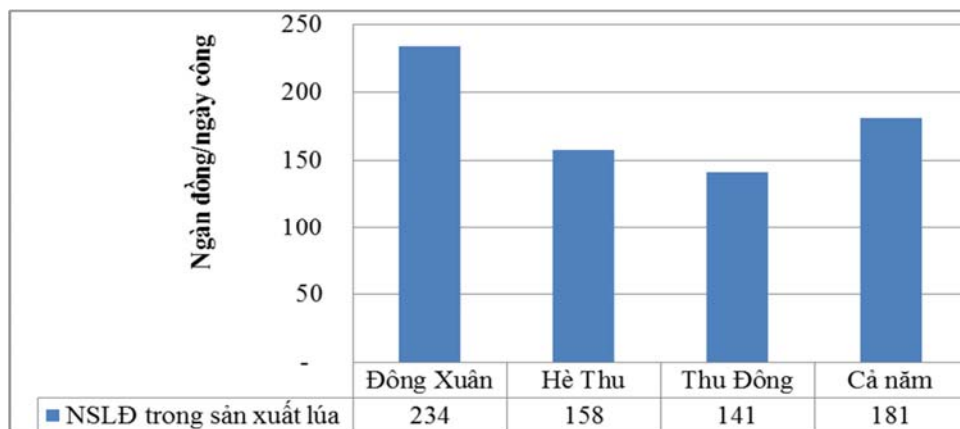


Hình 2. Tổng số ngày công lao động sản xuất lúa (ngày công/ha)

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

Như kết quả phân tích thực trạng sản xuất lúa của hộ gia đình cho thấy, lợi nhuận sản xuất lúa cả năm đạt 35,147 triệu đồng/ha, trong đó lợi nhuận vụ Đông Xuân đạt cao nhất là 17,061 triệu đồng/ha (chiếm 48,5% tổng lợi nhuận cả năm), vụ Hè Thu là 9,324 triệu đồng/ha (chiếm 26,5%) và vụ Thu Đông là 8,762 triệu đồng/ha chiếm (24,9%) (Nguyễn Công Toàn, 2015)

Như vậy, từ công thức (1), ta tính toán được NSLĐ trong sản xuất lúa cả năm đạt trung bình là 181.000 đồng/ngày công, trong đó, vụ Đông Xuân có NSLĐ cao nhất, đạt 234.000 đồng/ngày công, cao gấp 1,5 lần so với NSLĐ vụ Hè Thu (158.000 đồng/ngày công) và cao gấp 1,7 lần so với vụ Thu Đông (141.000 đồng/ngày công) (Hình 3). Từ kết quả phân tích trên cho thấy, số ngày công lao động có ảnh hưởng rất lớn đến NSLĐ trong sản xuất lúa và ảnh hưởng này là nghịch chiều (có nghĩa là, nếu rút bớt lao động trong nông nghiệp, giảm số ngày công lao động thì sẽ làm tăng NSLĐ trong sản xuất và ngược lại).



Hình 3. NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình (1.000đ/ngày công)

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

Tóm lại, từ kết quả phân tích trên cho thấy, NSLĐ trong sản xuất lúa tại xã Vĩnh Thanh trung bình đạt 35,114 triệu đồng/lao động/năm⁷ thấp hơn NSLĐ chung của toàn nền kinh tế, chỉ bằng 47,3%, và chỉ bằng 26,3% so với NSLĐ khu vực Công nghiệp – Xây dựng và bằng 34,9% so với NSLĐ khu vực Dịch vụ (Báo cáo Năng suất Lao động của Việt Nam, 2014)⁸. Thực tế cho thấy, thời gian tiêu tốn cho hoạt động sản xuất lúa của hộ gia đình là khá lớn chiếm 61,6% tổng thời gian trong năm dành cho sản xuất lúa. Đây là một trong những nguyên nhân làm cho NSLĐ đạt thấp. Do vậy, việc phân bổ thời gian (ngày công) lao động một cách hợp lý giữa các hoạt động sản xuất nông nghiệp (lúa) và các hoạt động phi nông nghiệp khác của hộ gia đình để rút bớt thời gian lao động trong sản xuất nông nghiệp sang tham gia các hoạt động phi nông nghiệp tạo thêm nguồn thu nhập là rất quan trọng góp phần nâng cao NSLĐ, nâng cao thu nhập toàn hộ, nâng cao đời sống và phát triển bền vững kinh tế gia đình.

Với kết quả kiểm định Durbin – Waston có giá trị bằng 1,873 (giá trị này nằm trong khoảng $1 < D < 3$), điều này cho thấy mô hình hồi qui không có sự tự tương quan. Đồng thời, với độ phóng đại phương sai (VIF) của tất cả các biến độc lập trong mô hình đều rất nhỏ (nhỏ hơn 10) nên mô hình không có thể xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, với các kiểm định trên cho thấy, mô hình hồi qui đa biến mô tả mối liên hệ tuyến tính là khá phù hợp trong nghiên cứu này.

Bảng 4: Hệ số ước lượng của các biến trong mô hình hồi qui

Chỉ tiêu	Hệ số b	Mức ý nghĩa (P – value)	VIF
Hằng số	506.309,79	0,000	
Ngày công lao động nhà (X1)	-1.660,30	0,000	1,045
Diện tích canh tác lúa (X2)	10.075,78	0,089	1,187
Cơ giới hóa nông nghiệp (X3)	8.173,75	0,000	1,156
Ngày công lao động thuê (X4)	-1.880,38	0,000	1,063
Đa dạng hóa nông nghiệp (D1)	-17.104,32	0,674	1,160
Tập huấn khoa học kỹ thuật (D2)	15.932,67	0,288	1,050
Tiêu thụ lúa qua hợp đồng (D3)	55.871,44	0,032	1,147
Hệ số xác định $R^2 = 0,724$			

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2015)

Từ kết quả Bảng 4 cho thấy, có 5 yếu tố trong mô hình hồi qui có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng đến NSLĐ trong sản xuất của hộ gia đình như số ngày công lao động gia đình, số ngày công lao động thuê,

⁷ Theo cách tính toán của tác giả, với bình quân 3 vụ lúa/năm nông dân bỏ ra 10,5 tháng (tương đương 315 ngày công/năm), tuy nhiên với kết quả điều tra, hộ gia đình chỉ có sử dụng tổng cộng 194 ngày công gia đình và thuê để thực hiện các hoạt động sản xuất lúa chiếm 61,6% tổng số ngày trong năm; còn lại nông dân nhàn rỗi với 121 ngày chiếm 38,4%. Như vậy, NSLĐ bình quân cả năm đạt 181.000 đồng/ngày x 194 ngày công/năm = 35,114 triệu đồng/lao động/năm.

⁸ Theo báo cáo Năng suất lao động của Việt Nam (2014), cho rằng năng suất lao động tăng nhưng vẫn thấp, GDP bình quân 1 lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc (tính theo giá hiện hành của toàn nền kinh tế) ước đạt 74,3 triệu đồng/lao động (tương đương 3.515 USD/lao động). Trong đó, năng suất lao động khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chỉ đạt 28,9 triệu đồng/lao động, bằng 38,9% mức năng suất lao động chung của toàn nền kinh tế; trong khi đó, năng suất lao động khu vực công nghiệp và xây dựng đạt 133,4 triệu đồng/lao động, gấp 1,8 lần và khu vực dịch vụ đạt 100,7 triệu đồng/lao động, gấp 1,36 lần so với mức năng suất lao động chung của toàn nền kinh tế.

tiêu thụ sản phẩm qua hợp đồng, cơ giới hóa nông nghiệp và diện tích sản xuất lúa. Đồng thời, với hệ số xác định $R^2 = 0,724$ (mức độ giải thích các biến) cho thấy có đến 72,4% biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình hồi qui, còn lại 27,6% được giải thích bởi các biến độc lập khác nhưng chưa đưa vào mô hình.

Ảnh hưởng của các biến trong mô hình hồi qui đến NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình được giải thích cụ thể như sau:

- Ngày công lao động nhà của hộ gia đình (X1): Có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng 1% và ảnh hưởng nghịch chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Điều này phù hợp với kỳ vọng ban đầu, nếu số ngày công lao động nhà tiêu tốn nhiều thì làm cho NSLĐ trong sản xuất lúa càng giảm. Như vậy, nếu giả định rằng các biến độc lập khác cố định, khi tăng một ngày công lao động nhà trong sản xuất lúa sẽ làm giảm NSLĐ là 1.660,30 đồng/ngày công.

- Diện tích canh tác lúa (X2): Có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng 5% và ảnh hưởng cùng chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Có nghĩa là khi diện tích lúa càng cao thì NSLĐ trong sản xuất lúa càng tăng, điều này phù hợp với kỳ vọng ban đầu là diện tích lúa có ảnh hưởng cùng chiều với NSLĐ. Thực tế cho thấy, nếu nông hộ có qui mô diện tích canh tác càng lớn, thì cơ hội nông hộ sẽ dễ dàng thực hiện ứng dụng kỹ thuật trong khâu cơ giới hóa làm đất, thu hoạch và chăm sóc đồng loạt, ngược lại những hộ có qui mô sản xuất nhỏ lẻ thì sẽ tốn nhiều công lao động hơn. Giả định rằng nếu cố định các biến độc lập khác thì khi tăng diện tích lên 1 công thì sẽ làm tăng NSLĐ là 10.075,78 đồng/ngày công.

- Cơ giới hóa nông nghiệp (X3): Có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng 1% và ảnh hưởng cùng chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Điều này phù hợp với kỳ vọng ban đầu, nếu tỷ lệ cơ giới hóa nông nghiệp càng cao sẽ giảm bớt số ngày công lao động trong sản xuất lúa góp phần gia tăng NSLĐ. Như vậy, nếu giả định rằng các biến độc lập khác cố định, khi tăng 1% cơ giới hóa các hoạt động sản xuất lúa sẽ làm tăng NSLĐ là 8.173,75 đồng/ngày công. Điều này cũng phù hợp với các nghiên cứu trước đó cho rằng cơ giới hóa nông nghiệp sẽ gia tăng hiệu quả sản xuất, giảm chi phí và tăng lợi nhuận trong sản xuất.

- Ngày công lao động thuê (X4): Có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng 1% và ảnh hưởng nghịch chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Điều này phù hợp với kỳ vọng ban đầu, nếu hộ gia đình càng thuê nhiều ngày công trong sản xuất lúa thì sẽ làm cho NSLĐ trong sản xuất lúa càng giảm và ngược lại. Như vậy, nếu giả định rằng các biến độc lập khác cố định, khi tăng một ngày công lao động thuê trong sản xuất lúa sẽ làm giảm NSLĐ là 1.880,38 đồng/ngày công.

- Tiêu thụ lúa qua hợp đồng (D3): Có ý nghĩa thống kê ảnh hưởng 5% và ảnh hưởng cùng chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Điều này phù hợp với kỳ vọng ban đầu, có nghĩa là khi hộ gia đình có thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm trong sản xuất lúa thì sẽ có NSLĐ cao hơn hộ gia đình không có thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm do chủ động được giá bán sản phẩm và ngược lại. Giả định rằng nếu cố định các biến độc lập khác thì hộ gia đình có thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm có NSLĐ trong sản xuất cao hơn 55.879,44 đồng/ngày công so với hộ gia đình không có thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm. Bởi lẽ khi hộ có hợp đồng tiêu thụ sản phẩm sẽ bán lúa với giá cao hơn so với không hợp đồng tiêu thụ sản phẩm làm cho lợi nhuận trong sản xuất lúa thu về sẽ cao hơn.

Mặc dù, kết quả phân tích hồi qui chưa cho thấy 2 yếu tố là đa dạng hóa nông nghiệp và tập huấn khoa học kỹ thuật ảnh hưởng đến NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình. Điều này có thể lý giải cụ thể như sau:

- Đối với yếu tố đa dạng hóa nông nghiệp (D1): Với kết quả phân tích cho thấy chỉ số $SID = 0,22$ cho thấy, mức độ đa dạng nông nghiệp tại địa bàn nghiên cứu chưa cao, chủ yếu là chuyên canh sản xuất lúa (thể hiện ở cơ cấu thu nhập từ lúa chiếm trên 60% tổng thu nhập toàn hộ). Do vậy, khi mức độ đa dạng các hoạt động khác thì hiệu quả kinh tế mang lại còn thấp nên chưa ảnh hưởng mạnh lên NSLĐ.

- Đối với yếu tố tập huấn khoa học kỹ thuật (D2): Qua kiểm định không ý nghĩa thống kê, nhưng có ảnh hưởng cùng chiều đến NSLĐ trong sản xuất lúa. Tại địa bàn nghiên cứu, sản xuất lúa là nghề nghiệp chính của phần lớn nông dân, nhiều nông dân đã có nhiều năm canh tác lúa nên các kỹ thuật trong sản xuất đã am hiểu, không có sự khác biệt lớn về sự am hiểu kỹ thuật sản xuất lúa giữa các nông dân.

3.2 Đề xuất giải pháp nâng cao NSLĐNN

3.2.1. Tồn tại và nguyên nhân

Mục tiêu cuối cùng và lâu dài trong sản xuất là giúp cho nông dân sản xuất lúa luôn có lợi nhuận cao và từng bước chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn hợp lý trên cả 3 lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp – xây dựng và dịch vụ góp phần sử dụng ngày càng hiệu quả hơn các nguồn lực về lao động, vốn, đất đai trong sản xuất để gia tăng NSLĐ, tăng thu nhập cho nông dân. Trên sở phân tích thực hiện trạng sản xuất lúa cho thấy, tại xã Vĩnh Thanh còn tồn tại 2 hạn chế nhất định như sau:

(i) Hiệu quả kinh tế sản xuất lúa thấp: thể hiện qua việc hiệu quả sử dụng đồng vốn thấp (nhỏ hơn 1) so với các nghiên cứu trước tại một vài địa phương trong vùng thì hiệu quả đồng vốn lớn hơn 1. Điều này, do nhiều nguyên nhân khác nhau, trong đó chủ yếu là do chi phí sản xuất lúa cao và giá bán thấp. Trong cơ cấu chi phí sản xuất lúa thì 2 loại chi phí chiếm cao nhất là chi phí vật tư nông nghiệp (phân và thuốc bảo vệ thực vật) và chi phí thuê lao động (chiếm hơn 50% tổng chi phí sản xuất). Trong khi đó, năng suất lúa có tăng nhưng không nhiều, dẫn đến sản lượng cũng không gia tăng so với những năm trước, cộng thêm giá lúa thấp (dưới 5.000 đồng/kg). Điều này, đã làm cho lợi nhuận sản xuất lúa của nông dân thấp, đời sống người dân có cải thiện nhưng chậm. Nguyên nhân khác nhưng cũng không kém phần quan trọng làm cho hiệu quả sản xuất lúa thấp là phần lớn nông dân vẫn còn sản xuất theo tập quán cũ, dựa vào kinh nghiệm là chủ yếu, hạn chế tiếp thu những tiến bộ khoa học kỹ thuật như sạ hàng, áp dụng quản lý dịch bệnh tổng hợp (IPM), mô hình 3 giảm 3 tăng v.v... nên nhìn chung trong sản xuất, nông dân vẫn chưa giảm được chi phí sản xuất, nhất là chi phí vật tư.

(ii) NSLĐNN thấp: Theo kết quả phân tích về thực trạng sản xuất lúa cho thấy, thâm hụt lao động trong sản xuất là khá cao, cụ thể có đến 61% số ngày công lao động tiêu tốn trong sản xuất lúa, trong khi hiệu quả sử dụng lao động nhà thấp (bình trung cả năm đạt 295.000 đồng/ngày công). Bên cạnh đó, do tỷ lệ cơ giới hóa trong sản xuất lúa tại địa bàn nghiên cứu chưa cao, chủ yếu tập trung vào khâu làm đất và thu hoạch (chi phí cơ giới hóa nông nghiệp chiếm 23% tổng chi phí sản xuất lúa) nhỏ hơn so với toàn vùng là 58% nên vẫn còn cần nhiều lao động tham gia trong hoạt động sản xuất lúa. Đồng thời, với kết quả nghiên cứu cho thấy, mức độ đa dạng hóa nông nghiệp của nông hộ tạo nguồn thu nhập là ở mức chưa cao (chỉ số đa dạng hóa SID = 0,22); nguồn thu nhập chủ yếu của nông hộ là từ sản xuất lúa chiếm đến 77%; các hoạt động phi nông nghiệp có phát triển nhưng ở mức thấp, chỉ chiếm 13,6% tổng thu nhập toàn hộ. Tóm lại, do hiệu quả kinh tế sản xuất lúa thấp, trong sản xuất lúa vẫn còn thâm hụt nhiều lao động, hiệu quả lao động trong sản xuất chưa cao nên dẫn đến NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình thấp.

3.2.2. Phân tích SWOT

Trên cơ sở tổng hợp kết quả điều tra hộ, kết quả tham vấn ý kiến cán bộ địa phương, kết quả cho thấy, trong sản xuất lúa tại xã Vĩnh Thanh có những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức như sau:

- Điểm mạnh: Trong sản xuất lúa, hộ gia đình có những điểm mạnh như: có nguồn lao động nhà và đủ sức khỏe tham gia tốt sản xuất lúa. Những lao động này đều có kinh nghiệm (28 năm) cũng như kỹ thuật trong sản xuất lúa. Đồng thời, kết hợp với quy mô đất canh tác lúa/hộ ở mức cao (trung bình 1,8 ha/hộ) là lợi thế giúp hộ có khả năng liên kết sản xuất và ứng dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật góp phần giảm chi phí, tăng lợi nhuận trong sản xuất lúa.

- Điểm yếu: Bên cạnh điểm mạnh được phân tích trên, hộ gia đình có những điểm yếu đã làm hạn chế hay dẫn đến hiệu quả sản xuất thấp. Hộ gia đình cần sớm khắc phục những điểm yếu này và biết cách tận dụng tốt các cơ hội sẽ là điều kiện thuận lợi giúp hộ gia đình tăng hiệu quả sản xuất, tăng hiệu quả sử dụng đồng vốn và tăng NSLĐ trong sản xuất lúa. Các điểm yếu bao gồm: (i) Hộ gia đình thiếu kiến thức về thông tin thị trường, nhất là giá cả sản phẩm. Điều này, ảnh hưởng đến quyết định của hộ gia đình trong việc bán sản phẩm bởi hạn chế về giá cả, cũng như đối tác thu mua, dẫn đến nông dân thường bị ép giá trong hoạt động thương mại này; (ii) Hộ gia đình thường thiếu tiền mặt đầu vụ để đầu tư sản xuất lúa. Do đó, hộ gia đình phải mua chịu vật tư đến cuối vụ thanh toán, đi vay ngân hàng nên phải chịu khoản chi phí lãi vay và chi phí phát sinh khác do mua vật tư thiếu chịu; (iii) Đồng thời, hộ gia đình chưa sử dụng tốt các nguồn lực lao động, vốn trong sản xuất nên hiệu quả đồng vốn và lao động đạt chưa cao. Bên cạnh đó, hộ gia đình vẫn còn khó khăn việc thuê mướn lao động trong sản xuất lúa,

nhất là vào thời gian chính vụ (thu hoạch, chuẩn bị sạ đồng loạt). Tuy nhiên, đây chỉ là khó khăn cục bộ, hộ gia đình có khả năng khắc phục được bằng cách thuê mướn lao động với ngày công cao hơn và tăng cường sử dụng tối đa nguồn lực lao động sẵn có của gia đình.

- Cơ hội: Trong bối cảnh sản xuất hiện nay tại địa phương, hộ gia đình có những cơ hội như sau: (i) Liên kết sản xuất trong mô hình cánh đồng lớn giúp nông dân có điều kiện sản xuất lớn, tập trung là cơ hội tốt để áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật mới để giảm chi phí sản xuất, tăng giá bán do được ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm, từ đó giúp nông dân tăng lợi nhuận trong sản xuất lúa; (ii) Với sự phát triển khoa học công nghệ, nông dân sẽ có cơ hội áp dụng cơ giới hóa nông nghiệp trong khâu rải phân hay xịt thuốc, từ đó sẽ giúp nông dân giảm chi phí thuê lao động, tăng lợi nhuận, đồng thời giảm bớt lao động trong nông nghiệp dịch chuyển sang khu vực công nghiệp – xây dựng và dịch vụ làm đa dạng hóa nguồn thu nhập cho nông hộ, từ đó giúp nâng cao NSLĐ trong sản xuất nông nghiệp; (iii) Ngày nay, với thành tựu trong phát triển sản xuất nông nghiệp, nhất là trong quá trình chuyển dịch cơ cấu cây trồng, vật nuôi là cơ hội tốt giúp nông dân trong việc sử dụng kỹ thuật mới, giống mới, cho năng suất cao và đạt chất lượng sản phẩm tốt, tăng giá bán, giảm chi phí và tăng lợi nhuận cho nông dân trong sản xuất lúa.

- Thách thức: Bên cạnh các cơ hội thì nông dân đã, đang và sẽ phải đối mặt với những thách thức lớn là vấn đề giá cả vật tư đầu vào luôn tăng cao và giá cả đầu ra sản phẩm luôn thấp và biến động theo chiều hướng bất lợi cho nông dân. Bên cạnh đó, do ảnh hưởng cục đoạn của thời tiết (mưa nắng không theo quy luật tự nhiên), dịch bệnh xuất hiện nhiều hơn, đã ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất lúa của nông dân. Các thách thức trên không chỉ cho một xã, huyện, tỉnh mà là thách thức chung của vùng trong sản xuất nông nghiệp nói chung, sản xuất lúa nói riêng.

3.2.3. Đề xuất giải pháp

Giải pháp nâng cao NSLĐNN của hộ gia đình được đề xuất là trên cơ sở tham vấn ý kiến cán bộ ngành nông nghiệp tại địa phương, phân tích SWOT, kết quả phân tích hồi qui và ý kiến nhận định của nông dân tại địa bàn nghiên cứu. Các đề xuất giải pháp bao gồm:

(1) Nhóm giải pháp ở cấp vĩ mô

o Đối với Nhà nước trung ương:

- Thực hiện tốt hơn nữa chính sách bình ổn giá vật tư nông nghiệp đầu vào đảm bảo lợi ích cho nông dân sản xuất lúa.

- Tăng cường đầu tư đủ mạnh nguồn vốn tín dụng ưu đãi phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân, trong đó tạo điều kiện thuận lợi hơn cho nông dân tiếp cận nguồn vốn vay tại ngân hàng để phục vụ sản xuất.

- Thực hiện tốt hơn nữa chính sách bình ổn giá lúa theo hướng ổn định và chính sách xuất khẩu lúa gạo hợp lý theo hướng có lợi và đảm bảo cho người trồng lúa lời tối thiểu là 30%.

o Đối với chính quyền địa phương:

- Hình thành mô hình sản xuất lớn (cánh đồng lớn), tạo mọi điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và nông dân tham gia, tăng hiệu quả sử dụng đất đai, lao động, giảm chi phí và tăng lợi nhuận trong sản xuất lúa

- Hoàn thiện hơn hệ thống thủy lợi nội đồng và nạo vét kênh theo kế hoạch nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn về nguồn nước phục vụ sản xuất lúa của nông dân.

- Tăng cường tập huấn kiến thức thị trường, quản lý kinh tế hộ cho nông dân nhằm giúp cho nông dân chủ động hơn và giảm rủi ro trong sản xuất lúa.

(2) Nhóm giải pháp ở cấp vi mô (nông hộ)

- Đa dạng hóa các hoạt động sản xuất nông nghiệp, tận dụng tối đa nguồn lực đất đai, vốn trong sản xuất, dịch chuyển lao động sang tham gia phát triển các ngành nghề phi nông nghiệp để tăng nguồn thu.

- Tăng cường áp dụng kỹ thuật mới, giống mới cho năng suất cao và đạt chất lượng sản phẩm tốt; tham gia liên kết sản xuất theo hình thức tổ/nhóm/hợp tác xã góp phần đảm bảo đầu ra với giá bán cao, giảm chi phí và tăng lợi nhuận cho nông dân trong sản xuất lúa.

- Tăng cường năng lực quản lý hộ thông qua tích cực tham gia vào các tổ chức đoàn thể địa phương, tham gia hội thảo, tập huấn góp phần gia tăng kiến thức và tạo điều kiện thuận lợi trong sản xuất.

4. KẾT LUẬN

Vai trò đóng góp của NSLĐ vào phát triển nông nghiệp – nông thôn và nông dân vùng ĐBSCL là rất lớn, tuy nhiên thực tế NSLĐ vẫn còn rất thấp, chưa khẳng định được vai trò của mình trong quá trình phát triển này. Trong thời gian tới để nâng cao NSLĐ, thiết nghĩ ở góc độ chính quyền địa phương cần sớm hình thành các mô hình liên kết sản xuất, sản xuất tập trung quy mô lớn, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và nông dân tham gia mỗi liên kết này góp phần sử dụng có hiệu quả nguồn lực đất đai, lao động và vốn trong sản xuất lúa. Đồng thời, khuyến khích người dân áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất như giống lúa, kỹ thuật mới, cho năng suất cao, gia tăng chất lượng sản phẩm, làm giảm chi sản xuất và tăng lợi nhuận cho nông dân trồng lúa. Bên cạnh đó, ở khía cạnh hộ gia đình cần chú trọng đến đa dạng hóa sản xuất tạo nguồn thu nhập và dịch chuyển, phân bổ lao động hợp lý trong tham gia phát triển kinh tế cho sản xuất lúa và các hoạt động phi nông nghiệp khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anyaegbunam, H. N., Nto, P. O., OKoye, B. C., and Madu, T. U. (2011). Analysis of Determinants of Farm Size Productivity among Small- Holder Cassava Farmers in South East Agro Ecological Zone, Nigeria. American Journal of Experimental Agriculture 2(1): 74-80, 2012 SCIEDOMAIN international.
2. Coelli T., D.S.P Rao and G.E. Battese. (1997). *An introduction to efficiency and productivity analysis*. Kluwer Academic Publishers Boston/Dordrecht/London
3. Dương Ngọc Thành, 2012. *Bài giảng kinh tế nông nghiệp và phát triển nông thôn*. Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL. Trường Đại học Cần Thơ.
4. Fasoranti Olayiwola Olujenyo (2000). The Determinants of Agricultural Production and Profitability in Akoko Land, Ondo-State, Nigeria. Adekunle Ajasin University, Akungba Akoko, Ondo State, Nigeria
5. Đinh Phi Hồ (chủ biên), Lê Ngọc Uyển và Lê Thị Thanh Tùng, 2006. *Kinh tế phát triển (Development Economics), lý thuyết và thực tiễn (theory and practice)*. Tp.Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Thông kê.
6. Đinh Phi Hồ, 2008. *Kinh tế học nông nghiệp ứng dụng bền vững*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Phương Đông.
7. Đinh Phi Hồ, 2011. *Phương pháp nghiên cứu định lượng và những nghiên cứu thực tiễn trong kinh tế phát triển – nông nghiệp*. Tp.Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Phương Đông.
8. Đỗ Thị Nga Thanh (chủ biên), Ngô Thị Thuận, Nguyễn Mộng Kiều, Đặng Xuân Lợi và Phạm Văn Hùng, 1997. *Giáo trình Thống kê nông nghiệp*. Nhà xuất bản Nông nghiệp. Hà Nội.
9. Nguyễn Quốc Nghi, Trần Quê Anh và Bùi Văn Trinh (2011). Các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập của hộ gia đình ở khu vực nông thôn huyện Trà Ôn, tỉnh Vĩnh Long. Tạp chí Khoa học số 5 (23) 2011.
10. Nguyễn Ngọc Đệ, 2009. *Giáo trình cây lúa*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Tp.Hồ Chí Minh.
11. Nguyễn Trọng Uyên và Lê Tiến Dũng, 2006. Phân tích các yếu tố tác động đến năng suất lao động của hộ sản xuất nông – lâm nghiệp và thủy sản ở thành phố Cần Thơ. Tp.Hồ Chí Minh: Trường Đại học Kinh tế.
12. Nguyễn Hữu Trí, 2009. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng suất lao động nông nghiệp tỉnh Bến Tre. Thành phố Hồ Chí Minh: Trường Đại học Kinh tế Tp.HCM.
13. Nguyễn Công Toàn, 2015. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến NSLĐ trong sản xuất lúa của hộ gia đình tỉnh Bạc Liêu. Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ. Trường Đại học Cần Thơ. Tp.Cần Thơ.
14. Okoye, B. C., Onyenweaku, C. E., Ukoha, O. O., Asumugha, G. N., and Aniedu, O. C. (2008). Determinants of labour productivity on small-holder cocoyam farms in Anambra State, Nigeria. Scientific Research and Essay Vol. 3 (ISSN 11), pp. 559-561, November, 2008.

15. Randy Barker, 2002. "Rural development and Structural transformation". Fullbright economics teaching program. University of Economics, HCM, VietNam.
16. Tổng cục Thống kê, 2014. Nhà xuất bản Thống kê. Hà Nội.
17. Ukoha, O.O (2000). Determinants of labour productivity on small- holder sole crop farms: A case of Waterleaf Enterprise (talinum triangulare). Nig.J.Agribusiness Rural Dev.1:3.
18. Võ Thị Thanh Lộc, 2010. *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương nghiên cứu (ứng dụng trong lĩnh vực kinh tế - xã hội)*. Trường Đại học Cần Thơ: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP– TỔNG KẾT MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT HƯỚNG NGHIÊN CỨU TRONG TƯƠNG LAI

Lê Phước Hương^{1,*} và Lưu Tiến Thuận¹

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: (lphuong@ctu.edu.vn)

TÓM TẮT

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) là khái niệm được chú ý nhiều. Các nghiên cứu lý luận hay thực nghiệm đề cập đến chủ đề này từ những năm 50. Xét thấy tầm quan trọng của CSR ngày càng tăng, các học giả cũng như nhà quản lý cần tập trung nghiên cứu các khía cạnh của CSR. Bài viết tổng kết các nghiên cứu trước đây (126 bài báo khoa học) liên quan đến các chủ đề về CSR. Cụ thể là thảo luận nguồn dữ liệu, các khung lý thuyết, đánh giá kết quả nghiên cứu, đo lường CSR theo các bên liên quan và đề xuất các hướng nghiên cứu trong tương lai. Nghiên cứu đề xuất tập trung vào doanh nghiệp vừa và nhỏ, cũng như tập trung vào đối tượng khách hàng nhằm tối đa hóa lợi ích từ các hoạt động CSR.

Từ Khóa: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, hiệu quả tài chính, các bên liên quan

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – A LITERATURE REVIEW AND FUTURE RESEARCH DIRECTIONS

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is one of the most prominent concepts in the literature. Theoretical and empirical research entirely addressed this issue since 1950s. Considering the increasing important of CSR, it is required for scholars and managers to pay attention to different aspects of CSR. The main objective of this review is to proffer a precise understanding of what has already been investigated and the findings regarding the issues of CSR (126 articles). In addition, this review discusses possible data sources, conceptual framework of CSR, evaluates findings, reliable measure of CSR to various stakeholders and provides directions for future studies. Findings further reveal that SMEs and customer aspects should be researched to maximize the benefits of CSR activities.

Keywords: Corporate social responsibility, financial performance, stakeholders.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tất cả các quốc gia trong đó có Việt Nam, đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế luôn đi kèm với các vấn đề môi trường và xã hội bức xúc. Vấn đề này đòi hỏi các chủ thể kinh tế, trong đó có các doanh nghiệp tham gia giải quyết. Khởi đầu từ các nước phát triển, sau đó hoạt động trách nhiệm xã hội phát triển rộng rãi ở các nước đang phát triển, và Việt Nam không phải là ngoại lệ, đặc biệt trong xu thế hội nhập và cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Các doanh nghiệp đóng vai trò kết nối các chủ thể của nền kinh tế và cần tiên phong trong thực thi các xu hướng toàn cầu như trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Toàn cầu hóa và việc chia sẻ thông tin một cách dễ dàng trên quy mô toàn thế giới đã đẩy trách nhiệm xã hội trở thành vấn đề đi đầu trong kế hoạch chiến lược của các loại tổ chức kể cả tổ chức lợi nhuận và phi lợi nhuận. Do đó các hoạt động liên quan đến phát triển bền vững đi đôi với hiệu quả kinh tế cũng diễn ra rất sôi nổi. Với bối cảnh Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế toàn cầu, cụ thể như trở thành thành viên thứ 150 của WTO năm 2007, ký hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương và gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) năm 2015 đã mở ra nhiều triển vọng mới kèm theo đó là những thách thức không hề nhỏ cho hoạt động của từng doanh nghiệp. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn tồn tại các vấn đề xã hội bức xúc liên quan đến ô nhiễm môi trường, vi phạm đạo đức kinh doanh, thiếu trách nhiệm với an sinh an toàn của cộng đồng dân cư bên cạnh các minh chứng cụ thể về các doanh nghiệp đang cố gắng đồng hành với khó khăn của cộng đồng thông qua các hoạt động tài trợ, từ thiện, nhằm khẳng định trách nhiệm xã hội của mình.

Trong vài năm gần đây, chính sách môi trường, xã hội của các doanh nghiệp đã được chú trọng hơn. Hầu hết các tổ chức quốc tế lớn như Liên hiệp Quốc, Ngân hàng thế giới, Các tổ chức Hợp tác và

phát triển kinh tế (OECD), Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) đều đưa ra các hướng dẫn nhằm nghiên cứu và xúc tiến CSR. Năm 1977, chưa được 50% các công ty trong danh sách Fortune 500 đề cập đến CSR trong báo cáo thường niên, thì đến cuối thập niên 90, gần 90% coi CSR là một phần quan trọng trong mục tiêu hoạt động, trình bày các hoạt động CSR trong báo cáo thường niên (Boli và Hartsuiker, 2001). Một số nhà quản lý cho rằng CSR đơn thuần là làm từ thiện trong khi CSR bao gồm cả các yếu tố bên trong tổ chức. Mặc dù vấn đề nguồn lực cản trở việc thực hiện CSR như thiếu nhân lực, tài chính cũng như kỹ thuật thực hiện, thì bất kỳ tổ chức nào cũng phải quan tâm đến các tác động của mình lên môi trường và an sinh xã hội. Theo Sprinkle và Maines(2010) vì tất cả nhân viên, khách hàng, nhà đầu tư, tổ chức chính phủ và các bên liên quan khác đều có kỳ vọng rằng các tổ chức đã đang và sẽ hoạt động một cách có trách nhiệm. Trong khi nhu cầu xã hội là vậy, các doanh nghiệp cũng khó có thể từ bỏ mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận của mình(Sprinkle và Maines, 2010). Vì vậy, nghiên cứu này mong muốn tổng kết các kết quả nghiên cứu trong thời gian gian qua kể cả về lý thuyết hay thực nghiệm để từ đó đề xuất một số hướng nghiên cứu nên được thực hiện trong tương lai. Cụ thể hơn, bài viết phân tích, so sánh và tổng hợp từ 126 bài báo đăng trên các tạp chí khoa học chủ yếu từ ScienceDirect, trong đó có 11 bài báo đăng trên tạp chí khoa học trong nước, bao gồm cả lý luận và thực nghiệm về các chủ đề chính của CSR. Các bài nghiên cứu được thu thập từ các nghiên cứu trong và ngoài nước trong các thập kỷ gần đây, làm cơ sở đưa ra các định hướng nhằm khuyến khích phát triển CSR cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn. Về cấu trúc bài viết, bên cạnh phần đặt vấn đề, bài viết tập trung vào hai phần chính: (1) Tóm tắt các chủ đề chính đã được nghiên cứu trước đây; (2) Thảo luận các chủ đề mới nổi chưa được nghiên cứu hoặc ít đề cập đến. Nhờ đó các đề xuất được đưa ra theo bối cảnh kinh tế xã hội của Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP LUẬN VỀ CSR

Dù Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trở thành chủ đề nghiên cứu mới vài thập kỷ gần đây, nhưng có rất nhiều lý luận xung quanh chủ đề này. Có nhiều nghiên cứu lý luận cũng như thực nghiệm, nhưng chưa có một khái niệm nhất quán nào về CSR. Wood (2010) cho rằng CSR rất khó để định nghĩa, các đối tượng khác nhau nhìn nhận CSR khác nhau. Mỗi ngành nghề, tổ chức, chính phủ nhìn nhận CSR theo những góc độ và quan điểm riêng, từ đó có rất nhiều định nghĩa khác nhau về CSR doanh nghiệp. Mặc dù thiếu một định nghĩa nhất quán, nhưng tất cả định nghĩa đều thể hiện rằng công ty nên đáp ứng các kỳ vọng của xã hội khi hoạch định các chiến lược quản lý môi trường (Gossling và Vocht, 2007). Vào thập niên 1930, trong tạp chí Harvard Law Review, vấn đề CSR được đưa ra tranh luận tập trung vào trách nhiệm của nhà quản lý đối với xã hội (Dodd, 1932). Cho thấy CSR thuộc lãnh vực quản trị, hướng tới nhân mạnh ý nghĩa, nhiệm vụ và các kỳ vọng từ CSR cũng như tác động của nó lên thực trạng công ty. Sau đó, từ CSR đầu tiên xuất hiện trong quyển “Trách Nhiệm Xã hội của doanh nhân” (Social Reponsibilities of the Businessmen) của Bowen (1953) cho rằng CSR là nghĩa vụ của người làm kinh doanh trong việc đề xuất và thực thi các chính sách không làm tổn hại đến quyền và lợi ích của người khác. Votaw (1972) nhấn mạnh thuật ngữ CSR có nghĩa là công ty có trách nhiệm tại địa phương, nơi đang hoạt động, tuy nhiên thuật ngữ này không hoàn toàn giống nhau cho các tổ chức khác nhau.

Một định nghĩa về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được nhiều nghiên cứu lựa chọn là định nghĩa của Carroll(1979, 1991)“Trách nhiệm xã hội là tất cả các vấn đề kinh tế, pháp lý, đạo đức và lòng từ thiện của một tổ chức mà xã hội mong đợi trong mỗi thời điểm nhất định”. Định nghĩa này được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội, tùy vào tổ chức mà người quản lý có thể chọn vấn đề nào trong bốn mức độ trên.

Một định nghĩa phổ biến khác về Trách nhiệm xã hội Doanh nghiệp của Ủy ban Châu Âu (2001) cho rằng các doanh nghiệp tích hợp các mối quan tâm của xã hội và môi trường vào hoạt động kinh doanh của mình - có sự tương tác với các bên liên quan trên cơ sở tự nguyện. Năm 2011, chiến lược đổi mới CSR 2011-2014 đã đưa ra khung khổ mới, mở rộng phạm vi và các khía cạnh của CSR, ít nhất bao gồm các vấn đề: nhân quyền, lao động và việc làm (đào tạo, đa dạng hóa cơ hội, bình đẳng giới và sức khỏe người lao động, phúc lợi doanh nghiệp), vấn đề môi trường (chẳng hạn như đa dạng sinh học, biến đổi khí hậu, sử dụng tài nguyên có hiệu quả, phòng ngừa ô nhiễm), chống hối lộ và tham nhũng. Sự tham gia của cộng đồng và hỗ trợ phát triển xã hội, bảo đảm khả năng hội nhập của người tàn tật, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng cũng là một phần không thể thiếu của CSR. EU coi việc thúc đẩy CSR và bảo vệ môi trường thông qua các chuỗi cung ứng, trách nhiệm công bố thông tin phi tài chính,

đổi mới công tác quản trị về thuế (nâng cao tính minh bạch, trao đổi thông tin và cạnh tranh công bằng thuế) là những cách thức quan trọng để thực hiện chiến lược CSR.

Theo lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder theory), Hopkins(2007) nhấn mạnh CSR ảnh hưởng đến các ứng xử có trách nhiệm với các bên hữu quan bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Hay nói cách khác mục đích của CSR là tạo ra mức sống ngày càng cao cùng lúc với bảo tồn lợi ích công ty cho các bên liên quan. Như đã phân tích ở trên, CSR là một khái niệm rộng và được diễn tả theo quan điểm của từng nhà nghiên cứu, phụ thuộc vào bối cảnh nghiên cứu (Dahlsrud, 2008). Do đó từng học giả phải lựa chọn sử dụng khái niệm CSR nào cho phù hợp với điều kiện thực tế, từ đó đưa ra các chiến lược hợp lý, cụ thể là tập trung vào 5 khía cạnh: các bên liên quan, xã hội, kinh tế, tự nguyện và môi trường.

Các lý thuyết được sử dụng trong nghiên cứu CSR

Đa số các nghiên cứu liên quan đến trách nhiệm xã hội tại các ngân hàng với cách tiếp cận theo lý thuyết các bên liên quan. Các bên liên quan là các đối tượng tham gia, ảnh hưởng hay hưởng lợi từ các hoạt động liên quan đến CSR bao gồm cổ đông/chủ sở hữu, cộng đồng, khách hàng, đối tác, người lao động. Theo Lee (2011) lý thuyết các bên liên quan phát triển lên từ Lý thuyết thể chế. Nội dung về các bên liên quan đầu tiên xuất hiện trong lý luận quản lý từ thập niên 60, Tuy nhiên mãi đến thập niên 80, nó mới chính thức được các học giả sử dụng. Cách tiếp cận lý thuyết các bên liên quan đầu tiên được (Freeman, 1984) trình bày về đạo đức kinh doanh trong một tổ chức. Theo lý thuyết này, các bên liên quan là bất kỳ nhóm hay cá nhân bị ảnh hưởng, có thể trực tiếp hoặc gián tiếp, bởi các hoạt động của công ty. Thí dụ như cổ đông, chủ sở hữu của công ty, cơ quan chính phủ, nhóm chính trị, các Hiệp hội, thương mại, cộng đồng, nhân viên, khách hàng. Theo Deegan và Samkin (2009) doanh nghiệp nên hài hòa lợi ích của các bên, nếu các bên xung đột lợi ích, doanh nghiệp có nhiệm vụ cân bằng lợi ích tối ưu. Lý thuyết này tiêu biểu qua các nghiên cứu sau: như Ullmann (1985); Roberts (1992); Clarkson (1995); Van der Laan Smith và ctv (2005), McDonald và Rundle-Thiele (2008), Mandhachitara và Poolthong (2011), Lee và ctv (2012); Pérez và del Bosque (2014, 2015, Khan và ctv (2015).

Cũng sử dụng lý thuyết các bên liên quan nhưng Lee (2011) phát triển thêm việc tác động qua lại của chiến lược CSR lên chiến lược ở cấp công ty và ngược lại. Mục đích không phải là ủng hộ hay không ủng hộ các hoạt động liên quan đến CSR mà là nhấn mạnh vào bối cảnh kinh tế xã hội cụ thể để thực thi thành công CSR như quan điểm về lợi thế cạnh tranh của nhà kinh tế học đạt giải Nobel - Samuelson (1954). Öberseder và ctv (2013) cũng sử dụng lý thuyết này để xem xét các hoạt động CSR và nhận thức của khách hàng trong bối cảnh đánh giá hầu hết các bên liên quan. Không thể phủ nhận việc áp dụng rộng rãi lý thuyết các bên liên quan trong các nghiên cứu CSR, nhưng quan điểm của Perrini (2006) cho rằng tổ chức quy mô lớn nên áp dụng nhưng qui mô vừa và nhỏ nên dựa vào khái niệm vốn xã hội.

Bên cạnh đó, lý thuyết của Carroll (1979) cũng được sử dụng và phát triển trong nhiều nghiên cứu. Đầu tiên là mô hình ba vòng tròn đồng tâm với kinh tế, giá trị xã hội và các vấn đề xã hội, sau đó phát triển lên thành mô hình kim tự tháp (Carroll, 1991) có thể áp dụng cho tất cả các ngành nghề. Mô hình này gồm 4 cấp độ: trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức, và trách nhiệm từ thiện. Do các yếu tố được xếp theo thứ tự dựa trên yêu cầu của CSR đối với từng doanh nghiệp cụ thể, nên được liên tưởng đến tháp nhu cầu của Maslow (1954). Các nghiên cứu tiêu biểu sử dụng lý thuyết này là Lee và ctv (2012), Polychronidou (2014), Saeidi và ctv (2015).

Ngoài ra các lý thuyết khác được sử dụng trong nghiên cứu về CSR thời gian qua cũng đa dạng. Cụ thể như Becker-Olsen và ctv (2006) và McDonald và Rundle-Thiele (2008) sử dụng lý thuyết Marketing nghiên cứu các hoạt động CSR mang lại lợi ích cho công ty nhờ hành vi mua của khách hàng. Scholtens (2009) dùng lý thuyết đầu tư có trách nhiệm xã hội của Sparkes và Cowton (2004). Vassileva (2009) dùng cách tiếp cận Kéo và Đẩy; Kang và ctv (2010) dùng lý thuyết tác động tích cực tiêu cực. Thêm vào đó, một số lý thuyết được sử dụng gần đây như lý thuyết nhận dạng xã hội (He và Li, 2011); lý thuyết tổ chức (Lee, 2011); lý thuyết giá trị hợp lý (Carnevale và ctv, 2012); lý thuyết cầu (Bauman và Skitka, 2012); lý thuyết chi phí lợi ích (Rhou, Singal và Koh, 2016). Thêm vào sự đa dạng đó, lý thuyết hành vi truyền thông Habermasian được (Lock và Seele, 2016) sử dụng để nghiên cứu các Báo cáo CSR ở Châu Âu. Lý thuyết ghi công (Attribution theory) một lý thuyết giả định rằng cố gắng để hiểu được hành vi của người khác bằng cách quy cảm xúc, niềm tin và ý định của họ được

Karaosmanoglu và ctv (2016) dùng để nghiên cứu tác động của CSR lên thương hiệu. Nói chung, các lý thuyết được đưa vào nghiên cứu CSR ngày càng đa dạng để có thể giải thích rõ hơn các tác động của nó lên từng doanh nghiệp theo ngành nghề khác nhau.

Bảng 1: Tổng hợp lý thuyết tiếp cận, phương pháp đo lường và nguồn dữ liệu

Lý thuyết tiếp cận	Phương pháp đo lường	Nguồn dữ liệu	Ví dụ
Lý thuyết các bên liên quan	Thực nghiệm, Kiểm định giả thuyết, SEM, Định tính, Phỏng vấn chuyên gia, Phân tích nhân tố, Biến trung gian	Dữ liệu từ điều tra sơ cấp thông qua bảng câu hỏi	<i>McDonald & Hung Lai (2011); Mustafa và ctv (2012); Öberseder và ctv (2013); Lee và ctv (2013); Fatma và ctv(2014); Pérez & del Bosque (2015); Fatma & Rahman (2016)</i>
Lý thuyết Carroll	Thực nghiệm, Kiểm định giả thuyết		<i>Polychronidou và ctv (2014); Lee và ctv (2012)</i>
Các lý thuyết khác	Thực nghiệm, kiểm định giả thuyết, SEM, Biến trung gian, Thống kê mô tả, Hồi quy, Phân tích nhân tố		<i>Becker-Olsen (2006); Vassileva (2009); He và Li (2011); Yeung (2011); Blombäck và Scandeliuss (2013); Martínez và ctv (2014); Enock và Basavaraj (2014); Hur và ctv(2014); Pérez và del Bosque(2014; Khan và ctv (2015); Kazemi và Omid (2015); Ferdous và Moniruzzaman (2015); Karaosmanoglu và ctv (2016); Fatma và ctv(2016)</i>
Lý thuyết các bên liên quan	Thống kê mô tả, Thực nghiệm, Kiểm định giả thuyết, Tổng hợp	Cơ sở dữ liệu EIRIS, KLD, SGP, DJSI, Factiva,	<i>De la Cuesta-González (2006); Bhattacharya và ctv(2009); Inoue và Lee (2011); Torres và ctv (2012); Bauman và Skitka (2012); Lee và ctv (2012); Saeidi, và ctv (2015); Wu và ctv (2013); Lock và Seele (2016); Rhou và ctv (2016); Scholtens (2009); Kang và ctv (2010); Carnevale và ctv (2012)</i>
Lý thuyết Carroll	Thực nghiệm, Kiểm định giả thuyết	Datastream, Bankscope,	
Lý thuyết khác	Thực nghiệm, Hồi quy 2 bước Heckman, Kiểm định giả thuyết, Phân tích định lượng nội dung, Hồi qui, Biến trung gian, Thống kê mô tả, Hồi quy tuyến tính	Báo cáo thường niên, Thống kê lao động US Bureau, Tổng hợp	

Nguồn: tác giả tổng hợp từ các bài nghiên cứu có liên quan

Nguồn dữ liệu phục vụ nghiên cứu CSR

Nhằm đo lường các khía cạnh khác nhau của CSR từ các dữ liệu khả dụng, nhiều nhà nghiên cứu đã tiến hành các cuộc điều tra để đo lường CSR (Buzby và Falk, 1978), (Hung, 2011); một số khác sử dụng nghiên cứu thực nghiệm hay nghiên cứu tình huống để đo lường CSR (O'Dwyer, 2011); Phương pháp này có điểm yếu là phát sinh các sai lệch (biases) từ các đáp viên. Khắc phục điểm yếu này, rất nhiều nghiên cứu sau đó sử dụng bộ dữ liệu như KLD (The Kinder, Lynderberg, Domini Research, and Analytics Inc), CRD Analytics, Dow-Jones Sustainability...

Từ năm 2000, lý luận về trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực kế toán bắt đầu tập trung vào CSR và các công bố liên quan CSR trên các báo cáo của công ty (Malik, 2015). Điều này cho thấy bước chuyển mình từ nghiên cứu mô tả và định tính (không có giả thuyết và câu hỏi nghiên cứu) trong quản trị sang

nghiên cứu định lượng (câu hỏi nghiên cứu cụ thể, kiểm định giả thuyết thông qua thực nghiệm) trong tài chính kế toán. Dữ liệu chủ yếu đến từ các cuộc điều tra, phỏng vấn trực tiếp, từ cơ sở dữ liệu như Datastream, EIRIS, DJSI, Báo cáo thường niên, Factiva, Thống kê lao động US Bureau... Tóm lại, đo lường các hoạt động CSR cũng như các tác động từ các hoạt động CSR luôn là chủ đề tranh luận của giới học thuật hay người quản lý. Mỗi phương pháp đo lường đều có ưu nhược điểm, các nghiên cứu thường dựa vào tính khả thi của dữ liệu để chọn cách đo lường phù hợp nhất.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã và đang là chủ đề được nghiên cứu rộng rãi trên thế giới, Việt nam cũng không ngoại lệ. Mặc dù chủ đề này mới phát triển mạnh trong hai thập kỷ gần đây, nhưng số lượng và chất lượng các bài nghiên cứu đang tăng lên nhanh chóng. Các nghiên cứu chia làm hai nhóm chính: nhóm nghiên cứu lý luận và nhóm nghiên cứu thực nghiệm.

Các nghiên cứu lý luận: trình bày tổng quan về các cuộc tranh luận về trách nhiệm xã hội, thực trạng CSR ở Việt nam và các vấn đề tồn tại về tư duy đổi mới của nhà nước (Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức, 2008). Từ đó đưa ra các kiến nghị để thực hiện CSR ở Việt Nam tốt hơn. Nghiên cứu để làm rõ nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và vai trò của nó đối với doanh nghiệp Việt Nam (Phạm Văn Đức, 2011). Cũng cùng quan điểm với Cung và Đức, tác giả thấy rằng thật sự cần thiết để thúc đẩy các doanh nghiệp Việt nam thực hiện trách nhiệm xã hội. Một nghiên cứu khác của Nguyễn Đình Tài (2010) trình bày cơ sở lý luận gắn kết trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. Thêm vào đó các bài viết nhấn mạnh tầm quan trọng của thực thi trách nhiệm xã hội, dựa trên mối tương quan giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích xã hội (Lê Tuấn Bách, 2015). Giới hạn của các nghiên cứu lý luận này là không có số liệu minh chứng và trình bày chủ đề Trách nhiệm xã hội với phạm vi rộng, nhấn mạnh ở vấn đề thể chế để tạo ra khuôn khổ pháp lý chặt chẽ, đồng bộ hỗ trợ các hoạt động liên quan đến CSR hiệu quả, chưa đi sâu vào các khía cạnh của CSR. Một số nghiên cứu khác phân tích về khía cạnh người lao động, lồng ghép các chính sách nhân sự với CSR nhằm thúc đẩy vào tạo ra lợi ích cho doanh nghiệp và xã hội (Nguyễn Ngọc Thắng, 2010) và trình bày các nội dung chi tiết hơn như quyền lợi người lao động, vấn đề nhân đạo, phân tích vai trò của quản lý nhà nước (Võ Khắc Thường, 2013), tiếp cận theo từng đối tượng như người lao động, cổ đông, người tiêu dùng, đối tượng khác (Phạm Long Châu, 2014).

Các nghiên cứu thực nghiệm về trách nhiệm xã hội trong nước thời gian qua cũng khá phong phú. Tại địa bàn Thành phố Cần Thơ, bài nghiên cứu phân tích các nhân tố thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (Châu thị Lệ Duyên và Nguyễn Minh Cảnh, 2013) cho thấy các nhân tố thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa gồm lợi ích kinh tế, chính sách kinh tế vĩ mô, trách nhiệm đạo đức, định hướng cộng đồng thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội. Cùng tác giả Châu Thị lệ Duyên và ctv (2014) tiếp tục nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, lợi ích kinh doanh và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp khu vực Thành phố Cần thơ nhằm gia tăng hiệu quả tài chính trong dài hạn. Ưu điểm của hai nghiên cứu này là phân tích định lượng nhưng nhược điểm là chưa đi sâu phân tích một ngành nghề cụ thể.

Đa số nghiên cứu thực nghiệm trong nước nghiên cứu các tình huống cụ thể ở các công ty như: Vinamilk, Công ty Cocacola; Công ty Khai Thác Vàng Bồng Miêu; Công ty Đáp Cầu; Các nghiên cứu trong nước chủ yếu liên quan đến doanh nghiệp sản xuất, nhấn mạnh vào khía cạnh cộng đồng và môi trường. Hạn chế của các nghiên cứu tình huống này là thực hiện ở một doanh nghiệp cụ thể, trong bối cảnh hạn chế các nguồn dữ liệu thứ cấp, chưa đưa ra các giải pháp cụ thể. Khi Việt Nam tham gia vào quá trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, lãnh vực dịch vụ phát triển rất nhanh và chiếm tỷ trọng ngày càng cao, thì vấn đề trách nhiệm xã hội trong lãnh vực dịch vụ cũng xuất hiện và ngày càng được quan tâm nhiều hơn. Các nghiên cứu về CSR trong nước ở lãnh vực dịch vụ chủ yếu tập trung vào phân tích thực trạng trách nhiệm xã hội, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao việc thực hiện trách nhiệm xã hội trong lãnh vực dịch vụ như khách sạn (Trần Thị Minh Hòa và Nguyễn Thị Hồng Ngọc, 2014). Từ nghiên cứu tình huống, tác giả Hòa và Ngọc 2014 suy rộng ra các lợi ích từ việc thực hiện trách nhiệm xã hội, trong đó gia tăng giá trị hình ảnh và danh tiếng thương hiệu. Nhấn mạnh thương hiệu là yếu tố quan trọng trong kinh doanh dịch vụ và CSR có thể giúp gia tăng thương hiệu rất đáng kể. Nghiên cứu của Hoàng Hải Yên (2016) phân tích vai trò của CSR trong lãnh vực ngân hàng với sản phẩm mang tính vô hình, nhấn mạnh tác động tích cực lên thương hiệu và kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Nhìn chung các nghiên cứu về CSR tại Việt Nam chỉ xuất hiện khoảng 15 năm trở lại đây. Các

nghiên cứu về trách nhiệm xã hội chưa làm rõ việc thực hiện CSR theo ngành nghề mặc dù các tác giả trên đều nhận định tầm quan trọng và xu hướng phải thực thi các hoạt động CSR.

Một số chủ đề nghiên cứu về CSR

Các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trên thế giới rất phong phú về chất lượng cũng như số lượng. Hai thập kỷ vừa qua, chủ đề này luôn thu hút sự quan tâm của các nhà quản lý doanh nghiệp cũng như giới học thuật, tuy nhiên phạm vi của các nghiên cứu của nó thì rộng và đa chiều (Malik, 2015). Tuy nhiên vẫn có một số chủ đề nổi bật như sau:

Tác động của CSR lên đối tượng Khách hàng

Đa số các bài nghiên cứu trực tiếp thảo luận về tác động của CSR lên các khía cạnh của tổ chức ở nhiều góc độ khác nhau. Đối tượng khách hàng được đề cập nhiều nhất, và kết quả là các nghiên cứu chứng minh rằng nó giúp cải thiện hành vi mua (Becker-Olsen và ctv, 2006), (McDonald và Hung Lai, 2011), thu được nhiều lợi ích từ khách hàng hơn trong ngắn hạn cũng như dài hạn (Lee và ctv, 2012), các chiến lược CSR hướng tới khách hàng đang đi đúng hướng (Pérez và del Bosque, 2014, 2015). Tiếp theo chủ đề này là nghiên cứu tác động của CSR lên khách hàng thông qua biến trung gian giúp gia tăng lòng trung thành của khách hàng, tăng doanh số bán (Crespo và ctv, 2005), (Garcia de los Salmones và ctv, 2005), (Saeidi và ctv, 2015), (Karaosmanoglu và ctv, 2016), (Fatma và Rahman, 2016). Hơn nữa, cuộc điều tra của MORI (2000) về khách hàng, cho thấy 70% khách hàng quan tâm đến danh tiếng về đạo đức của công ty khi mua sản phẩm dịch vụ. Ngược lại, một số nghiên cứu cho kết quả không có mối liên hệ giữa các hoạt động CSR và hành vi khách hàng (Carrigan và Attalla, 2001), (Vaaland và ctv, 2008), (Marin và ctv, 2009), (Tian và ctv, 2011), (Polychronidou và ctv, 2014), (Carvalho và ctv, 2010). Nói chung mặc dù có nhiều ý kiến tranh luận, nhưng đa số các kết quả nghiên cứu khẳng định khách hàng là mối quan tâm hàng đầu của bất kỳ tổ chức kinh doanh nào, nên các hoạt động CSR phải nên xây dựng trên quan điểm cảm nhận khách hàng, vì nó dẫn tới hành vi tiêu thụ các sản phẩm dịch vụ của công ty.

Tác động của CSR lên đối tượng Nhân viên

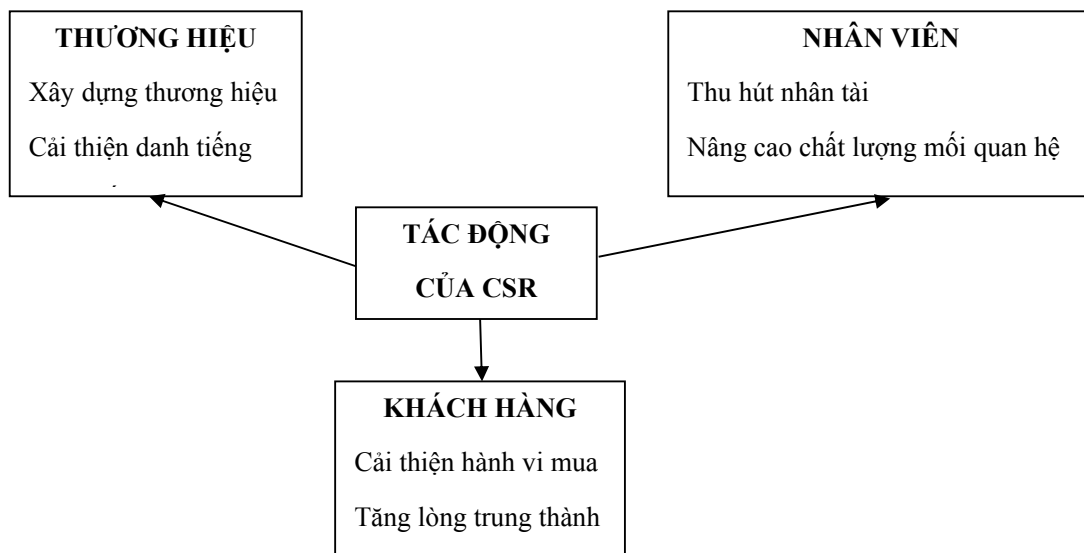
Đa số các nghiên cứu về CSR nhấn mạnh vào khía cạnh khách hàng, tuy nhiên khía cạnh nhân viên cũng ảnh hưởng rất lớn (Lee và ctv, 2013). Nhận thức của nhân viên về CSR sẽ ảnh hưởng tới văn hóa doanh nghiệp và năng lực của công ty, do đó khía cạnh nhân viên là rất quan trọng. Tuy nhiên rất ít nghiên cứu thảo luận về có hay không tác động của CSR lên nhân viên (Bauman và Skitka, 2012). Bởi vì các nhân viên là bên liên quan chính trong chuỗi giá trị của bất kỳ tổ chức nào- đóng góp trực tiếp vào thành công của tổ chức. Do đó hiểu được mối quan hệ giữa nhân viên và CSR sẽ giúp tổ chức đưa ra các chiến lược phù hợp nhằm thỏa mãn nhu cầu của đối tượng này. Các nhà nghiên cứu chứng minh rằng các hoạt động liên quan đến Trách nhiệm xã hội sẽ cải thiện tinh thần của nhân viên (Solomon và Hanson, 1985), nâng cao chất lượng cũng như kết quả của mối quan hệ giữa nhân viên và doanh nghiệp (Lee và ctv, 2012). Khía cạnh mối quan hệ với nhân viên được đo lường dựa vào mức độ công ty đảm bảo sức khỏe và an toàn cho nhân viên, các lợi ích liên quan đến bảo hiểm xã hội và các khoản trích từ lương khác, các tổ chức, hiệp hội liên quan đến người lao động. Thêm vào đó là sự thỏa mãn trong công việc (Banker và Mashruwala, 2007). Mối quan hệ giữa CSR và nhu cầu của nhân viên theo thang thứ bậc nhu cầu sẽ mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như thu hút nhân tài (Bauman và Skitka, 2012). Các chương trình Trách nhiệm xã hội ảnh hưởng tích cực lên nhân viên ở các mức độ khác nhau (Lee và ctv, 2012). Đến năm 2013, nhóm nghiên cứu này tiếp tục kết luận rằng nhận thức của nhân viên về các chương trình CSR tác động tích cực lên hiệu quả công ty trong bối cảnh Hàn Quốc (Lee và ctv, 2013). Nhìn chung nhân viên và các hoạt động CSR do công ty thực thi liên hệ chặt chẽ với nhau.

Tác động của CSR lên Thương hiệu công ty

Vassileva (2009) cho rằng tác động của CSR lên thương hiệu là không rõ ràng, đặc biệt là các công ty nhỏ, trong khi các nghiên cứu khác khẳng định CSR tác động trực tiếp thuận chiều lên thương hiệu nói chung hay sự ưu thích thương hiệu nói riêng như Rust và ctv (2000), Bhattacharya và Sen (2004), He và Li (2011), Torres và ctv (2012), Blombäck và Scandellius (2013), Hur và ctv (2014), Martínez và ctv (2014). Các nghiên cứu này tăng dần cấp độ tác động lên thương hiệu, cho nên có thể nói rằng mức độ khít khít giữa CSR và thương hiệu ngày càng chặt chẽ. Quan trọng hơn, Holt và ctv (2004) cho rằng trách nhiệm xã hội là căn cứ quan trọng trong đánh giá thương hiệu quốc tế, việc này đem đến sự đáng

tin từ các chính sách công ty thực thi. Thêm vào đó, Malik (2015) cũng khẳng định các chương trình CSR chất lượng sẽ giúp xây dựng thương hiệu và cải thiện danh tiếng công ty. Nghiên cứu của He và Li (2011) bổ sung biến trung gian lên đánh giá các tác động của CSR liên quan đến thực trạng thương hiệu trong lĩnh vực dịch vụ. Nhận xét trên cũng phù hợp với kết quả của Karaosmanoglu và ctv (2016) cho rằng các hoạt động CSR là công cụ định vị thương hiệu cho công ty ở các thị trường mới nổi.

Hai nghiên cứu của Blombäck và Scandellius, Scharf và Fernandes (2013) đều nghiên cứu về truyền thông CSR ảnh hưởng đến thương hiệu và đưa ra kết luận về mối quan hệ thuận chiều của hai chỉ tiêu này. Tiếp theo các nghiên cứu theo chủ đề trách nhiệm xã hội và thương hiệu công bố năm 2014 rất đa dạng. Đầu tiên là nghiên cứu của Khojastehpour và Johns (2014), đây là một trong những bài đầu tiên nhấn mạnh tác động của CSR môi trường lên danh tiếng thương hiệu và lợi nhuận. Martínez và ctv (2014) nghiên cứu chủ đề này trong lĩnh vực khách sạn ở Tây Ban Nha; Hur và ctv(2014) tìm hiểu khách hàng ở Hàn Quốc; Enock và Basavaraj (2014) nghiên cứu hai công ty tư nhân ở Ấn Độ; Tingchi Liu và ctv (2014) nghiên cứu tình huống ở Trung Quốc. Mặc dù địa bàn nghiên cứu có khác nhau nhưng các nghiên cứu trên đều đưa đến kết luận về mối liên hệ thuận chiều giữa CSR và thương hiệu với mức độ chặt chẽ khác nhau.



Hình 1: Tóm tắt tác động của CSR

Nguồn: tác giả tổng hợp từ các bài nghiên cứu có liên quan

Mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội và Hiệu quả tài chính

CSR có tác động lên khách hàng, nhân viên, thương hiệu như đã phân tích, nhưng mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả tài chính còn được chú ý nhiều hơn trong các nghiên cứu liên quan trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Đa số các nghiên cứu ở chủ đề này được thực hiện ở lĩnh vực sản xuất (Kamatra và Kartikaningdyah, 2015); một số khác về lĩnh vực dịch vụ. Các nhà nghiên cứu tìm kiếm để xác định các hoạt động liên quan đến CSR và điều tra tác động của các hoạt động này lên lợi nhuận và giá trị công ty (Alexander, 1978). Để đo lường mối quan hệ giữa hoạt động trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính, các nghiên cứu chia ra thành ba nhóm:

Nhóm các nhà nghiên cứu dựa vào quan điểm của Friedman (1970) cho rằng tồn tại mối quan hệ ngược chiều tiêu cực giữa hoạt động CSR và hiệu quả tài chính qua các thông số như thay đổi giá cổ phiếu (Vance, 1975), lợi nhuận giữ lại (Wright và Ferris, 1997) và dự báo lợi tức/cổ phiếu (Cordeiro và Sarkis, 1997). Theo quan điểm của nhóm này, các công ty nên tự thực hiện các hoạt động xã hội bằng nguồn lực của mình nhằm tăng lợi nhuận cho chủ sở hữu, trong khi cố gắng phân phối tối ưu các nguồn lực khan hiếm sẽ ảnh hưởng xấu đến hiệu quả tài chính. Rất nhiều nghiên cứu ủng hộ mối quan hệ nghịch chiều này như Pomeroy và Dolnicar (2009), Inoue và Lee (2011), Mustafa và ctv

(2012), Rhou và ctv (2016), từ đó nhấn mạnh tầm quan trọng của truyền thông các hoạt động CSR đến các bên liên quan thích hợp.

Nhóm thứ hai dựa vào lý thuyết các bên liên quan của Freeman (1984) lập luận rằng tồn tại mối quan hệ thuận chiều tích cực giữa hoạt động CSR và hiệu quả tài chính như nghiên cứu của Aragón-Correa và ctv (2008); Bird và ctv (2007); Bragdon và Marlin (1972); Grave và Waddock (1994); Hart và Ahuja (1996); Heinze (1976); Judge và Douglas (1998); Klassen và McLaughlin (1996); Nicolau (2008); Orlitzky và ctv (2003); Pava và Krusz (1996); Preston và O'Bannon (1997); Russo và Fouts (1997); Sturdivant và Ginter (1977); Waddock và Grave (1997); Brammer và Millington (2008); Lee và Park (2009); Inoue và Lee (2011), Mustafa và ctv (2012), Wu và Shen (2013), Rhou và ctv (2016). Theo quan điểm của nhóm này, khi công ty ra quyết định và thực hiện các hoạt động theo lợi ích của cổ đông thì cần quan tâm đến các đối tượng khác như khách hàng, nhân viên, nhà cung cấp, cộng đồng. Các hoạt động CSR sẽ cải thiện giá trị công ty thông qua tiết kiệm chi phí, tăng cường danh tiếng. Tuy nhiên mối quan hệ thuận chiều tích cực này thể hiện rõ với một vài điều kiện cụ thể. Theo Charles và ctv (2001), Mather và Carstensen (2005), tác động tích cực đến từ nhóm tuổi cao hơn.

Nhóm thứ ba cho rằng không có mối liên hệ cụ thể rõ ràng giữa hoạt động CSR và hiệu quả tài chính như nghiên cứu của Abbott và Monsen (1979); Alexander, (1978); Aupperle (1985); Teoh và ctv (1999) do có quá nhiều nhân tố tác động lên hiệu quả công ty. Các nghiên cứu khác như của Johnson (2003) cho rằng các hoạt động bất hợp pháp hay không có trách nhiệm xã hội sẽ làm tổn thương hiệu quả tài chính, ngược lại các hoạt động có trách nhiệm xã hội lại tạo ra các lợi thế phi tài chính. Tóm lại các nghiên cứu của ba nhóm trên đa số dựa vào các công ty ở tất cả các ngành công nghiệp, số lượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu đều tập trung vào nhóm thứ hai đó là mối quan hệ giữa hai chỉ tiêu này là thuận chiều tích cực.

Đo lường các hoạt động liên quan đến Trách nhiệm xã hội

Tất cả các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đều trực tiếp hoặc gián tiếp thảo luận về chủ đề làm sao để đo lường các hoạt động CSR. Carroll (2000) đưa ra câu hỏi tranh luận rằng có nên đo lường CSR hay không? Tại sao các tác giả này tranh luận là nên đo lường CSR để thấy được tầm quan trọng của nó đối với công việc kinh doanh và xã hội. Maignan và Ferrell (2001) đề cập đến ba phương pháp tiếp cận khác nhau để đo lường CSR: đánh giá chuyên gia, dùng chỉ số, và điều tra người quản lý. Theo Turker (2009) mỗi phương pháp đều có ưu nhược điểm khác nhau, tuy nhiên theo tình hình kinh tế xã hội rất đa dạng thì phương pháp thứ hai là rất khó khả thi vì chỉ số thường không đại diện được thông tin về CSR. Ngược lại phương pháp thứ nhất thông qua dữ liệu hay nội dung công bố và đo lường các tiêu chí CSR theo quan điểm cá nhân là khả thi nhất.

Vassileva (2009) dùng báo cáo CSR và các thông tin về các hoạt động CSR đo lường thái độ chung của người quản lý về CSR và các lợi ích chính từ thực hiện các hoạt động này. Theo Islam (2012), thông tin về CSR chủ yếu từ báo cáo thường niên được đăng tải trên website, sau đó đo lường chúng trên nền tảng kiểm định thống kê. Dựa vào nghiên cứu của Berman và ctv (1999); Hillman và Keim (2001); Johnson và Greening (1999); Kacperczyk (2009) đo lường CSR theo năm khía cạnh: mối quan hệ với nhân viên, chất lượng sản phẩm dịch vụ, mối quan hệ với cộng đồng, vấn đề môi trường, các vấn đề đa dạng khác. Các nhà nghiên cứu cũng đo lường CSR thông qua chi phí thực hiện và lợi ích đem lại như Weber (2008), Sprinkle và Maines (2010). Một cách khác là đo lường nhận thức của các bên liên quan trong tổ chức (Fatma và ctv, 2014, 2016). Điểm yếu của cách đo lường này là xác định tỷ trọng giữa các nhân tố. Chất lượng về mặt nội dung của các báo cáo CSR cũng là cách đo lường độ tin cậy của hoạt động này (Lock và Seele, 2016), hay các thông tin về CSR được công bố trên website (Wanderley và ctv, 2008). Các nghiên cứu hiện tại vẫn thiếu hụt các phương pháp hệ thống hay phương pháp ở cấp công ty để đánh giá từng hoạt động CSR (Weber, 2008). Đa số các nghiên cứu chọn một lãnh vực cụ thể để đo lường tác động của CSR như ngành du lịch (Rhou và ctv, 2016), (Fatma và ctv, 2016) - nghiên cứu này chọn cách tiếp cận phát triển bền vững để xây dựng khung lý thuyết nhằm đo lường nhận thức của khách hàng về các hoạt động CSR.

Các thay đổi trong nghiên cứu Trách Nhiệm Xã Hội

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được coi là khái niệm hiện đại, tuy nhiên qua vài thập kỷ phát triển từ những năm 50 đến nay đã có những thay đổi rõ rệt về mức độ phân tích, đối tượng nghiên cứu, lý thuyết định hướng, định hướng đạo đức, mối quan hệ với hiệu quả tài chính. Cụ thể như sau:

	Thập niên 50 và 60	Hiện nay
Mức độ phân tích	Vĩ mô	Cấp công ty
Đối tượng nghiên cứu	Doanh nghiệp sản xuất	Doanh nghiệp dịch vụ
Lý thuyết định hướng	Tuân thủ	Quản trị
Định hướng đạo đức	Rõ ràng	Hàm ẩn
Mối quan hệ với hiệu quả tài chính	Không có/không rõ ràng	Chặt chẽ

Theo Lee (2008) các nghiên cứu về CSR theo thời gian đã có những thay đổi rõ rệt, chuyển biến từ nghiên cứu ở mức độ vĩ mô (xã hội) sang vi mô (tổ chức, công ty), đồng thời chuyển từ các tranh luận mang tính đạo đức sang các tranh luận mang tính hiệu quả quản lý. Mức độ phân tích chuyển từ nghiên cứu vĩ mô như Bowen (1953) tập trung vào các tổ chức xã hội quy mô, ông cho rằng CSR làm cho xã hội nước Mỹ tốt đẹp hơn, sang nghiên cứu vi mô – cấp công ty như Lee và ctv (2012), Enock và Basavaraj (2014) hay Lock và Seele (2016). Cùng lúc đó đối tượng nghiên cứu cũng chuyển từ các doanh nghiệp sản xuất như Raza và ctv (2012), Saeidi và ctv (2015), Kamatra và Kartikaningdyah (2015) sang lãnh vực dịch vụ như Islam và ctv (2012); Islam (2012), Mahbuba và Farzana (2013), Malik và Nadeem (2014), Kiliç và ctv (2015), Hossain và Al-Amin (2016). Các nghiên cứu chia CSR thành 2 nhóm: lạc quan và bi quan. Nhóm lạc quan tin rằng doanh nghiệp có tiềm năng cải tiến sự phát triển xã hội trong khi nhóm bi quan rằng doanh nghiệp không thể thúc đẩy phát triển xã hội vì các nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận của mình. Các nghiên cứu cũng tập trung vào một ngành nghề cụ thể trong một bối cảnh cụ thể như bài viết của Soana (2011) tìm hiểu các ngân hàng ở Ý. Tuy nhiên việc chuyển hướng sang lãnh vực dịch vụ là các kết luận mối quan hệ không rõ ràng cũng không trực tiếp (Polychronidou và ctv, 2014). Tuy nhiên các hoạt động liên quan đến CSR đều có tác động tích cực lẫn tiêu cực lên thực trạng công ty, cụ thể là hiệu quả tài chính (Kang và ctv, 2010). Như vậy, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính nói riêng là chủ đề được tranh luận nhiều trong giới học thuật, được nghiên cứu nhiều ở các góc độ khác nhau đang chuyển từ không rõ ràng sang mối liên hệ chặt chẽ.

4. KẾT LUẬN

Thực hiện trách nhiệm xã hội sẽ liên quan đến những thành công của doanh nghiệp trong dài hạn. Để thực hiện các chương trình này, các doanh nghiệp thực hiện các mô hình và chương trình thực tế dùng để dẫn dắt việc kinh doanh và giá trị xã hội thông qua các tổ chức và cộng đồng dân cư. Tổ chức các hoạt động tài trợ tương thích với các mục tiêu cụ thể phù hợp với các thách thức hiện tại, tạo năng lượng để sáng tạo, đo lường kết quả hoạt động và tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua chương trình trách nhiệm xã hội. Cả góc độ lý luận và thực nghiệm đều chứng minh lợi ích của các chương trình CSR cho công ty cũng như các bên liên quan. Hay nói cách khác, CSR đóng vai trò quan trọng giúp công ty xây dựng và thực thi chiến lược kinh doanh.

Qua vài thập niên phát triển gần đây, các nghiên cứu về CSR đã kế thừa và phát triển nội dung cho phù hợp với điều kiện kinh tế xã hội tại thời điểm nghiên cứu. Từ các nghiên cứu này mở ra một số hướng nghiên cứu trong tương lai:

+ Tập trung nghiên cứu hoạt động CSR ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ thay vì các công ty lớn được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán, ở cấp độ công ty, chú ý các công ty trong lãnh vực dịch vụ. Hướng nghiên cứu này phù hợp với bối cảnh Việt nam hiện nay, khi số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm tỷ trọng rất lớn, giai đoạn 2011 - 2015 là thành lập mới 350.000 doanh nghiệp và đến cuối năm 2016, cả nước sẽ có khoảng 700.000 doanh nghiệp hoạt động. Thêm vào đó, đa số các nghiên cứu CSR trong thời gian đầu tập trung vào các nước phát triển, vì thế việc chuyển hướng sang các nền kinh tế mới nổi hay các nước đang phát triển như Việt nam là rất hợp lý.

+ Đánh giá để định vị trí trung tâm cho đối tượng khách hàng trong tất cả các bên liên quan bên trong cũng như bên ngoài doanh nghiệp. Trong mô hình nghiên cứu về CSR, cần thiết bổ sung các biến trung gian – các nhân tố mới, phát triển các phương pháp xác định trọng số của các hoạt động CSR, phát triển các tiêu chí đo lường cho phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abbott, W. F., và Monsen, R. J., 1979. On the measurement of corporate social responsibility: Self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*. 22/3: 501-515.
2. Alexander, G. B., 1978. Corporate social responsibility and stock market performance. *Academy of Management Journal*. 21/3: 479-486.
3. Aragón-Correa, J. A., Hurtado-Torres, N., Sharma, S., & García-Morales, V. J., 2008. Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of environmental management*. 86/1: 88-103.
4. Aupperle, K. C., 1985. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*. 28/2: 446-463.
5. Banker, R. D và Mashruwala, R., 2007. The Moderating role of competition in the relationship between nonfinancial measures and future financial performance. *Contemporary Accounting Research*. 24/3: 763-793.
6. Bauman, C. W., và Skitka, L. J., 2012. Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behavior*. 32: 63-86.
7. Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A., & Hill, R. P., 2006. The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of Business Research*. 59/1: 46-53.
8. Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S., & Jones, T. M., 1999. Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance. *Academy of Management Journal*. 42/5: 488-506.
9. Bhattacharya, C. B., & Sen, S., 2004. Doing better at doing good: When, why and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*. 47: 9-25.
10. Bhattacharya, C.B., Daniel, K., & Sen, S., 2009. Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*. 85/2: 257-272.
11. Bird, R., Hall, A.D., Momente, F., Reggiani, F., 2007. What corporate social responsibility activities are valued by the market? *Journal of Business Ethics*. 76/2: 189-206.
12. Blombäck, A., & Scandeliuss, C., 2013. Corporate heritage in CSR communication: a means to responsible brand image? *Corporate Communications: An International Journal*. 18/3: 362-382.
13. Boli, J., & Hartsuiker, D., 2001. World culture and transnational corporations: sketch of a project. Istanbul: In International Conference on Effects of and Responses to Globalization.
14. Bowen, H., 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper.
15. Bragdon, J.H., Marlin, J.T., 1972. Is pollution profitable? *Journal of Risk Management*. 19/4: 9-18.
16. Brammer, S., & Millington, A., 2008. Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *Strategic Management Journal*. 29/12: 1325-1343.
17. Buzby, S.L & Falk, H., 1978. A survey of the interest in social responsibility information by mutual funds. *Accounting, Organizations and Society*. 3/3-4: 191-201.
18. Carnevale, C., Mazzuca, M., & Venturini, S., 2012. Corporate social reporting in European banks: The effects on a firm's market value. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 19/3: 159-177.
19. Carrigan, M., & Attalla, A., 2001. The myth of the ethical consumer-do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of consumer marketing*. 18/7: 560-578.
20. Carroll, A. B., 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*. 34/4: 39-48.
21. Carroll, A. B., 2000. Ethical challenges for business in the new millennium: Corporate social responsibility and models of management morality. *Business Ethics Quarterly*. 10/1: 33-42.

22. Carroll, A., 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*. 4: 497-505.
23. Carvalho, S.W. Sen, S. Mota, M.D. Lima, R.C., 2010. Consumer reactions to CSR: a Brazilian perspective. *Journal of Business Ethics*. 91/2: 291-310.
24. Clarkson, M. E., 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*. 20/1: 92-117.
25. Cordeiro, J. J., & Sarkis, J., 1997. Environmental proactivism and firm performance: evidence from security analyst earnings forecasts. *Business Strategy and the Environment*. 6/2: 104-114.
26. Crespo, A. H., & del Bosque, I. R. , 2005. Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. *Journal of business ethics*. 64/1: 369-385.
27. Charles, S.T., Reynolds, C.A., Gatz, M., 2001. Age-related differences and change in positive and negative affect over 23 years. *Journal of Personality and Social Psychology*. 80/1: 136-151.
28. Châu thị Lê Duyên và ctv, 2014. Nghiên cứu mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội, lợi ích kinh doanh và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp khu vực thành phố Cần Thơ, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. Số 32: 7-18
29. Châu thị Lê Duyên và Nguyễn Minh Cảnh, 2013. Phân tích những nhân tố thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Cần Thơ, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. Số 25: 9-16
30. Dahlsrud, A., 2008. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*. 15/1: 1-13.
31. Deegan, C. & Samkin, G., 2009. *New Zealand Financial Accounting*. Sydney, Australia: McGraw-Hill.
32. Dodd, E. M., 1932. For whom are corporate managers trustees?. *Havard Law Review*. 5/7: 1145-1163.
33. Enock, O. N., & Basavaraj, K., 2014. CSR as a Media for Company Brand Image. *The International Journal of Business & Management*. 2/7: 94-107.
34. Fatma, M., & Rahman, Z., 2016. The CSR's influence on customer responses in Indian banking sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 29: 49-57.
35. Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. , 2016. Measuring consumer perception of CSR in tourism industry: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 27: 39-48.
36. Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I., 2014. Multi-item stakeholder based scale to measure CSR in the banking industry. *International Strategic Management Review*. 2/1: 9-20.
37. Freeman, R., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pittman. Boston. 280pp
38. Friedman, M., 1970. The Social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*.
39. Garcia de los Salmones, M.M., Herrero, A., del Bosque, I.R., 2005. Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. *Journal of Business Ethics*. 61/4: 369-385.
40. Gossling, T và Vocht, C., 2007. Social role conceptions and CSR policy success. *Journal of Business Ethics*. 47/40: 363-372.
41. Grave, S.B., Waddock, S.A., 1994. Institutional owners and corporate social performance. *Academy of Management Journal*. 37/4: 1034-1046.
42. Hart, S.L., Ahuja, G., 1996. Does it pay to be green? An empirical examination of the relationship between emission reduction and firm performance. *Business Strategy and the Environment*. 5/1: 30-37.
43. He, H., & Li, Y., 2011. CSR and service brand: The mediating effect of brand identification and moderating effect of service quality. *Journal of Business Ethics*. 100/4: 673-688.
44. Heinze, D., 1976. Financial correlates of a social measure. *Akron Business and Economic Review*. 7/1: 48-51.
45. Hillman, A. J., & Keim, G. D., 2001. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strategic Management Journal*. 22: 125-139.
46. Hoàng Hải Yến, 2016. Trách nhiệm xã hội của Ngân hàng – Thực trạng và một số khuyến nghị đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam, *Tạp chí ngân hàng*. Số 10/2016
47. Holt, D. B., Quelch, J. A., & Taylor, E. L., 2004. How global brands compete. *Harvard Business Review*. 82/9: 68-75.

48. Hopkins, M., 2007. Corporate Social Responsibility and International Development: Is Business the Solution? Earthscan. London. 417pp
49. Hossain, M. S. và Md. Al-Amin., 2016. Best model of CSR: An analysis of the impact of corporate social responsibility for improving the social development of the stakeholders- A study on four private commercial Banks. *International Journal of Information*. 8/2: 74-98.
50. Hung, H., 2011. Directors' roles in corporate social responsibility: A stakeholder perspective. *Journal of Business Ethics*. 103: 385-402.
51. Hur, W. M., Kim, H., & Woo, J., 2014. How CSR leads to corporate brand equity: Mediating mechanisms of corporate brand credibility and reputation. *Journal of Business Ethics*. 125/1: 75-86.
52. Inoue, Y. và Lee, S., 2011. Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*. 32: 790-804.
53. Islam, K. Z., 2012. Corporate Social Responsibility (CSR) and Issue to Corporate Financial Performance (CFP): An Empirical Evidence on Dhaka Stock Exchange (DSE) Listed Banking Companies in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*. 4/11: 18-24.
54. Islam, Z. M., Ahmed, S. U., & Hasan, I., 2012. Corporate social responsibility and financial performance linkage: Evidence from the banking sector of Bangladesh. 1(1), 14-21. *Journal of Organizational Management*. 1/1: 14-21.
55. Johnson, H. H., 2003. Does it pay to be good? Social responsibility and financial performance. *Business Horizons*. 46/6: 34-40.
56. Johnson, R. A., & Greening, D. W., 1999. The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Academy of Management Journal*. 42/5: 564-576.
57. Judge, W.Q., Douglas, T.J., 1998. Performance implications of incorporating natural environmental issues into the strategic planning process: an empirical assessment. *Journal of Management Studies*. 35/2: 241-262.
58. Kacperczyk, A., 2009. With greater power comes greater responsibility? Takeover protection and corporate attention to stakeholders. *Strategic Management Journal*. 30.
59. Kamatra, N., & Kartikaningdyah, E., 2015. Effect corporate social responsibility on financial performance. *International Journal of Economics and Financial*. 5.
60. Kang, K.H., Lee, S., Huh, C., 2010. Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. 29: 72-82.
61. Karaosmanoglu, E., Altinigne, N., & Isiksal, D. G., 2016. CSR motivation and customer extra-role behavior: Moderation of ethical corporate identity. *Journal of Business Research*. 69: 4161-4167.
62. Kiliç, M., Kuzey, C., Uyar, A., 2015. The impact of ownership and board structure on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting in the Turkish banking industry. *Journal of Corporate Governance*. 15/3: 357-374.
63. Klassen, R.D., McLaughlin, C.P., 1996. The impact of environmental management on firm performance. *Management Science*. 42/8: 1199-1214.
64. Khan, Z., Ferguson, D., & Pérez, A., 2015. Customer responses to CSR in the Pakistani banking industry. *International Journal of Bank Marketing*. 33/4: 471-493.
65. Khojastehpour, M., & Johns, R., 2014. The effect of environmental CSR issues on corporate/brand reputation and corporate profitability. *European Business Review*. 26/4: 330-339.
66. Lee, E. M., Park, S. Y., Rapert, M. I., & Newman, C. L., 2012. Does perceived consumer fit matter in corporate social responsibility issues? *Journal of Business Research*. 65/11: 1558-1564.
67. Lee, E.M.; Park, S.; Lee, H.J., 2013. Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of Business Research*. 66: 1716-1724.
68. Lee, M. D. P., 2011. Configuration of external influences: The combined effects of institutions and stakeholders on corporate social responsibility strategies. *Journal of Business Ethics*. 102/2: 281-298.
69. Lee, M. D., 2008. A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International journal of management reviews*. 10/1: 53-73.
70. Lee, S., & Park, S. Y., 2009. Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals? *International Journal of Hospitality Management*. 28/1: 105-112.

71. Lee, Y. K., Lee, K. H., & Li, D. X., 2012. The impact of CSR on relationship quality and relationship outcomes: A perspective of service employees. *International Journal of Hospitality Management*. 31/3: 745-756.
72. Lê Tuấn Bách, 2015. Cách thức để nhà nước điều tiết hiệu quả trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, *Tạp chí Khoa Học Trường Đại Học An Giang*. Số 6/2: 37-44.
73. Lock, I., & Seele, P., 2016. The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production*. 122: 186-200.
74. Mahbuba, S., & Farzana, N., 2013. Corporate Social Responsibility and Profitability: A Case Study on Dutch Bangla Bank Ltd. *International Journal of Business and Social Research*. 3/4:139-145.
75. Maignan, I., & Ferrell, O. C., 2001. Antecedents and benefits of corporate citizenship: An investigation of French business. *Journal of Business Research*. 51: 37-51.
76. Malik, M. S., & Nadeem, M., 2014. Impact of corporate social responsibility on the financial performance of banks in Pakistan. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 10/1: 9-19.
77. Malik, M., 2015. Value - Enhancing Capabilities of CSR: A Brief Review of Contemporary Literature. *Journal of Business Ethics*. 127: 419-438.
78. Mandhachitara, R. và Poolthong, Y., 2011. A model of customer loyalty and corporate social responsibility. *Journal of Services Marketing*. 25/2: 122-133.
79. Marin, L., Ruiz, S., & Rubio, A., 2009. The role of identity salience in the effects of corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of business ethics*. 84/1: 65-78.
80. Martínez, P., Pérez, A., & del Bosque, I. R., 2014. CSR influence on hotel brand image and loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*. 27/2: 267-283.
81. Maslow, A. H., 1954. *Motivation and personality*. New York: Harper & Row Publishers
82. Mather, M., Carstensen, L.L., 2005. Aging and motivated cognition: the positivity effect in attention and memory. *Trends in Cognitive Sciences*. 9/10: 496-502.
83. McDonald, L. M., & Hung Lai, C., 2011. Impact of corporate social responsibility initiatives on Taiwanese banking customers. *International Journal of Bank Marketing*. 29/1: 50-63.
84. McDonald, L. M., & Rundle-Thiele, S., 2008. Corporate social responsibility and bank customer satisfaction: a research agenda. *International Journal of Bank Marketing*. 26/3: 170-182.
85. MORI, 2000. *SMEs' Attitudes to Social Responsibility (Impact on Society Taskforce)*. London.
86. Mustafa, S. A., Othman, A. R., & Perumal, S., 2012. Corporate social responsibility and company performance in the Malaysian context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 65: 897-905.
87. Nicolau, J., 2008. Corporate social responsibility: worth-creating activities. *Annals of Tourism Research*. 35/4: 990-1006.
88. Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức, 2008. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – CSR: một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới trong quản lý nhà nước đối với CSR ở Việt nam, *Tạp chí Quản lý Kinh Tế*. Số 4.
89. Nguyễn Đình Tài, 2010. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và các vấn đề đặt ra hôm nay, *Kinh tế và Dự báo* 2010.
90. Nguyễn Ngọc Thắng, 2010. Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN*. Số 26: 232-238.
91. Öberseder, M., Schlegelmilch, B. B., & Murphy, P. E., 2013. CSR practices and consumer perceptions. *Journal of Business Research*. 66/10: 1839-1851.
92. O'Dwyer, B., 2011. The case of sustainability assurance: Constructing a new assurance service. *Contemporary Accounting Research*. 28/4: 1230-1266.
93. Orlitzky, M., Schmidt, F.L., Rynes, S.L., 2003. Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*. 24/3: 403-441.
94. Pava, M.L., Krusz, J., 1996. The association between corporate social-responsibility and financial performance: the paradox of social cost. *Journal of Business Ethics*. 15/3: 321-357.
95. Pérez, A., & del Bosque, I. R., 2014. Customer CSR expectations in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing*. 32/3: 223-244.
96. Pérez, A., & del Bosque, I. R., 2015. Customer values and CSR image in the banking industry. *Journal of Financial Services Marketing*. 20/1: 46-61.

97. Perrini, F., 2006. SMEs and CSR theory: Evidence and implications from an Italian perspective. *Journal of business ethics*. 67/3: 305-316.
98. Polychronidou, P., Ioannidou, E., Kipourous, A., Tsourgiannis, L., & Simet, G. F., 2014. Corporate Social Responsibility in Greek Banking Sector–An Empirical Research. *Procedia Economics and Finance*. 9: 193-199.
99. Pomeroy, A., & Dolnicar, S., 2009. Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: are consumers aware of CSR initiatives? *Journal of Business Ethics*. 85/2: 285-301.
100. Preston, L.E., O'Bannon, D.P., 1997. The corporate social-financial performance relationship: typology and analysis. *Business and Society*. 36/4: 419-429.
101. Phạm Long Châu, 2014. Thực trạng và các giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam, Kỷ yếu công trình khoa học. Đại Học Thăng Long.
102. Phạm Văn Đức, 2011. Một số vấn đề lý luận và thực tiễn cấp bách trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt nam hiện nay, Tạp chí Nghiên Cứu Kinh Tế. Số 400/9
103. Raza, A., Ilyas, M. I., Rauf, R., & Qamar, R., 2012. Relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Financial Performance (CFP): Literature review approach. *Elixir Finance Management*. 46: 8404-8409.
104. Rhou, Y., Singal, M., & Koh, Y., 2016. CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*. 57: 30-39.
105. Roberts, R. W., 1992. Determinants of corporate social responsibility disclosure, an application of stakeholder theory. *Journal of Accounting, Organizations and Society*. 17/6: 595-612.
106. Russo, M.V., Fouts, P.A., 1997. A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*. 40/3: 534-559.
107. Rust, R. T., Zeithaml, V. A., & Lemon, K. N., 2000. Driving customer equity. New York: Free Press.
108. Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A., 2015. How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*. 68/2: 341-350.
109. Scharf, R.E., & Fernandes, J., 2013. The advertising of corporate social responsibility in a Brazilian bank. *International Journal of Bank Marketing*. 31/1: 24-37.
110. Scholtens, B., 2009. Corporate social responsibility in the international banking industry. *Journal of Business Ethics*. 86/2: 159-175.
111. Soana, M. G., 2011. The relationship between corporate social performance and corporate financial performance in the banking sector. *Journal of Business Ethics*. 104/1: 133-148.
112. Solomon, R.C. & Hanson, K.R., 1985. It's good business. Atheneum. New York
113. Sparkes, R., & Cowton, C. J., 2004. The maturing of socially responsible investment: A review of the developing link with corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*. 52/1: 45-57.
114. Sprinkle, G. B., & Maines, L. A., 2010. The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*. 53 (5), 445-453.
115. Sturdivant, F.D., Ginter, J.L., 1977. Corporate social responsiveness: management attitude and economic performance. *California Management Review*. 19/3: 30-39.
116. Teoh, S.H., Welch, I., Wazzan, C.P., 1999. The effect of socially activist investment policies on the financial markets: evidence from the South African boycott. *Journal of Business*. 72/1: 35-89.
117. Tian, Z., Wang, R., Yang, W., 2011. Consumer responses to corporate social responsibility in China. *Journal Business Ethics*. 101/2: 197-212.
118. Tingchi Liu, M., Anthony Wong, I., Shi, G., Chu, R., & L. Brock, J., 2014. The impact of corporate social responsibility (CSR) performance and perceived brand quality on customer-based brand preference. *Journal of Services Marketing*. 28/3: 181-194.
119. Torres, A., Bijmolt, T. H., Tribó, J. A., & Verhoef, P., 2012. Generating global brand equity through corporate social responsibility to key stakeholders. *International Journal of Research in Marketing*. 29/1: 13-24.
120. Turker, D., 2009. Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics* , 85 (4), 411-427.
121. Trần Thị Minh Hòa và Nguyễn Thị Hồng Ngọc, 2014. Trách nhiệm xã hội trong kinh doanh khách sạn tại Việt Nam Nghiên cứu trường hợp tại khách sạn Sofitel Legend Metropole và Sofitel Plaza Hà Nội, Tạp chí khoa học Đại Học Quốc gia Hà Nội. Số 4/30: 1-11.

122. Ullmann, A., 1985. Data in search of a theory, a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms. *The Academy of Management Review*. 10/3: 540-557.
123. Vaaland, T.I. Morten Heide và Kjell Gronhaug., 2008. Corporate social responsibility: investigating theory and research in the marketing context. *European Journal of Marketing*. 42/9-10: 927-953.
124. Van der Laan Smith J., Adhikari A. and Tondkar R. H., 2005. Exploring differences in social disclosures internationally, a stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*. 24/2: 123-151.
125. Vance, S., 1975. Are socially responsible corporations good investment risks? *Management Review*. 64/8: 18-24.
126. Vassileva, B., 2009. Corporate social responsibility–Corporate branding relationship: an empirical comparative study. *Management & Marketing Journal*. 7/2.
127. Võ Khắc Thường, 2013. Trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp VN và những vấn đề bất cập, *Tạp chí Phát triển và hội nhập*. Số 9/19.
128. Votaw, D., 1972. Genius becomes rare: a comment on the doctrine of social responsibility. Pt.1. *Calif.Manag.Rev*.15/2: 25-31.
129. Waddock, S.A., Grave, S.B., 1997. The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*. 18/4: 303-319.
130. Wanderley, L. S. O., Lucian, R., Farache, F., & de Sousa Filho, J. M., 2008. CSR information disclosure on the web: a context-based approach analysing the influence of country of origin and industry sector. *Journal of Business Ethics*. 82/2: 369-378.
131. Weber, M., 2008. The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*. 26/4: 247-261.
132. Wood, D., 2010. Measuring corporate social performance: A review. *International Journal of Management Reviews*. 12/1: 20-32.
133. Wright, P., Ferris, S.P., 1997. Agency conflict and corporate strategy: the effect of divestment on corporate value. *Strategic Management Journal*.18/1: 77-83.
134. Wu, M. W., & Shen, C. H., 2013. Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance. *Journal of Banking & Finance*. 37/9: 3529-3547.
135. Yeung, S., 2011. The Role of Banks in Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*. 1/2:103-115.

ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA GIÁ TRỊ KHÁCH HÀNG ĐẾN HÀNH VI MUA LẠI CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÁC SIÊU THỊ ĐIỆN THOẠI TRÊN ĐỊA BÀN TP. CẦN THƠ

Lưu Tiến Thuận¹, Trần Thị Mỹ Nương² và Nguyễn Thu Nha Trang³

¹ Khoa Kinh tế-Trường đại học Cần Thơ, ltthuan@ctu.edu.vn;

² Cục Thuế Cần Thơ, ttnnuong91@gmail.com;

³ Khoa Kinh tế- Trường đại học Cần Thơ, ntntrang@ctu.edu.vn

*Tác giả nhận phản hồi: ltthuan@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Bài viết đánh giá ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến hành vi mua lặp lại của khách hàng qua việc phỏng vấn 220 khách hàng mua sắm tại các siêu thị điện thoại (STĐT) tại TPCT bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Các phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá và khẳng định, và mô hình cấu trúc tuyến tính được sử dụng trong nghiên cứu này. Kết quả cho thấy, thang đo giá trị khách hàng gồm 5 thành phần: giá trị sản phẩm dịch vụ, giá trị nhân sự, phí tổn vật chất, giá trị hình ảnh và phí tổn tinh thần và thời gian. Trong đó, giá trị sản phẩm dịch vụ là thành phần có tác động mạnh nhất đến giá trị khách hàng. Kết quả chỉ ra rằng các thành phần của giá trị khách hàng là những yếu tố quan trọng làm nên sự thỏa mãn của khách hàng, từ đó tác động đến ý định mua lại và hành vi mua lại của khách hàng. Bài nghiên cứu đóng góp mặt học thuật và làm giàu lý thuyết về giá trị khách hàng và hành vi mua lặp lại của khách hàng. Bên cạnh đó, bài viết đề xuất một số giải pháp và hàm ý quản trị nhằm giúp các nhà quản lý STĐT gia tăng hoạt động mua lặp lại của khách hàng.

Từ khóa: Hành vi mua lặp lại, giá trị khách hàng, sự thỏa mãn khách hàng, ý định mua lặp lại.

ASSESSING THE EFFECTS OF CUSTOMER VALUE TO REPURCHASE BEHAVIOR OF CUSTOMER IN TELEPHONE SUPERMARKETS IN CAN THO CITY.

ABSTRACT

The paper assesses the effects of customer value to repurchase behavior of customers through surveying 220 respondents who shop at telephone supermarkets in the Can Tho city by convenient sampling method. The methods of descriptive statistics, Cronbach's Alpha testing, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis and Structural Equation Modelling were used. The results show that the scale of customer value includes five components: product and services values, personnel value, image value, monetary cost, and psychic and time costs. The product and services values are the most important elements that affected on customer value. The results illustrate that the components of customer value are the important factors that make customers satisfaction; customer satisfaction affects to intended purchase and repurchase behavior of customer. The research paper contributes and enriches the theory of customer value and repurchase behavior of customer. Finally, the paper gives some recommendations to raise the repurchase behavior of customers.

Key words: Repurchase behavior, customer value, customer satisfaction, intended purchase,

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nền kinh tế thị trường, một doanh nghiệp phải chịu rất nhiều sức ép từ các đối thủ cạnh tranh. Để tồn tại và phát triển, mỗi doanh nghiệp đều có những công cụ riêng để tạo ra lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ trên thị trường. Với vai trò khách hàng là trung tâm thì khái niệm giá trị khách hàng là một cơ hội mới để tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp khi mà chính sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật đã làm cho nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng, phong phú. Khách hàng đòi hỏi ngày càng cao hơn và khó tính hơn. Do đó, giá trị khách hàng là điều mà các doanh nghiệp cần quan tâm trong việc xây dựng và nâng cao lợi thế cạnh tranh. Nó là một “vũ khí” chiến lược trong thu hút và giữ chân khách hàng và sẽ trở thành một nhân tố quan trọng đóng góp vào sự thành công của doanh nghiệp (Parasuraman et al., 1994).

Thỏa mãn khách hàng là một trong những nhiệm vụ quan trọng của những nhà quản trị. Suốt hai thập kỷ qua, quản trị sự thỏa mãn của khách hàng xuất hiện như là một chiến lược cấp bách đối với hầu hết các doanh nghiệp (Honomichl, 1993). Các nhà nghiên cứu thừa nhận rằng sự thỏa mãn của khách hàng tác động trực tiếp đến lợi nhuận của doanh nghiệp (John, 1974). Tạo sự thỏa mãn cho khách hàng là rất quan trọng, doanh nghiệp sẽ đạt được nhiều lợi ích như: có được lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm, chi phí giữ chân khách hàng ít hơn chi phí tìm kiếm khách hàng mới, doanh nghiệp sẽ tốn ít chi phí hơn để phục vụ cho một khách hàng có mức độ thỏa mãn cao so với một khách hàng mới.

Việc thỏa mãn nhu cầu mong muốn hay làm thỏa mãn khách hàng chỉ là bước đầu, là điều kiện cần nhưng chưa đủ, cái mà doanh nghiệp quan tâm chính là sự thỏa mãn sẽ tác động đến hành vi mua lại thông qua sự hình thành ý định mua lại. Sự thỏa mãn là tiền thân trực tiếp của ý định và hành vi (Cronin et al., 2000). Nhưng số khác lại cho rằng thỏa mãn ít liên quan đến hành vi mua lại (Oliver, 1997; Olsen, 2002; Suh & Yi, 2006). Các nghiên cứu của Rauyruen & Miller (2007); Swanson & Davis (2003); Turel & Serenko (2004) về tác động của sự thỏa mãn đến hành vi mua lại cũng cho các kết quả rất khác nhau. Vậy sự thỏa mãn của khách hàng đạt ở mức độ nào thì khách hàng sẽ hình thành nên ý định mua lại và từ đó biểu hiện ra thành hành vi mua lại sản phẩm của doanh nghiệp? Yếu tố nào ảnh hưởng đến sự thỏa mãn? Đây thực sự là những vấn đề quan trọng mà nhà quản trị quan tâm khi mức độ khách hàng ngày càng hiểu biết và mong đợi nhiều hơn so với trước đây. Cho đến nay, có nhiều nghiên cứu xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của khách hàng như thái độ phục vụ khách hàng, mức độ đáp, sự đáp lại, sự hữu hình, v.v... Tuy nhiên, việc xem xét mối quan hệ ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến sự thỏa mãn của khách hàng còn nhiều hạn chế và cần được khám phá một cách khoa học. Đây cũng là khe hở trong nghiên cứu mà bài viết cần tiến hành thực hiện.

Sự thay đổi những giá trị, chuẩn mực và hành vi cũng như sự gia tăng cạnh tranh trong hầu hết các lĩnh vực làm cho khách hàng ít có khả năng tiêu dùng lại một sản phẩm nào đó nhất định. Doanh nghiệp cần phải làm gì để nâng cao giá trị khách hàng, nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng, nâng cao ý định mua lại, cái sẽ tạo nên hành vi mua lại để tăng lợi nhuận trong bối cảnh hiện tại? Vì vậy, bài nghiên cứu sẽ khám phá các mối quan hệ về sự thỏa mãn, ý định mua lại và hành vi mua lại, và đặc biệt quan tâm đến mối quan hệ ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến sự thỏa mãn trong trường hợp khách hàng mua sắm tại các siêu thị điện thoại để làm rõ về các mối quan hệ trên.

Việc chọn các siêu thị điện thoại để nghiên cứu là vì trong những năm gần đây điện thoại di động và các thiết bị kỹ thuật khác đã trở thành vật dụng cần thiết đối với mọi khách hàng. Theo số liệu thống kê báo cáo thị trường năm 2014 của Bộ Công Thương thì Việt Nam với dân số 90 triệu người nhưng số lượng thuê bao di động lên đến trên 130 triệu thuê bao. Ngoài ra, Việt Nam là một trong ba thị trường điện thoại di động tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực với mức tăng trưởng 59% (GFK, 2014) và Việt Nam được xem là một trong những thị trường có tỷ lệ dùng điện thoại di động cao nhất (Nielsen, 2014). Tuy nhiên, ngành kinh doanh điện thoại di động hiện nay là ngành có mức độ cạnh tranh rất cao, đặc biệt là tại địa bàn Thành phố Cần Thơ (TPCT) – thành phố trẻ với nhiều tiềm năng phát triển các ngành hàng điện tử nói chung và điện thoại nói riêng. Đây là thành phố đang phát triển với tốc độ ngày càng cao về tiêu thụ sản phẩm công nghệ và là thị trường đầy tiềm năng. Do đó, các cửa hàng/ siêu thị điện thoại được xây dựng và thành lập ngày càng nhiều. Nếu các STĐT biết cách nâng cao giá trị khách hàng để làm thỏa mãn khách hàng nhiều hơn thì các STĐT sẽ có được lợi nhuận cao hơn do nhiều khách hàng sẽ quay lại mua sản phẩm của STĐT.

Xuất phát từ các lý do nêu trên, việc nghiên cứu và đánh giá sự ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến hành vi mua lặp lại của khách hàng tại các siêu thị trên địa bàn TPCT là cần thiết và cần được tiến hành nghiên cứu một cách khoa học. Kết quả nghiên cứu sẽ làm rõ tầm quan trọng của việc nâng cao giá trị khách hàng ảnh hưởng như thế nào đến hành vi mua lặp lại của khách hàng qua việc xem xét với mối quan hệ sự thỏa mãn và ý định mua lại của khách hàng. Ngoài ra, bài nghiên cứu sẽ đề xuất các giải pháp thiết thực nhằm cải thiện và nâng cao các yếu tố của giá trị khách hàng cũng như nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng. Qua đó, bài nghiên cứu kỳ vọng đóng góp và làm giàu lý thuyết về giá trị khách hàng và hành vi mua lặp lại của khách hàng; cũng như đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp các nhà quản lý STĐT gia tăng hoạt động mua lặp lại của khách hàng.

2. PHƯƠNG PHÁP LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Các khái niệm và nghiên cứu có liên quan

Giá trị khách hàng: Kotler (2003) chỉ ra rằng Giá trị khách hàng bao gồm các yếu tố của giá trị sản phẩm, giá trị dịch vụ, giá trị nhân sự, giá trị hình ảnh, và chi phí khách hàng. Nghiên cứu của tác giả Sweeney (2001) mô tả 4 khía cạnh giá trị khác biệt là giá trị tinh thần, giá trị xã hội, giá trị chức năng liên quan đến giá sản phẩm và giá trị chức năng liên quan đến hiệu suất chất lượng sản phẩm. Không chỉ vậy, giá trị khách hàng còn được xem như là một chức năng của chất lượng và giá cả, trong đó chất lượng bao gồm các thành phần liên quan đến sản phẩm, các dịch vụ liên quan (Ulaga, 2001). Một nghiên cứu về mua hàng qua mạng của Anckar et al., (2002) từ cách tiếp cận giá trị khách hàng đã nêu lên giá trị khách hàng được tạo ra trong mua sắm qua mạng thông qua 4 khía cạnh khác nhau: giá cả cạnh tranh, phân loại chuyên sâu, mua sắm thuận tiện và dịch vụ khách hàng tốt hơn. Một nghiên cứu khác chuyên sâu về giá trị nhận thức của khách hàng đã đo được qua các biến quan sát là chất lượng tốt, giá cả hợp lý, giá trị nhận được cao hơn (Eggert and Ulaga, 2002). Nghiên cứu của Keeney (1999) đã đề xuất một danh sách toàn diện các thành phần hữu ích của giá trị khách hàng trong thương mại điện tử: chất lượng, chi phí, thời gian giao hàng, tiện lợi, giảm thời gian, bảo mật, an toàn và tác động môi trường. Bài viết sử dụng khái niệm giá trị khách hàng theo Kotler (2003) để áp dụng trong nghiên cứu này.

Sự thỏa mãn của khách hàng: là sự phản hồi tình cảm, cảm nhận của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ trên cơ sở so sánh sự khác biệt giữa những gì họ nhận được so với mong đợi trước đó (Oliver, 1999). Kotler (2003) cho rằng “Sự thỏa mãn là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm với những kỳ vọng của người đó. Nhóm tác giả Mittal et al., (1999) đã nghiên cứu sự thỏa mãn thông qua thực nghiệm bằng việc khảo sát sự hài lòng người tiêu dùng đối với các thuộc tính khác nhau được đưa ra của một sản phẩm hay dịch vụ.

Ý định mua lại: Seiders et al., (2001) nêu lên khái niệm rằng ý định mua lại đại diện cho khả năng dự báo của khách hàng gắn với các hành vi mua lại lần nữa. Sau khi khách hàng thực hiện việc mua hàng, khách hàng có những suy nghĩ sẽ quay lại để mua hàng tại nơi đã mua. Một số nhà nghiên cứu dựa trên nhóm các yếu tố khác nhau để hình thành ý định mua lại, bao gồm các đặc tính cá nhân (như nhận thức của khách hàng về kết quả mua sắm và các quy trình, niềm tin), nhiều yếu tố khác như thói quen, kinh nghiệm (Bhattacharjee, 2001; Benlian et al., 2012; Khalifa và Liu, 2007; Tam and Ho, 2006; Zhou et al., 2012). Bên cạnh đó, Kim và Son (2009) và Zhao et al. (2012) nhấn mạnh tầm quan trọng của lợi ích cảm nhận của cá nhân đến ý định tiếp tục mua lại. Ngoài ra các nghiên cứu thực nghiệm đã dựa trên các tài liệu tiếp thị và các mô hình lý thuyết giải thích cho sự hình thành ý định mua lại (Lam et al., 2004; Oliver, 1999; Xiao và Benbasat, 2007). Một tác giả khác xây dựng lý thuyết để điều tra sự hình thành ý định mua lại và thấy rằng ý định của khách hàng được đánh giá chủ yếu là do sự cảm nhận (Bhattacharjee, 2001).

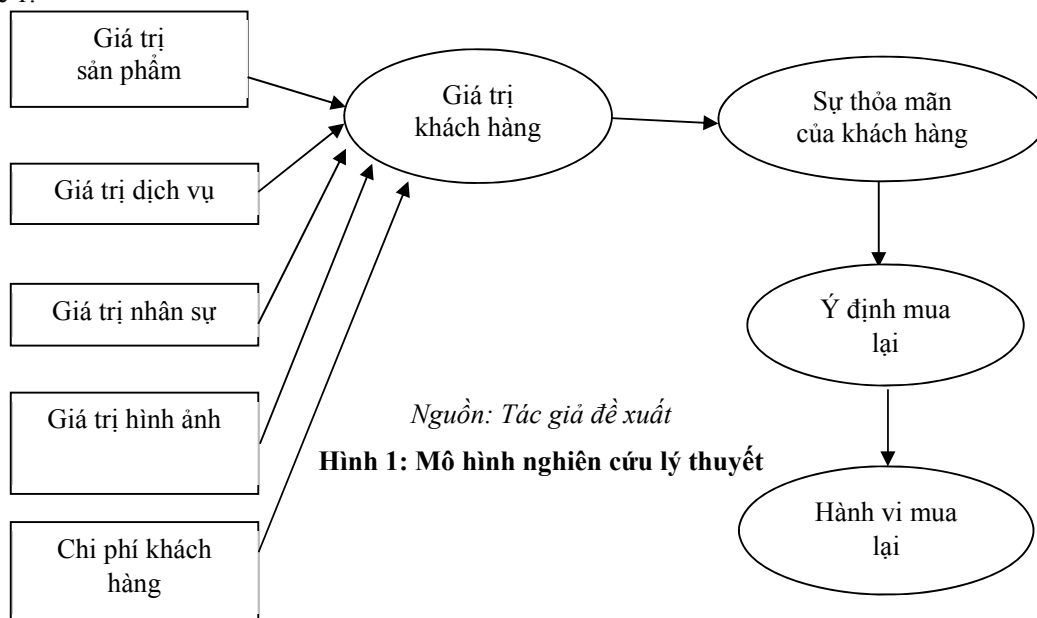
Hành vi mua lại (mua lặp lại / tiếp tục mua) là khái niệm thuộc cấu trúc hành vi về lòng trung thành. Bloemer et al., (1999) nhấn mạnh tầm quan trọng việc phân tích sự hiệu quả các cấu trúc về hành vi đối với lòng trung thành của người tiêu dùng. Họ đã tìm thấy sự tác động khác biệt của các cá nhân lên xu hướng mua lặp lại đối với các sản phẩm công nghệ.

Mối quan hệ giữa giá trị khách hàng, sự thỏa mãn, ý định mua lại và hành vi mua lại của khách hàng: Khi khách hàng nhận được nhiều hơn cái họ bỏ ra, mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp trở nên gắn bó hơn. Vì vậy, họ sẽ hình thành ý định mua lại, mua lại thực sự, mua nhiều hơn và có thể chấp nhận giá cao mà không chuyển qua doanh nghiệp khác. Nói cách khác giá trị khách hàng là yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh cho công ty để giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới. Giá trị cảm nhận và sự thỏa mãn có mối liên hệ chặt chẽ với nhau và giá trị cảm nhận là chỉ số quan trọng của ý định mua lại được thể hiện trong nghiên cứu của Hume (2008). Người tiêu dùng có thể nhận thức về những gì họ nhận được và những gì họ từ bỏ để sử dụng một sản phẩm, dịch vụ nhất định (Ha và Janda, 2008).

Mối liên hệ giữa sự thỏa mãn và ý định mua lại được nhiều nhà nghiên cứu trong suốt những thập kỷ qua. Howard (1974), LaBarbera et al. (1983), Cronin và Taylor (1992), Yi (1993), và Rust et al., (1994) cho rằng sự thỏa mãn ảnh hưởng đến ý định mua lại trong tương lai. Các tác giả lần lượt nghiên

cứu về nền tảng lý thuyết, mô hình và có sự khảo sát thực nghiệm từ khách hàng để đưa ra những khẳng định khái niệm làm nền tảng lý thuyết vững chắc. Bên cạnh đó, các tài liệu về sự thỏa mãn trong marketing và các tài liệu ý định trong tâm lý người tiêu dùng xem sự thỏa mãn như một tiền thân của ý định, điều đó được làm sáng tỏ hơn trong nghiên cứu của tác giả Akhter (2010). Ông chỉ ra rằng có sự liên kết giữa sự thỏa mãn, ý định mua lại để giải thích cho hành vi mua lại. Người tiêu dùng sẽ hình thành ý định sử dụng tiếp sản phẩm của một doanh nghiệp khi họ thấy thỏa mãn với những gì doanh nghiệp cung cấp và rồi khi hình thành ý định mua lại sẽ thúc họ thực hiện hành vi mua lại thực sự. Các nghiên cứu nhận định rằng có mối liên hệ chặt chẽ giữa ý định mua lại và hành vi mua lại thực sự (Davis et al., 1989; và Akhter, 2010).

Các công trình nghiên cứu trên đã xem xét cho từng mối quan hệ, mà chưa xem xét các mối quan hệ ảnh hưởng với nhau trong mức độ tổng quát hơn, cụ thể là chưa xem xét mối quan hệ ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến sự thỏa mãn, ý định mua lại và hành vi mua lại. Do đó, bài nghiên cứu được thực hiện nhằm khám phá các mối quan hệ trên và được thể hiện qua mô hình nghiên cứu đề xuất (hình 1). Ngoài ra, các thành phần thang đo trong mô hình được đo lường và trình bày cụ thể ở phụ lục 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết

2.2. Phương pháp nghiên cứu: Bài nghiên cứu thực hiện phương pháp chọn mẫu thuận tiện qua việc phỏng vấn trực tiếp 220 đáp viên là những khách hàng đã từng đến mua sắm tại các STĐT trên địa bàn TPCT. Với dữ liệu thu được, bài viết kiểm định thang đo dựa vào hệ số Cronbach's Alpha, tiến hành phân tích nhân tố và phân tích mô hình có trúc tuyến tính (SEM) nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu, đánh giá mức độ ảnh hưởng của giá trị khách hàng đến sự thỏa mãn của khách hàng, ý định mua lại và hành vi mua lại của khách hàng ở các siêu thị điện thoại tại TPCT.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Mô tả thông tin đáp viên

Đáp viên trong nghiên cứu có độ tuổi từ 25-35 tuổi chiếm tỷ lệ 47%. Mức thu nhập chiếm tỷ lệ cao nhất là từ 3-5 triệu đồng/tháng chiếm gần một phần ba mẫu nghiên cứu. Nhóm nhân viên văn phòng (công chức, viên chức nhà nước...) chiếm tỷ lệ cao nhất với 43% tổng số đáp viên. Tỷ lệ nam, nữ có sự chênh lệch không cao, trong đó nam chiếm tỷ lệ 55%, nữ chiếm 45%. Về tình trạng hôn nhân, số người độc thân chiếm tỷ lệ cao trong mẫu với 62% và số người có trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất (61%).

3.2 Kết quả phân tích

- Kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbach's Alpha

Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha được sử dụng để loại các biến không phù hợp, với điều kiện các biến có hệ số tương quan biến - tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và độ tin cậy Cronbach's Alpha từ 0,6 trở

lên (Nunnally and Burstein,1994). Kết quả kiểm định được thể hiện ở bảng 1 với các số liệu đạt điều kiện.

Bảng 1: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
Giá trị sản phẩm: Cronbach's Alpha = 0,790				
GTSP1. Nguồn gốc xuất xứ sản phẩm đáng tin cậy, hàng chính hãng	11,84	4,147	0,651	0,711
GTSP2. Nhiều nhãn hiệu nổi tiếng	11,83	4,180	0,701	0,685
GTSP3. Các phụ kiện đi kèm dễ sử dụng	11,82	4,889	0,532	0,770
GTSP4. Chất lượng sản phẩm tốt	11,70	4,786	0,519	0,777
Giá trị dịch vụ: Cronbach's Alpha = 0,773				
GTDV1. Thời gian cài đặt nhanh so với anh/chị nghĩ	15,20	8,030	0,589	0,719
GTDV2. Hướng dẫn sử dụng dễ hiểu, dễ sử dụng	15,05	7,814	0,630	0,705
GTDV3. Thủ tục mua hàng, tính tiền nhanh	14,90	7,939	0,520	0,741
GTDV4. Các dịch vụ sửa chữa, bảo trì luôn được đáp ứng tốt.	15,20	7,351	0,570	0,724
GTDV5. Khuyến mãi hấp dẫn	15,30	8,258	0,439	0,768
Giá trị nhân sự: Cronbach's Alpha = 0,833				
GTNS1. Nhân viên bán hàng chuyên nghiệp	15,17	6,134	0,694	0,781
GTNS2. Nhân viên giải đáp thắc mắc một cách tận tình và nhanh chóng	14,98	6,561	0,719	0,777
GTNS3. Nhân viên có sự hiểu biết tốt về sản phẩm và dịch vụ	15,08	6,464	0,660	0,791
GTNS4. Khả năng xử lý tình huống của nhân viên	15,15	7,020	0,521	0,830
GTNS5. Nhận được sự tư vấn hữu ích từ nhân viên	14,99	6,813	0,579	0,814
Giá trị hình ảnh: Cronbach's Alpha = 0,762				
GTHA1. Bãi giữ xe rộng, miễn phí	11,87	4,763	0,455	0,760
GTHA2. Mặt tiền siêu thị điện thoại rộng rãi, thoáng mát	11,72	4,439	0,634	0,666
GTHA3. Khu vực mua sắm bên trong STĐT này sạch sẽ, thoải mái	11,36	4,561	0,647	0,663
GTHA4. Nhân viên ăn mặc lịch sự	11,37	4,581	0,526	0,725
Chi phí khách hàng: Cronbach's Alpha = 0,802				
CPKH1. Mua sắm ở STĐT này có giá cả phù hợp	18,42	8,948	0,509	0,783
CPKH2. Mua sắm ở STĐT này với chi phí tìm kiếm thấp	18,45	8,623	0,642	0,755
CPKH3. Mua sắm ở STĐT này với chi phí đi lại thấp	18,50	8,279	0,599	0,762

Biến quan sát	Trung bình thang đo	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
CPKH4. Mua sắm ở STĐT này với chi phí thời gian thấp	18,41	8,827	0,554	0,773
CPKH5. Mua sắm ở STĐT này mất ít chi phí năng lượng	18,38	8,464	0,553	0,774
CPKH6. Mua sắm ở STĐT này có ít chi phí tinh thần	18,36	8,925	0,504	0,784
Thỏa mãn khách hàng: Cronbach's Alpha = 0,829				
TMKH1. Giá trị khách hàng nhận được là rất tốt	15,12	6,903	0,552	0,816
TMKH2. Giá trị nhận được xứng đáng với chi phí bỏ ra	15,15	6,734	0,593	0,804
TMKH3. Cảm thấy STĐT này tốt hơn các STĐT khác	15,46	6,323	0,689	0,775
TMKH4. Xem việc mua sắm tại STĐT này là quyết định đúng đắn	15,24	6,556	0,733	0,766
TMKH5. Mức độ thỏa mãn chung về việc mua sắm tại STĐT này	15,15	7,081	0,571	0,809
Ý định mua lại: Cronbach's Alpha = 0,709				
YDML1. Có ý định sẽ mua lại các sản phẩm của STĐT này trong thời gian tới.	7,20	1,795	0,550	0,592
YDML2. Nói những điều tốt đẹp về STĐT này với người khác	7,38	1,999	0,402	0,669
YDML3. Khuyến khích bạn bè/người thân mua sắm ở đây	7,30	1,625	0,646	0,466
Hành vi mua lại: Cronbach's Alpha = 0,622				
HVML1. Cảm thấy thân thiết với STĐT này hơn các STĐT còn lại	9,97	3,666	0,411	0,546
HVML2. Mặc dù có nhiều STĐT nhưng tôi có xu hướng chỉ mua tại STĐT này	10,01	3,429	0,547	0,454
HVML3. Không quan tâm đến hoạt động quảng cáo, khuyến mãi của các STĐT khác	10,62	3,388	0,314	0,618
HVML4. Sẽ tiếp tục mua tiếp sản phẩm tại STĐT trong thời gian tới	9,97	3,848	0,377	0,570

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

- **Phân tích nhân tố khám phá đối với thang đo giá trị khách hàng**

Việc thực hiện phân tích nhân tố khám phá khi thỏa mãn các điều kiện: (1) Hệ số tải của các nhân tố lớn hơn 0,5 chứng tỏ các biến quan sát này có độ tin cậy; (2) Hệ số KMO thỏa mãn tính thích hợp của phân tích nhân tố nếu $0,5 \leq KMO \leq 1$ (Hair et al., 1998); (3) Hệ số Sig. = 0,000 của Kiểm định Bartlett cho biết có các biến quan sát tương quan với nhau trong tổng thể có ý nghĩa thống kê, do đó các quan sát phù hợp cho việc phân tích nhân tố; (4) Phương sai cộng dồn lớn hơn 50% (Gerbing và Anderson, 1988) là thích hợp cho phân tích nhân tố. Kết quả cho thấy có 5 nhóm được hình thành trong thang đo giá trị khách hàng (bảng 2).

Bảng 2: Kết quả nhân tố khám phá đối với thang đo giá trị khách hàng

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
GTSP2	0,772				
GTSP1	0,755				
GTSP3	0,707				
GTDV3	0,585				
GTSP4	0,563				
GTHA4	0,545				
GTDV2	0,543				
GTHA3	0,540				
GTNS4		0,794			
GTNS2		0,785			
GTDV1		0,580			
GTNS1		0,576			
GTNS5		0,545			
GTNS3		0,507			
CPKH3			0,753		
CPKH1			0,662		
CPKH5			0,649		
CPKH2			0,626		
GTHA2				0,765	
GTHA1				0,617	
CPKH6					0,770
CPKH4					0,754
Eigenvalue	1,026				
Tổng Phương sai trích	62,277				
Hệ số KMO	0,884				
Mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett	0,000				

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

- *Phân tích nhân tố khám phá thang đo Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại*

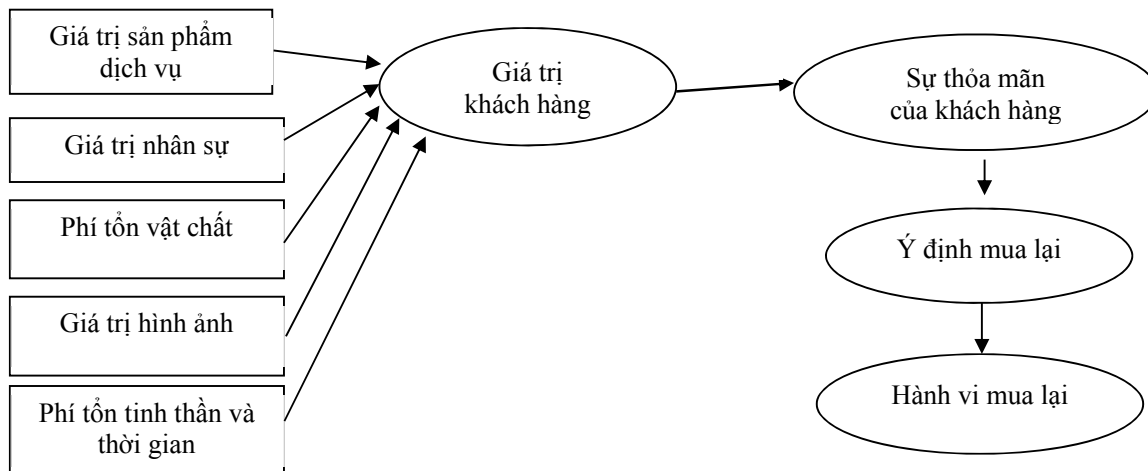
Các khái niệm về Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại là những khái niệm đơn hướng, khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá bài viết sử dụng phương pháp trích Principal Component Analysis và phép quay Varimax. Kết quả phân tích được trình bày ở bảng 3 và các biến quan sát có được sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố khẳng định (CFA) tiếp theo.

Bảng 3: Kết quả EFA thang đo Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại

Thang đo	Thành phần	Hệ số tải nhân tố	Phương sai trích (%)	Hệ số KMO	p_value kiểm định Bartlett
TMKH	TMKH4	0,845	60,754	0,844	0,000
	TMKH3	0,821			
	TMKH2	0,747			
	TMKH5	0,726			
	TMKH1	0,711			
YDML	YDML3	0,878	63,779	0,605	0,000
	YDML1	0,826			
	YDML2	0,679			
HVML	HVML2	0,824	62,518	0,633	0,000
	HVML4	0,696			
	HVML1	0,679			
	HVML3	0,561			

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

Từ kết quả phân tích nhân tố EFA, hình thành các nhóm nhân tố mới, mô hình nghiên cứu được điều chỉnh lại so với ban đầu như sau:

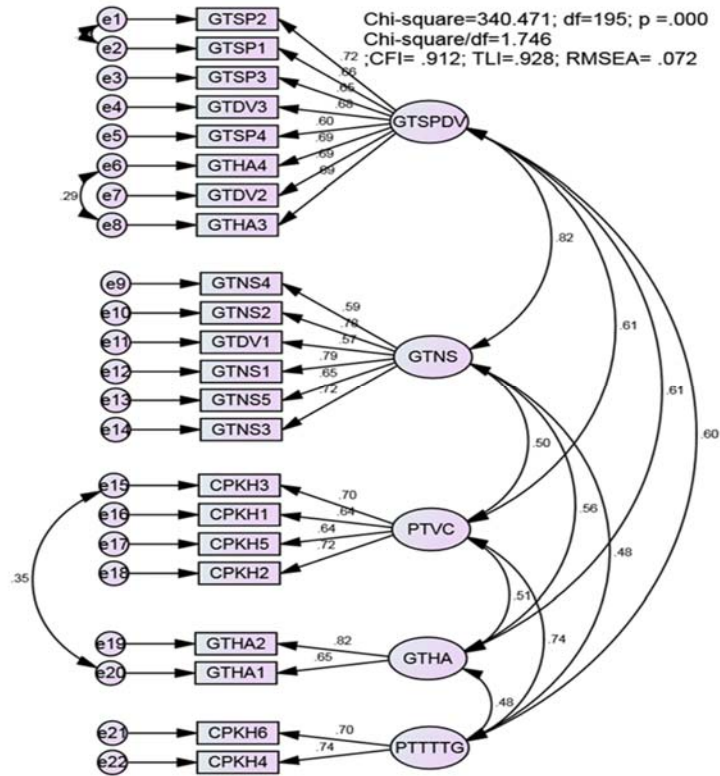


Hình 2: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

- Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Thang đo giá trị khách hàng là một thang đo đa hướng gồm năm thành phần: (1) Giá trị sản phẩm dịch vụ; (2) Giá trị nhân sự; (3) Phí tổn vật chất; (4) Giá trị hình ảnh; (5) Phí tổn tinh thần và thời gian. Mô hình có 195 bậc tự do. Kết quả CFA được trình bày trong hình 3 cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thị trường: Chi-square /df = 1.746 (<2), CFI = 0,912 (>0,9), TLI = 0,928 (>0,9), RMSEA = 0,072 (<0,08). Các khái niệm giá trị sản phẩm dịch vụ, giá trị nhân sự, phí tổn vật chất, giá trị hình ảnh, phí tổn tinh thần và thời gian đạt giá trị phân biệt, và đạt được giá trị hội tụ.

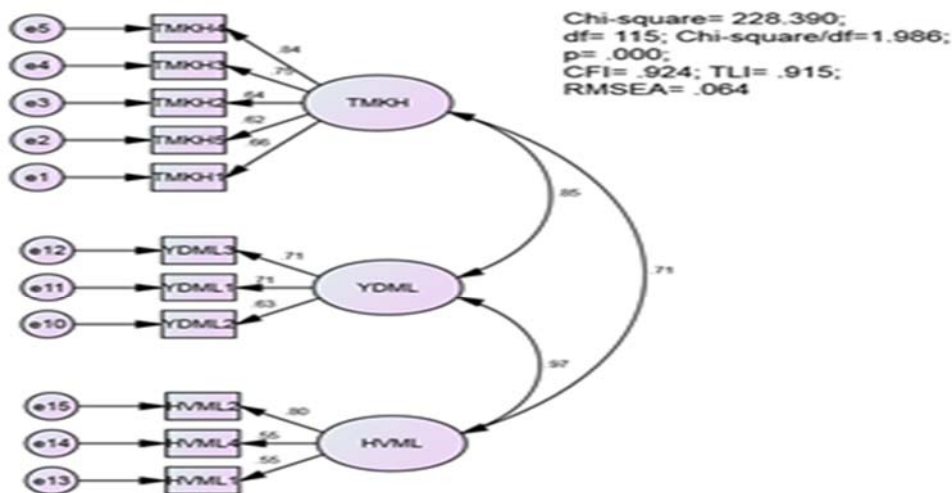
Các thang đo Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại là các thang đo đơn hướng nên các thang đo này được đánh giá thông qua mô hình tới hạn (hình 3) để định giá trị phân biệt giữa các khái niệm. Kết quả phân tích CFA cho thấy mô hình này thích hợp với dữ liệu thị trường (Chi-square/df=1,986 (<2), CFI = 0,924 (>0,9), TLI = 0,915 (>0,9), RMSEA = 0,064 (<0,08)). Các thang đo Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại đều đạt được tính đơn hướng, đạt giá trị phân biệt và đạt được giá trị hội tụ.



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

Hình 3: Kết quả phân tích CFA thang đo Giá trị khách hàng

Kiểm định mô hình tới hạn cho thang đo Thỏa mãn khách hàng, Ý định mua lại, Hành vi mua lại



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

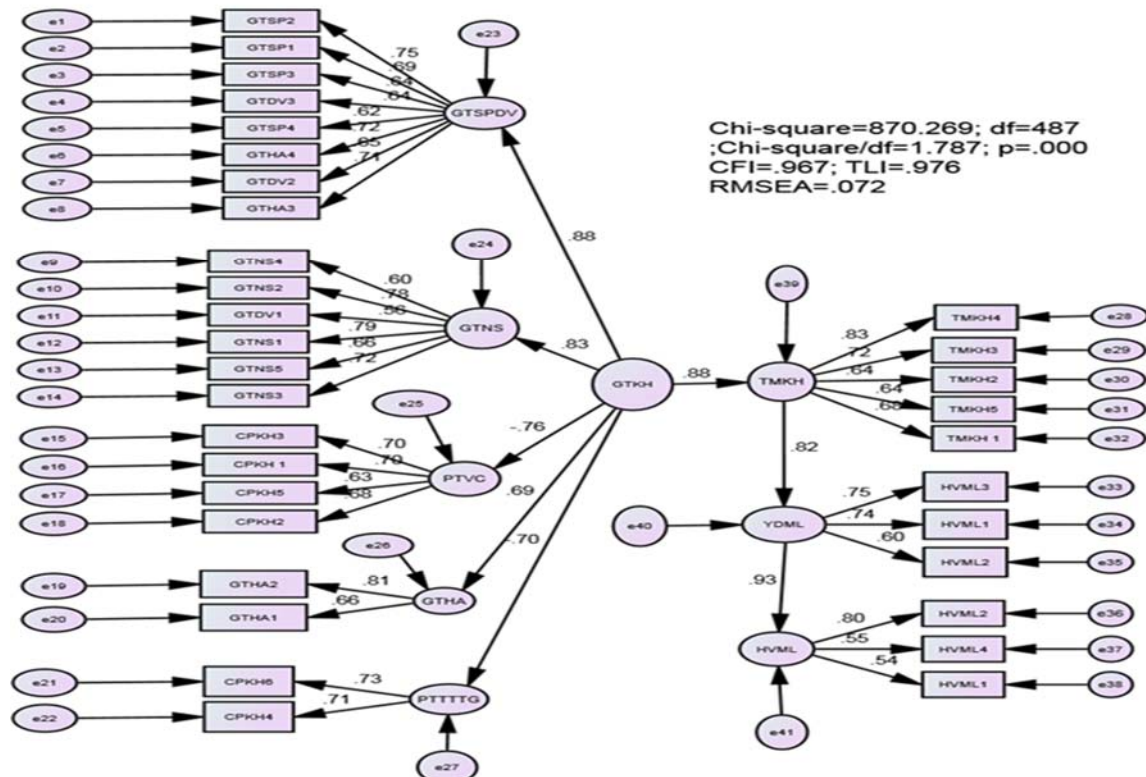
Hình 4: Kiểm định mô hình tới hạn cho các thang đo

- Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) ở hình 5 cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thu thập từ thị trường. Mô hình có 487 bậc tự do, Chi-square/df = 1,787 (<2), CFI = 0,967, TLI = 0,976(>0,9), RMSEA = 0,072(<0,08)

Kết quả SEM cho thấy trong thang đo giá trị khách hàng, ở tất cả 3 thành phần giá trị sản phẩm dịch vụ, giá trị nhân sự và giá trị hình ảnh có trọng số dương chứng tỏ các thành phần này tác động cùng chiều đến giá trị khách hàng như kỳ vọng. Trong đó, thành phần tác động lớn nhất đến giá trị khách hàng chính là giá trị sản phẩm dịch vụ (0,88); tiếp theo sau lần lượt là giá trị nhân sự (0,83); giá trị hình ảnh (0,69). Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy có 2 thành phần có trọng số mang dấu âm chứng tỏ các thành phần này tác động ngược chiều đến giá trị khách hàng. Trong đó, thành phần phí tổn vật chất (-0,76) và thành phần phí tổn tinh thần và thời gian (-0,70), khi phí tổn vật chất và phí tổn tinh thần và thời gian giảm đi thì giá trị khách hàng tăng lên.

Kết quả ước lượng được trình bày trong bảng 4 chứng tỏ các mối quan hệ này là thuận chiều. Như vậy, giá trị khách hàng không tác động trực tiếp đến hành vi mua lại mà tác động gián tiếp thông qua sự thỏa mãn khách hàng và ý định mua lại. Kết quả ước lượng cho thấy ý định mua lại tác động mạnh đến hành vi mua lại với trọng số chuẩn hóa cao nhất với 0,926. Do đó, để khách hàng có hành vi mua lại, cần có những giải pháp tác động để nâng cao giá trị khách hàng để khách hàng cảm thấy được thỏa mãn, từ đó sẽ hình thành nên ý định mua lại, ý định mua lại sẽ hình thành nên hành vi mua lại của khách hàng – yếu tố thành công của doanh nghiệp. Ngoài ra, bài viết đã tiến hành ước lượng Bootstrap để đánh giá độ tin cậy của các ước lượng với 500 quan sát lặp lại cho thấy kết quả nghiên cứu có thể tin cậy được.



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

Hình 5: Kết quả mô hình cấu trúc SEM

Bảng 4: Kết quả ước lượng mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình

	Mối quan hệ		Trọng số chưa chuẩn hóa	Sai lệch chuẩn.	C.R.	P_value	Trọng số chuẩn hóa
TMKH	<---	GTKH	0,974	0,102	9,585	0,000	0,875
YDML	<---	TMKH	0,754	0,076	9,934	0,000	0,821
HVML	<---	YDML	0,987	0,095	7,312	0,000	0,926

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 220 khách hàng năm 2015

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy thang đo giá trị khách hàng trong lĩnh vực STĐT tại TPCT gồm 5 thành phần: (1) giá trị sản phẩm dịch vụ, (2) giá trị nhân sự, (3) phí tổn vật chất, (4) giá trị hình ảnh, và (5) phí tổn tinh thần và thời gian. Trong đó, giá trị sản phẩm dịch vụ có tác động mạnh nhất đến giá trị khách hàng và giá trị hình ảnh có tác động thấp nhất đến giá trị khách hàng. Ngoài ra, nghiên cứu cho thấy mối quan hệ giữa giá trị khách hàng và các khái niệm về sự thỏa mãn, ý định mua lại và hành vi mua lại, giá trị khách hàng không ảnh hưởng trực tiếp mà ảnh hưởng gián tiếp đến ý định mua lại và hành vi mua lại của khách hàng thông qua việc tác động cùng chiều đến sự thỏa mãn khách hàng. Giá trị khách hàng thực sự là một yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của doanh nghiệp khi chính giá trị khách hàng tác động đến sự thỏa mãn và hành vi mua lại thực sự của khách hàng tại các STĐT Cần Thơ. Do đó, các STĐT trên địa bàn TPCT cần có các giải pháp nhằm gia tăng giá trị khách hàng thông qua việc gia tăng những giá trị cho khách hàng và giảm thiểu thấp nhất chi phí khách hàng.

Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết về giá trị khách hàng và ý định mua lặp lại của khách hàng bằng cách bổ sung một hệ thống thang đo giá trị khách hàng cho ngành kinh doanh STĐT. Các nghiên cứu trong lĩnh vực tiếp thị có thể sử dụng, điều chỉnh, và bổ sung các thang đo lường này cho nghiên cứu tương lai. Ngoài ra, với những nhà quản lý siêu thị, kết quả nghiên cứu có thể được ứng dụng nhằm thúc đẩy sự quan tâm đến giá trị khách hàng, nhận ra những nhân tố hình thành nên giá trị khách hàng, và xem xét đưa ra các giải pháp để nâng cao hơn nữa giá trị khách hàng góp phần mang đến sự thành công của doanh nghiệp STĐT qua việc gia tăng hành vi mua lặp lại của khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Akhter S.H, 2010. Journal of consumer Satisfaction, Dissatisfaction and complaining Behavior, ProQuest Central.
2. Anckar, B, P. Walden, and Felassi T., 2002. Creating Customer Value in Online Grocery Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 30:4 , pp. 211-220.
3. Bhattacharjee A, 2001. Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model. *MIS Q* 25: 375-370.
4. Benlian A, Titah R, Hess T, 2012. Differential effects of provider recommendations and consumer reviews in e-commerce transaction: an experimental study. *J MIS* 29, 237-272.
5. Bloemer, Josee, Ko de Ruyter and Martin Wetzels. 1999. Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*.
6. Cronin, Joseph J. and Steven A. Taylor, 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing Research*, 56, 125-131.
7. Cronin, J. J, Bradyb, M. K & Hulta, G. T. M, 2000. Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. Journal of Retailing.
8. Davis FD, Bagozzi RP, Warshaw PR, 1989. User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Manage Sci* 35:982-1003.
9. Eggert, A and W. Ulaga, 2002. Customer Perceived Value: A Substitute for Satisfaction in Business Markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 17:2/3, pp. 107-118.
10. Gerbing, W. & Anderson, J., 1988. An update paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of Marketing Research*, 25(2), pp. 186 -192.

11. Hair, J. J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C., 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentical-Hall International, Inc..
12. Honomichl, J., 1993. Spending on customer satisfiction continue to rise, 197-208.
13. John H. A., 1974. *The Structure of Buyer Behavior: Theory and Application*. Eds. Boston: Allyn and Bacon, 9-32.
14. Hume M, 2008. Relationships among service quality, Customer satisfaction and customer perceived value: Evidence from Iran's Software Industry. *Journal of Service Marketing*.
15. Khalifa M, Liu V, 2007. Online consumer retention: contingent effects of online shopping habit and online experience. *Eur J Int Syst* 16:780-792
16. Keeney, R., 1999. The Value of Internet Commerce to the Customer. *Management Science*.45:4, pp. 533-542.
17. Kim SS, Son JY, 2009. Out of dedication or constraint? A dual model of post-adoption phenomena and its empirical test in the context of online service context. *J Acad Mark Sci* 32:293-311
18. Labarbera, Priscilla and David Mazursky, 1983. A Longitudinal Assessment of Customer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of Cognitive Process. *Journal of Marketing Research*, 20 (November), 393-404.
19. Lam SY, Shankar V, Erramilli MK, Murthy B, 2004. Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: an illustration from business-to-business service context. *J Acad Mark Sci* 32: 293-311.
20. Mittal, Vikas, Pankaj Kumar, and Michael Tsiros,1999. Attribute Performance, Satisfaction, and Behavioral Intentions over Time: A Consumption System Approach. *Journal of Marketing*, 63 (April), 88-101.
21. Oliver R.L, 1997. *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. Irwin McGraw-Hill, Boston.
22. Oliver, R. I, 1999. Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*.
23. Olsen, S. O, 2002. Comparative evaluation and the relationship between quality, satisfaction and repurchase loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
24. Kotler P., 2003. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall International Editions.
25. Parasuraman, A; Zeithaml, Valarie A; Berry, Leonard L, 1994. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service. *Journal of Marketing*.
26. Rauyruen, P & Miller, K. E, 2007. Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*.
27. Rust, Ronald T. and David C. Williams, 1994. How Length of Patronage Affects the Impact of Customer Satisfaction on Repurchase Intention. *Journal of Customer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7, 108-112.
28. Seiders, G. B. Voss, D. Grewal, D. Grewal, A. L. Godfrey. 2001. Do Satisfied customers buy more? Examining moderating influences in a retailing context.
29. Suh, J. C. & Yi, Y, 2006. When brand attitudes affect the customer satisfaction-loyalty relation: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*.
30. Swanson, S. R & Davis, J. C, 2003. The relationship of differential loci with perceived quality and behavioral intentions. *The Journal of Services Marketing*.
31. Sweeney, J. C. and G. N. Soutar, 2001. Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77, pp. 203-220.
32. Tam Ky, Ho SY, 2006. Understanding the impact of web personalization on user information processing and values. Nebraska symposium on motivation. University of Nebraska Press, Lincoln, pp 195-259.
33. Turel, O & Serenko, A, 2004. User satisfaction with mobile services in Canada. Paper present Third International Conference on Mobile Business, M-Business.
34. Ulaga, W. and S. Chacour, 2001. Measuring Customer- Perceived Value in Business Markets. *Industrial Marketing Management*. 30, pp. 525-540.
35. Xiao B, Benbasat I, 2007. E-commerce product recommendation agents: use, characteristic, and impact. *MIS Q* 31: 137-209.
36. Yi Y., 1993. A critical review of consumer satisfaction, in Zeithaml, V.A (Ed), *Review of Marketing*, American Marketing Association, Chicago, IL,pp.68-123.

37. Zhao L, Lu Y, Zhang L, Chau P, 2012. Assessing the effects of service quality and justice on customer satisfaction and the continuance intention of mobile value-added services: an empirical test of multidimensional model. *Decis Support Syst* 52:645-656.
38. Zhou X, Fang Y, Vogel DR, Jin X, Zhang X, 2012. Attracted to or locked in? Predicting continuance intention in social virtual world services. *J MIS* 29:273-305.

Phụ lục 1: Thành phần các thang đo trong mô hình nghiên cứu

Thang đo	Thành phần	Biến đo lường	Nhân tố
Giá trị khách hàng	Yếu tố về giá trị SP (GTSP)	X1	GTSP1: Nguồn gốc xuất xứ SP đáng tin cậy, hàng chính hãng
		X2	GTSP2: Nhiều nhãn hiệu nổi tiếng
		X3	GTSP3: Các phụ kiện đi kèm dễ sử dụng
		X4	GTSP4: Chất lượng sản phẩm tốt
	Yếu tố về giá trị dịch vụ (GTDV)	X5	GTDV1: Thời gian cài đặt nhanh so với anh/chị nghĩ
		X6	GTDV2: Hướng dẫn sử dụng dễ hiểu, dễ sử dụng
		X7	GTDV3: Thủ tục mua hàng, tính tiền nhanh
		X8	GTDV4: Các dịch vụ sửa chữa, bảo trì luôn được đáp ứng tốt.
		X9	GTDV5: Khuyến mãi hấp dẫn
	Yếu tố về giá trị nhân sự (GTNS)	X10	GTNS1: Nhân viên bán hàng chuyên nghiệp
		X11	GTNS2: Nhân viên giải đáp thắc mắc một cách tận tình và nhanh chóng
		X12	GTNS3: Nhân viên có sự hiểu biết tốt về sản phẩm và dịch vụ
		X13	GTNS4: Khả năng xử lý tình huống của nhân viên
		X14	GTNS5: Nhận được sự tư vấn hữu ích từ nhân viên
	Yếu tố về giá trị hình ảnh (GTHA)	X15	GTHA1: Bãi giữ xe rộng, miễn phí
		X16	GTHA2: Mặt tiền STĐT này rộng rãi, thoáng mát
		X17	GTHA3: Khu mua sắm bên trong STĐT sạch sẽ, thoải mái
		X18	GTHA4: Nhân viên ăn mặc lịch sự
	Yếu tố về chi phí khách hàng (CPKH)	X19	CPKH1: Mua sắm ở STĐT này có giá cả phù hợp
		X20	CPKH2: Mua sắm ở STĐT này với chi phí tìm kiếm thấp
		X21	CPKH3: Mua sắm ở STĐT này với chi phí đi lại thấp
		X22	CPKH4: Mua sắm ở STĐT này với chi phí thời gian thấp
		X23	CPKH5: Mua sắm ở STĐT này mất ít chi phí năng lượng (cho việc tìm kiếm, đặt hàng, sử dụng sản phẩm)
		X24	CPKH6: Mua sắm ở STĐT này có ít chi phí tinh thần (ít lo lắng, khó chịu)
Thang đo về sự thỏa mãn của khách hàng (TMKH)		X25	TMKH1: Giá trị khách hàng nhận được là rất tốt
		X26	TMKH2: Giá trị nhận được xứng đáng với chi phí bỏ ra
		X27	TMKH3: Cảm thấy STĐT này tốt hơn các STĐT khác

Thang đo	Thành phần	Biến đo lường	Nhân tố
		X28	TMKH4: Xem việc mua sắm tại STĐT này là quyết định đúng đắn
		X29	TMKH5: Mức độ thỏa mãn chung về việc mua sắm tại STĐT
Thang đo về ý định mua lại (YDML)		X30	YDML1: Có ý định sẽ mua tiếp các sản phẩm của STĐT này trong thời gian tới
		X31	YDML2: Nói những điều tốt đẹp về STĐT này hơn các STĐT còn lại
		X32	YDML3: Khuyến khích bạn bè/ người thân mua sắm ở đây
Thang đo về hành vi mua lại (HVML)		X33	HVML1: Cảm thấy thân thiết với STĐT này hơn các STĐT còn lại
		X34	HVML2: Mặc dù có nhiều STĐT nhưng tôi có xu hướng chỉ mua tại STĐT này
		X35	HVML3: Không quan tâm đến hoạt động quảng cáo, khuyến mãi của các STĐT khác
		X36	HVML4: Sẽ tiếp tục mua tiếp sản phẩm tại STĐT này trong thời gian tới

TÁC ĐỘNG CỦA SỞ HỮU CỔ ĐÔNG LỚN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐƯỢC NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Dương Kha¹, Lê Thị Phương Vy¹, Hoàng Thị Phương Anh^{1,*}

¹Khoa tài chính, trường Đại học Kinh Tế Tp.HCM,
Email: khatcdn@ueh.edu.vn; phuongvyqt@ueh.edu.vn; anhtcdn@ueh.edu.vn
*Tác giả nhận phản hồi: anhtcdn@ueh.edu.vn

TÓM TẮT

Mục đích của nghiên cứu này nhằm cung cấp các bằng chứng thực nghiệm cho các doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam về ảnh hưởng của sở hữu cổ đông lớn đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu thực nghiệm sử dụng một mẫu gồm 661 doanh nghiệp niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh và sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội trong giai đoạn từ năm 2008-2015. Mô hình nghiên cứu thực nghiệm được ước lượng bằng mô hình hồi quy đa biến cho dữ liệu bảng không cân bằng (unbalance panel), với các mô hình hiệu ứng cố định (Fixed effect), hiệu ứng ngẫu nhiên (Random effect) và phương pháp GMM hệ thống (system GMM). Thành quả hoạt động của doanh nghiệp được đo lường theo cả giá trị thị trường (đại diện bởi TobinQ và giá thị trường trên giá trị sổ sách (MTB) lẫn theo giá trị sổ sách (đại diện bởi ROA và ROE). Chúng tôi xem xét sở hữu của cổ đông lớn dựa theo tổng tỷ lệ cổ phiếu mà các cổ đông nắm giữ trên 5%, 10% và 20% cổ phần của doanh nghiệp (Top5; Top10; Top20).. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy rằng tập trung sở hữu càng cao thì giá trị doanh nghiệp (được đo lường dựa trên ROA, ROE, TobinQ và MTB) càng được cải thiện.

Từ khóa: Tập trung sở hữu, thành quả hoạt động

THE IMPACT OF LARGE OWNERSHIP ON FIRM PERFORMANCE OF LISTED FIRMS IN VIETNAMESE STOCK EXCHANGE

ABSTRACT

This research uses unbalanced panel data from all Vietnamese listed firms during the period 2008-2015 to investigate the impact of large ownership on firm performance. Although various methods including pooled ordinary least square, random effect, fixed effect, and system GMM are applied to analyze data, all results are consistent. The research findings show that large ownership has a positive effect on firm performance (which is measured by ROA, ROE, Tobin Q and MTB).

Key words: Large ownership, firm performance, Vietnam.

1. Giới thiệu

Theo Shleifer và Vishny (1997) quản trị doanh nghiệp đề cập đến những cách thức mà các nhà cung cấp tài chính thỏa thuận với các doanh nghiệp nhằm đảm bảo nhận được một khoản lợi nhuận trên đầu tư của họ. Triantis và Daniels (1995) nhận thấy một thực tế rằng các nghiên cứu về quản trị doanh nghiệp xem xét việc kiểm tra các cơ chế mà có thể ngăn chặn và trừng phạt những người quản lý kém hiệu quả. Sự tập trung sở hữu là một cơ chế quản trị nội bộ của công ty. Sự tập trung sở hữu đề cập đến số lượng cổ phiếu thuộc sở hữu của nhà đầu tư cá nhân và các cổ đông lớn (nhà đầu tư nắm giữ ít nhất 5% cổ phần của công ty). Một sự tập trung sở hữu cao cho thấy một sự giám sát mạnh mẽ hơn từ các nhà đầu tư đối với các quyết định quản lý của một doanh nghiệp vì các cổ đông lớn có nhiều khả năng hơn những cổ đông nhỏ trong việc chủ động nói lên mối quan tâm của họ đối với chiến lược của doanh nghiệp và ban quản trị. Ngược lại, các doanh nghiệp với mức độ tập trung sở hữu thấp (sở hữu phân tán) có thể cho thấy khả năng quản trị yếu do nhà đầu tư ít có động lực để chú ý đến các quyết định chiến lược của doanh nghiệp và do đó, có ít động lực để giám sát chặt chẽ và trừng phạt hành vi của các nhà quản lý cấp cao. Như vậy, sự tập trung quyền sở hữu có thể là một cơ chế quản trị

nội bộ giúp làm giảm chủ nghĩa cơ hội của nhà quản lý bởi vì các nhà quản lý, ban giám đốc phải xem xét đến các ưu đãi và lợi ích của các cổ đông lớn.

Tóm lại, tác động của sự tập trung sở hữu đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp vẫn là một chủ đề đang được tranh luận, và kết quả của các bằng chứng thực nghiệm trên thế giới thì vẫn không thống nhất về mối quan hệ này. Trong khi việc nghiên cứu sự tập trung sở hữu lên thành quả hoạt động của doanh nghiệp là rất quan trọng giúp các nhà quản trị hoạch định chính sách có thể nâng cao thành quả hoạt động của doanh nghiệp.

Hơn nữa, hiện nay theo tìm hiểu của chúng tôi vẫn chưa thấy một nghiên cứu thực nghiệm chuyên sâu nào về vấn đề này ở Việt Nam, so với rất nhiều những nghiên cứu được kiểm định ở các quốc gia khác. Cụ thể, hầu hết các nghiên cứu về cấu trúc sở hữu thực hiện ở Việt Nam đều tập trung vào khía cạnh sở hữu nhà nước, sở hữu nước ngoài hay sở hữu của ban quản lý (Xem Phung và Hoang, 2013, Lê Thị Phương Vy và Phan Thị Bích Nguyệt, 2015, Nhung và Okuda, 2015). Sở hữu của cổ đông lớn hay sự tập trung sở hữu vẫn chưa được xem xét một cách kỹ lưỡng. Vì vậy, với những hạn chế nêu trên, bài nghiên cứu này sẽ kiểm định tác động của cổ đông lớn hay sự tập trung sở hữu lên thành quả hoạt động của doanh nghiệp trong bối cảnh của các doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước đây

Những bằng chứng thực nghiệm và lập luận về tác động của sự tập trung sở hữu hay sở hữu của cổ đông lớn đến thành quả của doanh nghiệp thì không đồng nhất và vẫn đang còn được tranh luận.

2.1.1 Tập trung sở hữu (hay cổ đông lớn) có tác động tích cực đến thành quả doanh nghiệp

Có hai cách tiếp cận phổ biến để quản trị doanh nghiệp được sử dụng xuyên suốt trên thế giới (Shleifer và Vishny, 1997). Đầu tiên, là quyền lợi của nhà đầu tư được bảo vệ theo các mức độ khác nhau trên thế giới thông qua các quy trình pháp lý và môi trường pháp lý. Cách tiếp cận thứ hai là thông qua cấu trúc sở hữu. Cụ thể, ai cũng hiểu rằng cấu trúc sở hữu có ý nghĩa quan trọng đối với quản trị doanh nghiệp và thành quả công ty (Short, 1994; Shleifer và Vishny, 1997). Các nghiên cứu về quản trị doanh nghiệp tập trung vào lý thuyết đại diện như là một liên kết giữa cấu trúc sở hữu và thành quả kinh tế (Oswald và Jahera, 1991; Li và Simerly, 1998; Gedajlovich và Shapiro, 1998). Những nghiên cứu này thường ủng hộ các dự đoán của lý thuyết đại diện (Jensen và Meckling, 1976; Jensen, 1986) đó là sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền quản lý giúp cho các nhà quản lý có thể thực hiện những hành động làm giảm giá trị cổ đông, nhưng các cổ đông lớn có thể gây áp lực cho người quản lý trong việc nâng cao thành quả kinh tế của công ty thông qua việc giám sát.

Một cách chi tiết, các nghiên cứu trước đây cung cấp nhiều bằng chứng cho thấy các nhà quản lý, khi không được giám sát, có nhiều khả năng sẽ gian lận, hoặc đưa ra quyết định đầu tư dưới chuẩn tối ưu (Biddle và Hilary, 2006; Hope và Thomas, 2008). Như vậy, sự giám sát của cổ đông là một cơ chế quan trọng giúp làm giảm chi phí đại diện. Tuy nhiên, trong khi tất cả các cổ đông đều có trách nhiệm giám sát hoạt động của người quản lý, thì lợi ích của việc làm này lại tỷ lệ thuận với tỷ lệ cổ phần mà họ sở hữu (Jensen và Meckling, 1976; Shleifer và Vishny, 1997). Nói cách khác, khi sở hữu bị phân tán rộng rãi, các cổ đông riêng lẻ phải gánh chịu một khoản chi phí giám sát đáng kể, làm cho họ chỉ nhận được một phần nhỏ lợi ích, do đó, xét về mặt kinh tế đây là điều ít có khả năng được thực hiện. Đồng thời, khi sở hữu bị phân tán, các cổ đông sẽ khó khăn hơn trong việc giám sát hoạt động của người quản lý.

Vì vậy, khi tỷ lệ sở hữu của cổ đông riêng lẻ tăng lên (tức là, mức độ tập trung tăng), các cổ đông riêng lẻ sẽ sẵn lòng để gánh chịu các chi phí giám sát cần thiết. Ví dụ, khi sở hữu được giới hạn ở một hoặc một vài cá nhân, thì việc giám sát hành động của người quản lý sẽ dễ dàng hơn và hiệu quả hơn so với việc có nhiều cá nhân cùng trực tiếp giám sát. Đây là điển hình của loại "chi phí đại diện theo chiều dọc" và đưa đến dự đoán chung là chi phí đại diện dự kiến sẽ thấp hơn khi mức độ tập trung sở hữu tăng lên.

Trong thực tế, việc giám sát của cổ đông lớn đối với người quản lý có thể được tiến hành với nhiều hình thức. Tuy nhiên, phương thức phổ biến nhất được thảo luận trong nhiều nghiên cứu trước đây đó là các cổ đông lớn sẽ có một vị trí trong hội đồng quản trị. Một số nghiên cứu trước đây đã cho thấy vai trò của hội đồng quản trị trong việc giám sát người quản lý (Fama, 1980; Fama và Jensen,

1983; Adams và cộng sự, 2010). Các cổ đông lớn giám sát trực tiếp thông qua việc tích cực tham gia vào các hoạt động của doanh nghiệp hoặc tham gia các cuộc họp thường xuyên với các nhà quản lý. Khi tỷ lệ sở hữu tăng, lợi ích mà các cổ đông lớn nhận được lớn hơn, do đó họ có thể sẽ tiến hành các hoạt động giám sát trực tiếp tốn kém. Cổ đông lớn cũng có thể đảm nhận việc ngăn chặn các quyết định kinh doanh có thể được xem là không tối ưu (ví dụ, tiến hành thực hiện các dự án mở rộng mà có NPV âm). Cổ đông lớn cũng có thể thực hiện việc kiểm soát thông qua chính sách cổ tức (hoặc phân bổ vốn) của doanh nghiệp.

Ngoài ra, trong các nghiên cứu về kế hoạch đa dạng hóa, các nhà quản lý được giả định rằng có sự thích thú cá nhân đối với việc đa dạng hóa doanh nghiệp bởi sự e ngại rủi ro, ưa thích chi tiêu, và xây dựng quyền lực. Tuy nhiên, mức độ tập trung quyền sở hữu cao sẽ làm giảm đa dạng hóa doanh nghiệp và tăng giá trị vốn chủ sở hữu. Để hỗ trợ cho giả thuyết này, Amihud và Lev (1981) cho thấy rằng các công ty được kiểm soát bởi các cổ đông lớn ít có khả năng tham gia vào các vụ sáp nhập và mua lại không liên quan (có khả năng làm giảm giá trị doanh nghiệp). Tương tự, Hill và Snell (1989) kết luận rằng đa dạng hóa, đầu tư vào nghiên cứu, và cơ cấu sở hữu đều được dùng để xác định hiệu quả doanh nghiệp. Họ cho rằng việc kiểm soát của cổ đông lớn có tương quan ngược chiều với đa dạng hóa sản phẩm. Hoskisson và cộng sự (1994) cũng đã tìm thấy ảnh hưởng tiêu cực của các cổ đông (cổ đông chủ chốt) liên quan đến đa dạng hóa sản phẩm. Denis, Denis và Atulya (1998) kết luận rằng vấn đề đại diện chịu trách nhiệm cho việc các doanh nghiệp bị giảm giá trị trong chiến lược đa dạng hóa. Ngoài ra, nghiên cứu về mối quan hệ giữa cấu trúc sở hữu và tái cấu trúc doanh nghiệp đã hỗ trợ cho quan điểm chi phí đại diện. Bethel và Liebeskind (1993) thấy rằng sở hữu của các cổ đông lớn có xu hướng gia tăng tái cấu trúc trong các doanh nghiệp Fortune 500 từ năm 1980-1987. Gibbs (1993) thấy rằng tái cấu trúc dường như được thúc đẩy bởi chi phí đại diện (dòng tiền tự do, quản trị, và các mối đe dọa tiếp quản), từ đó tác động tích cực đến hiệu quả của công ty.

2.1.2. Tập trung sở hữu (hay cổ đông lớn) có tác động tiêu cực đến thành quả doanh nghiệp

Về mặt lý thuyết, sự tập trung sở hữu có thể cải thiện hiệu quả doanh nghiệp bằng cách gia tăng giám sát và làm giảm bớt vấn đề ngồi không hưởng lợi trong việc giành quyền kiểm soát doanh nghiệp (the free-rider problem in takeovers) (Shleifer và Vishny, 1986), nhưng những cơ chế khác có thể làm cho cổ đông lớn có tác động tiêu cực đến thành quả doanh nghiệp. Thường xuyên được thảo luận nhất là khả năng các cổ đông lớn thực hiện quyền kiểm soát của họ để tạo ra lợi ích cá nhân, đôi khi là chiếm đoạt từ các nhà đầu tư nhỏ hơn. Thậm chí nỗi sợ hãi bị tước quyền sở hữu có thể hạn chế năng lực của các doanh nghiệp có sự tập trung sở hữu cao trong việc gia tăng các nguồn tài chính mới thông qua việc vay nợ hoặc thông qua việc phát hành cổ phần mới. Chi phí tiềm ẩn của sự tập trung có thể xảy ra nếu sự chủ động của nhà quản lý bị hạn chế do việc giám sát quá mức (Burkart, Gromb, và Panunzi, 1997).

Hơn nữa, Holderness và Sheehan (1988) cho rằng cổ đông lớn thường sử dụng nguồn lực của công ty để tạo ra lợi ích cho họ. Tác giả lập luận rằng các cổ đông lớn có ảnh hưởng không chỉ thông qua việc giám sát quản lý, mà còn thông qua việc bổ nhiệm một số đại diện vào các vị trí quản lý cao nhất. Zwiebel (1995) đề cập đến thực tế rằng nếu tồn tại một cổ đông nắm giữ số lượng cổ phần đáng kể, sự hiện diện của cổ đông lớn được xác định là sẽ làm giảm tính thanh khoản của cổ phiếu công ty, điều này làm cho nỗ lực gia tăng cổ đông lớn để gia tăng sự giám sát nhà quản lý trở nên không hiệu quả. Mặt khác, khi một cổ đông lớn thường xuyên vắng mặt, thì sự tồn tại của các cổ đông nhỏ hơn có thể tạo ra các liên minh để thực hiện việc đồng kiểm soát việc quản lý. Thanh khoản giảm cũng có thể hạ thấp giá cổ phiếu của doanh nghiệp (Holmström và Tirole, 1993).

Ngoài ra, chi phí đại diện theo chiều ngang không liên quan tới mâu thuẫn tiềm năng giữa người chủ và người quản lý, mà liên quan đến cách các cổ đông lớn có thể làm giảm giá trị của doanh nghiệp thông qua việc bòn rút lợi ích cá nhân từ các cổ đông thiểu số (La Porta và cộng sự, 1999). Những cổ đông kiểm soát có thể cố gắng để che giấu các hoạt động từ các bên liên quan khác (ví dụ, các cổ đông thiểu số và các chủ nợ) bằng cách thao tác thực hiện báo cáo tài chính. Nói cách khác, một chủ sở hữu kiểm soát có thể làm tăng chi phí đại diện thông qua việc gia tăng lợi ích cá nhân từ việc kiểm soát (Hope và cộng sự, 2012).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô tả dữ liệu

Bài nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng không cân bằng của 661 doanh nghiệp được niêm yết ở hai sàn giao dịch chứng khoán HNX và HOSE từ năm 2008-2015. Nguồn dữ liệu được lấy từ cơ sở dữ liệu Datastream của Thomson Reuters. Sau đó chúng tôi sử dụng lệnh winzor với mức 5 và 95 trong Stata để cắt các quan sát dưới 5% và 95%, nhằm loại bỏ các quan sát ngoại lai.

3.2. Mô hình nghiên cứu và mô tả biến

Để kiểm định ảnh hưởng của cổ đông lớn đến thành quả doanh nghiệp, nghiên cứu này dựa trên các nghiên cứu của Pistor và cộng sự (2003); Önder (2003); Klein và cộng sự (2003); Grosfeld (2009) và Hamadi và Heinen (2015). Mô hình này như sau:

$$Firm\ Performance_{it} = \alpha + \beta_1 Large\ ownership_{i,t} + \gamma X_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Trong đó

- **firm performance** là biến phụ thuộc thể hiện hiệu quả doanh nghiệp. Biến này có thể được đo lường bằng giá trị sổ sách (đại diện bởi ROA (được tính bằng lợi nhuận sau thuế và lãi vay trên tổng tài sản) và ROE (được tính bằng lợi nhuận sau thuế và lãi vay trên tổng vốn cổ phần) hoặc bằng giá trị thị trường của công ty (đại diện bởi tỷ số TobinQ (được tính bằng tổng giá trị sổ sách của nợ và giá trị thị trường của vốn cổ phần chia cho tổng tài sản) và MTB (được tính bằng giá trị thị trường chia giá sổ sách của cổ phần)).
- **Large ownership** là biến độc lập đại diện cho sở hữu của cổ đông lớn. Chúng tôi xác định các cổ đông sở hữu lớn là những người sở hữu ít nhất 5%, 10% hay 20% cổ phần của một doanh nghiệp. Do đó, bài nghiên cứu sử dụng nhiều phương pháp đo lường sở hữu của cổ đông lớn bao gồm: Top5: Tổng tỷ lệ cổ phiếu của các cổ đông nắm giữ trên 5% cổ phiếu của công ty; Top10: Tổng tỷ lệ cổ phiếu của các cổ đông nắm giữ trên 10% cổ phiếu của công ty; Top20: Tổng tỷ lệ cổ phiếu của các cổ đông nắm giữ trên 20% cổ phiếu của công ty.
- **X** là các biến kiểm soát được sử dụng trong nhiều nghiên cứu trước đây bao gồm qui mô doanh nghiệp (SIZE) được tính bằng logarithm tự nhiên của tổng tài sản⁹. Tốc độ tăng trưởng (GRO): được tính bằng tỷ lệ phần trăm thay đổi trong tổng doanh thu của doanh nghiệp. Đòn bẩy tài chính (LEV): được tính dựa trên tổng nợ chia tổng tài sản. Dòng tiền (CF): được tính dựa trên dòng tiền (EAT+khấu hao) chia tổng tài sản. Tài sản cố định (FA): được tính bằng tỷ số tài sản cố định trên tổng tài sản. Thanh khoản (LIQ): được tính bằng tỷ số tài sản ngắn hạn trên nợ ngắn hạn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1 Mô tả dữ liệu và ma trận tương quan

Bảng 1 mô tả dữ liệu về các biến chính trong nghiên cứu. Trong đó các biến phản ánh thành quả hoạt động của doanh nghiệp được đo lường theo ROA, ROE, MTB, TobinQ. Giá trị trung bình của ROA là 5,68% và dao động khá lớn từ -39,04% đến 83,9%. Tỷ số này thì cao hơn so với các nghiên cứu trước đây như nghiên cứu của Klapper, Laeven, và Love, 2006 cho bốn nước gồm cộng hòa Czech, Hungary, Phần Lan và Cộng hòa Slovakia với ROA trung bình khoảng 3%, nghiên cứu của Daniel và Eric (2002) cho Nhật Bản khoảng 3,84%, Isik và Soykan (2009) ở Thổ Nhĩ Kỳ (3,03%) nhưng thấp hơn tỷ lệ ROA trung bình của các công ty ở Thổ Nhĩ Kỳ trong nghiên cứu của Önder (2003) là 11,9%. Giá

⁹ Có nhiều cách để đo lường quy mô của doanh nghiệp, nhưng tổng tài sản hoặc doanh số bán được sử dụng phổ biến nhất. Tuy nhiên theo Green và Murinde (2008) kiến nghị doanh số bán khó đảm bảo tính xác thực hơn so với tài sản, vì vậy bài nghiên cứu sử dụng tổng tài sản doanh nghiệp để đo lường quy mô doanh nghiệp. Bên cạnh đó, do số liệu của tổng tài sản khá lớn, nên nếu sử dụng tổng tài sản thuần thì sẽ có thể dẫn tới hiện tượng phương sai thay đổi làm cho ước lượng trở nên kém hiệu quả hơn. Nên hầu hết các nghiên cứu đều lấy ln(tổng tài sản) để đại diện cho quy mô doanh nghiệp (Xem Lê Đạt Chí, 2013; Frank và Goyal (2009), Akhtar và Oliver (2009), Proença và cộng sự (2014), Thippayana (2014), Trần Hùng Sơn (2008)...)

trị trung bình của ROE là 11,14%, kết quả này khá tương đồng với nghiên cứu của Earle, Kucsera, và Telegdy (2005) ở Budapest với ROE là 11,86%. Trong khi giá trị trung bình của TobinQ là 9,33%, tỷ số này khá tương đồng với nghiên cứu của Georgeta và Stefan (2014) ở Bucharest (8,92%), cao hơn nhiều so với nghiên cứu của Andres (2008) ở Đức (2,73%), và Grosfeld (2009) ở Warsaw (1,30%), Isik và Soykan(2009) ở Thổ Nhĩ Kỳ (1,27%) . Giá trị trung bình của MTB là 0,93%, tỷ lệ này khá giống với nghiên cứu của Zakaria và Purhanudin (2014) ở Malaysia (1,08%).

Biến thể hiện cho tập trung sở hữu được đo lường dựa trên Top5, Top10 và Top20. trong đó giá trị trung bình lần lượt là 35,96%, 38,18% và 44,43% cho thấy mức độ tập trung sở hữu của các doanh nghiệp khá cao. Kết quả này thì tương tự với nghiên cứu của Klapper, Laeven, and Love, 2006 cho bốn nước gồm cộng hòa Czech, Hungary, Phần Lan và Cộng hòa Slovakia với mức độ tập trung sở hữu trung bình khoảng 30% (cá biệt là Hungary với 40%). Tỷ lệ này thấp hơn so với nghiên cứu của Önder (2003) ở Thổ Nhĩ Kỳ với mức độ tập trung của các cổ đông lớn nhất là 43%, trong đó mức độ tập trung của ba cổ đông lớn nhất là 62%.

Bảng 1: Mô tả dữ liệu

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	5288	5.6786	8.4109	-39.0391	83.9056
ROE	5288	11.1416	16.0387	-165.2894	156.0946
MTB	4169	1.0147	0.7823	0.0304	8.6785
TobinQ	3601	0.9331	0.3665	0.1712	7.4661
Top5	4105	35.9569	18.5765	8.7	70.91
Top10	3817	38.1848	17.7719	12.57	73.15
Top20	3014	44.4342	15.036	21.99	75
SIZE	4797	11.6892	0.7167	8.4545	14.9297
GRO	4714	6.3272	269.933	-1	17947.96
LEV	4789	0.5481	0.7979	0.0019	33.3455
CF	4765	0.0459	0.1634	-1.3349	1.9026
FA	4462	0.2792	0.2602	-0.7207	1.7530
LIQ	4682	0.8100	1.9443	0.0084	69.0688

4.2 Kết quả hồi qui theo mô hình *Fixed effects*

Để ước lượng dữ liệu bảng, chúng ta có thể sử dụng phương pháp pools OLS, fixed effects và random effects. Đầu tiên chúng ta ước tính các mô hình bằng cách sử dụng phương pháp bình phương tối thiểu nhỏ nhất (OLS). Sau đó chúng tôi ước tính các mô hình tương tự bằng việc sử dụng mô hình ảnh hưởng cố định (fixed effects) và sử dụng kiểm định nhân tử Lagrange (Greene, 1993) để lựa chọn giữa FE và OLS. Kết quả cho thấy mô hình FE phù hợp hơn trong mọi trường hợp (kết quả F-test<5% trong mọi trường hợp). Các mô hình này sau đó lại được ước tính với mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên (random effects). Sau đó, Chúng tôi so sánh mô hình RE với mô hình FE bằng cách sử dụng kiểm định Hausman (Baltagi, 1995;) và trong tất cả các trường hợp chúng tôi đều chọn mô hình FE (hausman test<5%). Như vậy trong các mô hình này, chúng tôi sẽ chọn mô hình FE để phân tích. Tuy nhiên khi Kiểm định Wald test for heteroskedasticity đều cho thấy có hiện tượng phương sai thay đổi (P-value<5%, bác bỏ giả thuyết Ho: Phương sai không đổi), do đó cần phải sử dụng thêm yếu tố điều chỉnh sai số chuẩn (Robust Standard Error).

Kết quả cho thấy cổ đông lớn có một tác động tích cực lên thành quả doanh nghiệp. Các kết quả này thì tương tự như nghiên cứu của Wiwattanakantang (2001), người đã phát hiện ra rằng các cổ đông kiểm soát thì có mối tương quan tích cực và đáng kể với thành quả doanh nghiệp được đo bằng chỉ số ROA và Tobin Q trên dữ liệu 270 công ty phi tài chính niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán của Thái Lan. Tương tự, Georgeta và Stefan (2014) tìm thấy mối tương quan dương giữa tỷ lệ cổ phần nắm giữ của cổ đông lớn thứ hai, tỷ lệ cổ phần nắm giữ của cổ đông lớn thứ ba với thành quả doanh nghiệp và tổng tỷ lệ nắm giữ cổ phiếu của ba cổ đông lớn nhất với giá trị doanh nghiệp được đo lường bằng TobinQ. Bên cạnh đó, trong một nghiên cứu trên thị trường chứng khoán Thổ Nhĩ Kỳ, Ozcan và Soykan (2013) cho thấy rằng các cổ đông lớn có tác động tích cực đến thành quả hoạt động của các công ty đo bằng ROA và TobinQ. Trong khi đó, trong nghiên cứu của Hamadi và Heinen (2015) xem xét ảnh hưởng của các cổ đông lớn kiểm soát (đại diện bằng cổ đông lớn thứ nhất và thứ hai) đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp (đo lường bằng TobinQ và ROA), bằng việc sử dụng một mẫu gồm 194 công ty niêm yết ở Bỉ, tác giả tìm thấy mối tương quan tích cực giữa tập trung sở hữu với thành quả doanh nghiệp. Bên cạnh đó, bằng việc sử dụng ROE như là một biện pháp đo lường thành quả doanh nghiệp, Earle và cộng sự (2005) tìm thấy cổ đông lớn ảnh hưởng tích cực đến thành quả doanh nghiệp. Bằng việc sử dụng giá trị thị trường trên giá trị sổ sách (MTB) như một công cụ đo lường thành quả doanh nghiệp, Thomsen và Pedersen (2000) tìm thấy ảnh hưởng tích cực giữa tập trung sở hữu với giá trị vốn cổ phần cho một mẫu gồm 435 doanh nghiệp của 12 quốc gia Châu Âu. cho cho một mẫu của công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Bucharest. Tuy nhiên, những phát hiện này thì khác với những phát hiện của Yurtoglu (2000), khi ông thấy rằng sở hữu sở hữu của các cổ đông lớn nhất có tương quan tiêu cực với thành quả doanh nghiệp đo bằng ROA.

Bảng 2: Ảnh hưởng của cổ đông lớn đến thành quả doanh nghiệp

	Hiệu quả doanh nghiệp tính theo giá trị sổ sách						Hiệu quả doanh nghiệp tính theo giá trị thị trường					
	ROA	ROA	ROA	ROE	ROE	ROE	TobinQ	TobinQ	TobinQ	MTB	MTB	MTB
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Top5	0.032*			0.078*			0.002**			0.004**		
	(1.713)			(1.914)			(2.193)			(2.204)		
Top10		0.030			0.089**			0.002**			0.004**	
		(1.569)			(2.236)			(2.298)			(2.155)	
Top20			0.062**			0.143***			0.002**			0.007***
			(2.437)			(2.688)			(2.119)			(2.826)
SIZE	-1.024	-1.519	-1.804	-2.777	-3.374	-4.074	0.117	0.107	0.179	-0.728***	-0.763***	-0.714***
	(-0.897)	(-1.277)	(-1.204)	(-1.063)	(-1.216)	(-1.115)	(1.424)	(1.167)	(1.452)	(-4.904)	(-4.609)	(-3.265)
GRO	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	-0.000	-0.000	0.001	-0.000***	-0.000***	-0.000***
	(1.016)	(1.018)	(1.429)	(0.475)	(0.356)	(0.766)	(-0.180)	(-0.443)	(0.612)	(-15.066)	(-15.531)	(-11.325)
LEV	-10.225***	-9.612***	-7.199**	-11.410**	-10.338*	-6.517	0.093	0.114	0.127	0.495***	0.570***	0.660***
	(-3.578)	(-3.279)	(-2.202)	(-2.034)	(-1.838)	(-1.037)	(1.224)	(1.441)	(1.221)	(2.846)	(3.017)	(2.680)
CF	3.619***	3.483***	4.272**	3.709	3.473	4.569	0.042	0.049	0.043	0.087	0.084	0.105
	(2.766)	(2.612)	(2.560)	(1.347)	(1.237)	(1.300)	(1.043)	(1.118)	(0.839)	(1.111)	(1.033)	(1.112)
FA	0.551	0.791	-0.205	-0.396	0.636	-0.550	0.041	0.043	0.002	0.006	0.024	-0.023
	(0.423)	(0.661)	(-0.144)	(-0.150)	(0.268)	(-0.187)	(0.532)	(0.621)	(0.028)	(0.049)	(0.197)	(-0.155)
LIQ	6.190***	5.992***	5.224***	5.485	6.597*	7.636**	-0.003	-0.004	-0.054	-0.091	-0.089	-0.079
	(3.794)	(3.544)	(2.860)	(1.420)	(1.891)	(2.023)	(-0.043)	(-0.066)	(-0.690)	(-0.716)	(-0.733)	(-0.595)
_cons	18.324	23.960*	25.560	44.697	49.728	53.221	-0.553	-0.455	-1.273	9.218***	9.549***	8.804***

	(1.378)	(1.730)	(1.471)	(1.493)	(1.552)	(1.256)	(-0.575)	(-0.424)	(-0.883)	(5.378)	(4.993)	(3.497)
F test	23.713	21.916	15.289	7.080	6.640	5.868	3.326	3.146	3.312	15.817	15.850	11.508
P value	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
F test that all $u_i=0$	5.12	5.46	5.43	3.50	3.57	3.44	4.06	4.02	3.80	5.61	5.56	5.48
Pro>F	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Hausman test	396.54	436.56	333.39	203.76	205.76	155.90	97.07	99.49	80.66	356.70	381.44	216.76
Prob>Chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Wald test for heteroskedasticity	3.2e+35	3.4e+35	5.5e+36	3.2e+35	2.3e+35	1.4e+35	2.5e+33	6.2e+33	2.6e+34	1.2e+34	2.1e+34	5.4e+33
Prob>Chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Wooldridge test for autocorrelation	87.860	70.316	68.467	41.041	28.779	25.798	345.990	389.509	364.749	399.024	458.777	354.492
P value	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
R-squared	0.191	0.175	0.149	0.021	0.018	0.014	0.040	0.031	0.023	0.091	0.095	0.105
Observations	3512	3268	2582	3512	3268	2582	2917	2697	2101	3372	3141	2484

Trong dấu ngoặc là thống kê t-statistics. * $p<0.1$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$. Nguồn: Tác giả tự tính toán và tổng hợp

4.3 Kết quả hồi qui theo mô hình GMM

Mục đích nghiên cứu của chúng tôi là ước tính tác động tập trung sở hữu đến thành quả doanh nghiệp dựa trên phân tích dữ liệu bảng. Tập trung sở hữu đại diện bởi các cổ đông lớn được giả định là nội sinh trong nghiên cứu này. Khi chúng tôi nghiên cứu phần trăm thay đổi trong cấu trúc sở hữu của các doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn 2008-2015, chúng ta thấy rằng tỷ lệ sở hữu cổ phiếu của cổ đông lớn thay đổi theo thời gian. Vì vậy, các cổ đông lớn có thể thay đổi tỷ lệ nắm giữ cổ phần của họ dựa trên triển vọng về thành quả trong tương lai của doanh nghiệp. Nói cách khác, nếu họ có thông tin tốt hơn so với thị trường, họ có thể gia tăng hoặc giảm tỷ lệ nắm giữ cổ phần của họ, dựa trên triển vọng của họ về thành quả hoạt động tốt hay xấu của các doanh nghiệp. Trong trường hợp này, sở hữu cổ phiếu của cổ đông lớn có thể được xác định là nội sinh với thành quả của công ty (Demsetz & Lehn, 1985; Hermalin & Weisbach, 1991; Demsetz & Villalonga, 2001; Gonenc, 2006). Vì vậy, Khi xem xét sở hữu tập trung là một biến nội sinh, việc sử dụng các ước lượng của mô hình dữ liệu bảng (hiệu ứng cố định hoặc các hiệu ứng ngẫu nhiên) để ước tính các hệ số trong mô hình của chúng tôi là không phù hợp. Một điểm cần nhấn mạnh ở đây là các ước lượng không được giả định là có tính nội sinh tiềm ẩn giữa biến phụ thuộc và độc lập và chúng có thể làm sai lệch hệ số (Roodman, 2009). Vì vậy, chúng tôi quyết định sử dụng ước lượng GMM hệ thống được đề xuất bởi Arellano-Bover (1995) và Blundell-Bond (1998) để kiểm soát các vấn đề nội sinh từ sự không đồng nhất của các quan sát không quan sát được, đảo ngược quan hệ nhân quả, và quan hệ đồng thời (Blundell và Bond, 1998; Villalonga & Amit, 2006; Guney và cộng sự, 2006;.. Wintoki và cộng sự, 2012). Bảng 7 trình bày kết quả ước lượng GMM hệ thống GMM từ phương trình (1) - phương trình (12) khi biến phụ thuộc là một trong bốn phương pháp đánh giá thành quả doanh nghiệp gồm ROA, ROE, TobinQ và MTB. Các kiểm định thống kê của ước lượng GMM cho mười hai phương trình từ phương trình (1) đến phương trình (12) cũng được cung cấp ở dưới cùng của bảng 7. Các kiểm định thống kê trong bảng 7 cho thấy các mô hình chúng tôi sử dụng để ước lượng mối quan hệ giữa tập trung sở hữu và thành quả doanh nghiệp đều thỏa mãn với các kiểm định Hansen test và AR (2). Điều này ngụ ý rằng các kết quả ước lượng trong mô hình của chúng tôi là đáng tin cậy.

Kết quả GMM một lần nữa khẳng định sở hữu của cổ đông lớn có mối tương quan cùng chiều với thành quả doanh nghiệp, thể hiện ở các hệ số của biến Top5 và Top10 là dương và có ý nghĩa thống kê. Kết quả này có thể được giải thích thông qua lý thuyết chi phí đại diện. Cụ thể, trong khi sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền quản lý giúp cho các nhà quản lý có thể thực hiện những hành động làm giảm giá trị cổ đông, thì các cổ đông lớn có thể gây áp lực cho người quản lý trong việc nâng cao thành quả kinh tế của công ty thông qua việc giám sát. Một lưu ý là kết quả hồi qui GMM có sự khác biệt với OLS, RE và FE đó là hệ số của Top20 vẫn có dấu dương nhưng không có ý nghĩa thống kê. Kết quả này có thể được giải thích là do số lượng quan sát có cổ đông nắm giữ trên 20% số lượng vốn cổ phần là ít hơn, nên kết quả không có ý nghĩa thống kê. Kết quả này cũng có thể hàm ý rằng ở những công ty cổ đông lớn kiểm soát quá nhiều cổ phần thì tác động tích cực không còn có ý nghĩa vì có thể lúc này các cổ đông lớn theo đuổi lợi ích cá nhân và mâu thuẫn giữa cổ đông lớn và cổ đông nhỏ tăng cao, từ đó triệt tiêu tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp.

Bảng 3: Ảnh hưởng của cổ đông lớn đến thành quả doanh nghiệp- Hồi qui system GMM

	Thành quả doanh nghiệp tính theo giá trị sổ sách						Thành quả doanh nghiệp tính theo giá trị thị trường					
	ROA	ROA	ROA	ROE	ROE	ROE	MTB	MTB	MTB	TobinQ	TobinQ	TobinQ
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Top5	0.053***			0.098***			0.005** *			0.007**		
	(3.589)			(3.169)			(3.813)			(2.177)		
Top10		0.043***			0.083**			0.006**			0.005**	
		(2.785)			(2.519)			(2.563)			(2.264)	
Top20			0.021			0.043			0.003			0.003
			(1.105)			(1.146)			(0.920)			(1.267)
SIZE	0.149	0.237	0.261	-0.416	-0.334	-0.408	- 0.179** *	-0.169**	-0.140*	-0.169**	- 0.155** *	-0.007
	(0.288)	(0.446)	(0.446)	(-0.422)	(-0.324)	(-0.371)	(-2.923)	(-2.288)	(-1.834)	(-2.556)	(-3.289)	(-0.124)
GRO	-0.004	-0.004	-0.004	-0.010	-0.009	-0.010	0.032	0.045**	0.052** *	0.024**	0.005	0.012
	(-0.933)	(-0.936)	(-0.995)	(-0.915)	(-0.905)	(-0.952)	(1.519)	(2.046)	(2.951)	(2.099)	(0.372)	(0.452)
LEV	- 10.192** *	- 10.416** *	- 10.781** *	-8.464**	-8.749**	- 10.284** *	0.326*	0.137	0.367**	-0.154	-0.196	0.282
	(-4.503)	(-4.229)	(-4.038)	(-2.496)	(-2.369)	(-2.656)	(1.760)	(0.504)	(2.320)	(-0.769)	(-1.093)	(1.474)
CF	- 27.042** *	- 25.170** *	- 24.234** *	- 64.585** *	- 62.776** *	- 58.835** *	-0.232	-0.333	-0.006	-0.240	-0.365	0.271
	(-4.302)	(-3.774)	(-3.226)	(-4.231)	(-3.870)	(-3.534)	(-0.776)	(-1.234)	(-0.018)	(-0.725)	(-1.399)	(0.995)

FA	4.233*** (3.126)	3.471** (2.530)	4.700*** (2.893)	5.900** (2.101)	4.623 (1.631)	6.117** (1.971)	0.657 (1.475)	0.674 (1.134)	0.121 (0.275)	0.965* (1.903)	1.003** (2.127)	0.763 (1.540)
LIQ	3.189*** (2.924)	3.170*** (2.736)	2.998** (2.522)	1.989 (1.226)	1.969 (1.138)	1.822 (0.957)	0.310 (0.831)	0.328 (0.733)	0.460 (1.210)	0.470 (1.080)	0.531 (1.159)	0.662 (1.407)
L.ROA	0.344*** (4.024)	0.363*** (4.002)	0.441*** (4.855)									
L.ROE				0.320*** (3.804)	0.333*** (3.698)	0.406*** (4.280)						
L.MTB							0.727** * (5.046)	0.841** * (6.881)	0.752** * (3.171)			
L.Tobin Q										0.701** * (3.453)	0.852** * (5.524)	0.434** * (2.669)
_cons	3.244 (0.555)	2.788 (0.467)	2.893 (0.456)	12.733 (1.119)	12.771 (1.081)	14.832 (1.206)	1.702* (1.797)	1.517 (1.542)	1.222 (1.345)	1.577 (1.631)	1.341* (1.918)	-0.291 (-0.309)
Wald Chi2	120.31	121.50	159.23	66.92	60.21	69.81	251.73	287.56	323.92	139.44	263.17	59.88
Prob > Chi2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
AR(1)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.078	0.034	0.052	0.093	0.067	0.045
AR(2)	0.663	0.776	0.950	0.199	0.211	0.171	0.760	0.281	0.274	0.118	0.352	0.714
Hansen test	0.361	0.393	0.848	0.538	0.427	0.762	0.649	0.115	0.430	0.556	0.492	0.953

Trong dấu ngoặc là thống kê t-statistics. * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01. Nguồn: Tác giả tự tính toán và tổng hợp.

5. Kết luận

Mục tiêu của nghiên cứu này là nhằm xem xét tác động của tập trung sở hữu đến thành quả doanh nghiệp trong các doanh nghiệp được niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong thời gian từ năm 2008-2015. Bằng việc sử dụng mô hình pooled OLS, Fixed effects, random effects và phương pháp GMM hệ thống, kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy rằng tập trung sở hữu càng cao thì giá trị doanh nghiệp càng được cải thiện.

Kết quả cho thấy có một tác động tích cực của Top5 và Top10 đến thành quả doanh nghiệp ở mức ý nghĩa 1%, điều này là thống nhất với các nghiên cứu của Wiwattanakantang (2001) tại Thái Lan, Thomsen và Pedersen (2000) tại 12 nước ở Châu Âu, Ozcan và Soykan (2013) tại Thổ Nhĩ Kỳ, và Hamadi và Heinen (2015) tại Bỉ và là bằng chứng ủng hộ cho các lập luận lý thuyết chi phí đại diện. Một cách chi tiết, trong khi sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền quản lý giúp cho các nhà quản lý có thể thực hiện những hành động làm giảm giá trị cổ đông, thì các cổ đông lớn có thể gây áp lực cho người quản lý trong việc nâng cao thành quả kinh tế của công ty thông qua việc giám sát. Tuy nhiên khi xem xét đến ảnh hưởng của các cổ đông nắm giữ trên 20%, thì kết quả hồi qui không còn có ý nghĩa thống kê, kết quả này có thể hàm ý rằng ở những công ty cổ đông lớn kiểm soát quá nhiều cổ phần thì tác động tích cực không còn có ý nghĩa vì có thể lúc này các cổ đông lớn theo đuổi lợi ích cá nhân và mâu thuẫn giữa cổ đông lớn và cổ đông nhỏ tăng cao, từ đó triệt tiêu tác động tích cực đến giá trị doanh nghiệp. Ngoài ra, bài nghiên cứu cũng cho thấy mối quan hệ tích cực giữa cổ đông lớn và thành quả doanh nghiệp có ý nghĩa thống kê với mức cao hơn ở thành quả theo giá trị sổ sách, so với ở thành quả theo giá trị thị trường. Điều này có thể giải thích là việc gia tăng giám sát có thể giúp cải thiện rõ rệt thành quả giá trị sổ sách, còn giá trị thị trường phụ thuộc vào khá nhiều yếu tố khác nên tác động của sở hữu cổ đông lớn đến thành quả giá trị thị trường là hạn chế hơn.

Khi sự hiện diện của các cổ đông lớn giúp cải thiện thành quả của doanh nghiệp, thì trong một công ty với các cổ đông nhỏ, các cổ đông hiện hữu có thể chọn được tài trợ bởi một cổ đông lớn hơn là việc bán cổ phiếu trên thị trường chứng khoán cho nhiều cổ đông khác nhau. Sự thiếu vắng của các cổ đông lớn thậm chí có thể gây nguy hiểm cho sự tồn tại của các công ty ngoài việc làm giảm thành quả doanh nghiệp. Ví dụ, ở Việt Nam, điều này có thể được thấy thông qua việc các nhà quản lý có thể đưa ra các quyết định rủi ro (ví dụ như viết Séc nhiều hơn bình thường) làm cho các cổ đông có thể mất đi vốn đầu tư của mình, tuy nhiên các nhà quản lý cũng có thể bị mất việc làm. Vì hầu hết các cổ đông lớn đều nhận thức được những rủi ro này bằng cách ủy quyền thêm trách nhiệm cho người quản lý, họ đặc biệt kiểm soát các hoạt động quan trọng như đưa ra các quyết định đầu tư dài hạn, viết séc trên một ngưỡng nào đó. Cổ đông có thể cung cấp cho các nhà quản lý những quyền chọn mua cổ phiếu với giá ưu đãi trong tương lai và cung cấp khoản tiền thưởng hàng năm để thống nhất động lực của các nhà quản lý với động lực của các cổ đông.

Theo kết quả nghiên cứu này, các nhà hoạch định chính sách có thể hỗ trợ cho các doanh nghiệp có nhiều cổ đông lớn hơn là các cổ đông nhỏ bởi vì việc cải thiện thành quả doanh nghiệp của các doanh nghiệp trong nước có thể đem lại lợi ích kinh tế theo cách tích cực hơn. Các công ty được cải thiện thành quả hoạt động có thể đóng thuế cao hơn, có thể sử dụng nhiều lao động làm tỷ lệ thất nghiệp giảm từ đó giúp ổn định trật tự xã hội. Đồng thời, khi thành quả hoạt động gia tăng, cũng có nghĩa sản lượng tạo ra nhiều hơn, không những đáp ứng đủ nhu cầu trong nước mà còn có thể xuất khẩu ra nước ngoài và nhận được ngoại tệ cho nền kinh tế.

6. Tài liệu tham khảo

1. Adams, R. B., Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S. (2010). The role of boards of directors in corporate governance: A conceptual framework and survey. *Journal of Economic Literature*, 48(1), 58-107.
2. Aggarwal, R., Kyaw, N. A., & Zhao, X. (2011). Financial Environment and the ValueLeverage Relation. *Journal of International Business and Economy* (2011), 12(2), 1-26.
3. Agrawal, A., & Knoeber, C. R. (1996). Firm performance and mechanisms to control agency problems between managers and shareholders. *Journal of financial and quantitative analysis*, 31(03), 377-397.

4. Akintoye, I. R. (2008). Effect of capital structure on firms' performance: the Nigerian experience. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 10, 233-243.
5. Al-Najjar, B., & Hussainey, K. (2011). Revisiting the capital-structure puzzle: UK evidence. *The Journal of Risk Finance*, 12(4), 329-338.
6. Alonso-Bonis, S., & de Andrés-Alonso, P. (2007). Ownership structure and performance in large spanish companies: Empirical evidence in the context of an endogenous relation. *Corporate ownership and control*, 4(4), 206-216.
7. Amihud, Y., & Lev, B. (1981). Risk reduction as a managerial motive for conglomerate mergers. *The bell journal of economics*, 605-617.
8. Baltagi, B. H., Bratberg, E., & Holmås, T. H. (2005). A panel data study of physicians' labor supply: the case of Norway. *Health Economics*, 14(10), 1035-1045.
9. Berle, A. A., & Gardiner, C. (1968). Means. 1932. *The modern corporation and private property*, 204-5.
10. Bethel, J. E., & Liebeskind, J. (1993). The effects of ownership structure on corporate restructuring. *Strategic Management Journal*, 14(S1), 15-31.
11. Biddle, G. C., & Hilary, G. (2006). Accounting quality and firm-level capital investment. *The Accounting Review*, 81(5), 963-982.
12. Bover, O., & Arellano, M. (1997). Estimating dynamic limited dependent variable models from panel data. *investigaciones economicas*, 21(2), 141-165.
13. Burkart, M., Gromb, D., & Panunzi, F. (1997). Large shareholders, monitoring, and the value of the firm. *The quarterly journal of economics*, 693-728.
14. Cho, M. H. (1998). Ownership structure, investment, and the corporate value: an empirical analysis. *Journal of financial Economics*, 47(1), 103-121.
15. Chung, R., Firth, M., & Kim, J. B. (2005). Earnings management, surplus free cash flow, and external monitoring. *Journal of business research*, 58(6), 766-776.
16. Claessens, S., & Djankov, S. (1999). Ownership concentration and corporate performance in the Czech Republic. *Journal of comparative economics*, 27(3), 498-513.
17. Craswell, A. T., Taylor, S. L., & Saywell, R. A. (1997). Ownership structure and corporate performance: Australian evidence. *Pacific-Basin Finance Journal*, 5(3), 301-323.
18. Demsetz, H., & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: Causes and consequences. *Journal of political economy*, 93(6), 1155-1177.
19. Demsetz, H., & Villalonga, B. (2001). Ownership structure and corporate performance. *Journal of corporate finance*, 7(3), 209-233.
20. Denis, D. J., Denis, D. K., & Sarin, A. (1997). Ownership structure and top executive turnover. *Journal of financial economics*, 45(2), 193-221.
21. Dessì, R., & Robertson, D. (2003). Debt, incentives and performance: Evidence from UK panel data. *The Economic Journal*, 113(490), 903-919.
22. Dore, R. (1983). Goodwill and the spirit of market capitalism. *The British Journal of Sociology*, 34(4), 459-482.
23. Douma, S., George, R., & Kabir, R. (2006). Foreign and domestic ownership, business groups, and firm performance: Evidence from a large emerging market. *Strategic Management Journal*, 27(7), 637-657.
24. Earle, J. S., Kucsera, C., & Telegdy, Á. (2005). Ownership concentration and corporate performance on the Budapest stock exchange: Do too many cooks spoil the goulash?. *Corporate Governance: An International Review*, 13(2), 254-264.
25. Fama, E. F. (1980). Agency Problems and the Theory of the Firm. *The journal of political economy*, 288-307.
26. Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *The Journal of Law & Economics*, 26(2), 301-325.
27. Gedajlovic, E., & Shapiro, D. *Management and Ownership Effects: Evidence from 5 Countries*. Strategic Management Journal, 1998, 19(6), 533-555.
28. Gedajlovic, E., & Shapiro, D. M. (2002). Ownership structure and firm profitability in Japan. *Academy of Management Journal*, 45(3), 565-575.
29. Gerlach, M. L. (1992). *Alliance capitalism: The social organization of Japanese business*. Univ of California Press.

30. Gibbs, P. A. (1993). Determinants of corporate restructuring: The relative importance of corporate governance, takeover threat, and free cash flow. *Strategic Management Journal*, 14(S1), 51-68.
31. Grosfeld, I. (2009). Large shareholders and firm value: Are high-tech firms different?. *Economic Systems*, 33(3), 259-277.
32. Hamadi, M., & Heinen, A. (2015). Firm performance when ownership is very concentrated: Evidence from a semiparametric panel. *Journal of Empirical Finance*, 34, 172-194.
33. Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S. (1991). The effects of board composition and direct incentives on firm performance. *Financial management*, 101-112.
34. Hill, C. W., & Snell, S. A. (1989). Effects of ownership structure and control on corporate productivity. *Academy of Management journal*, 32(1), 25-46.
35. Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Ireland, R. D. (1994). A mid-range theory of the interactive effects of international and product diversification on innovation and performance. *Journal of management*, 20(2), 297-326.
36. Holderness, C. G., & Sheehan, D. P. (1988). The role of majority shareholders in publicly held corporations: An exploratory analysis. *Journal of financial economics*, 20, 317-346.
37. Holmström, B., & Tirole, J. (1993). Market liquidity and performance monitoring. *Journal of Political Economy*, 678-709.
38. Hope, O. K., & Thomas, W. B. (2008). Managerial empire building and firm disclosure. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 591-626.
39. Isik, O., & Soykan, M. E. (2013). Large shareholders and firm performance: Evidence from Turkey. *European Scientific Journal*, 9(25).
40. Jensen, M. C. (1986). Agency cost of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *Corporate Finance, and Takeovers. American Economic Review*, 76(2).
41. Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
42. Klapper, L., Laeven, L., & Love, I. (2006). Corporate governance provisions and firm ownership: Firm-level evidence from Eastern Europe. *Journal of International Money and Finance*, 25(3), 429-444.
43. Kole, S. R. (1994). *The bundling of compensation plans*. Bradley Policy Research Center.
44. Lang, L., Ofek, E., & Stulz, R. (1996). Leverage, investment, and firm growth. *Journal of financial Economics*, 40(1), 3-29.
45. Li, M., & Simerly, R. L. (1998). The moderating effect of environmental dynamism on the ownership and performance relationship. *Strategic Management Journal*, 19(2), 169-179.
46. Lê Thị Phương Vy & Phan Thị Bích Nguyệt. (2015). Tác động của sở hữu nhà nước lên quyết định nợ: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. *Tạp chí phát triển và hội nhập*, 50 – 57
47. Mandacı, P., & Gumus, G. (2010). Ownership concentration, managerial ownership and firm performance: Evidence from Turkey. *South East European Journal of Economics and Business*, 5(1), 57-66.
48. McConnell, J. J., & Servaes, H. (1990). Additional evidence on equity ownership and corporate value. *Journal of Financial economics*, 27(2), 595-612.
49. Mitton, T. (2002). A cross-firm analysis of the impact of corporate governance on the East Asian financial crisis. *Journal of financial economics*, 64(2), 215-241.
50. Morck, R., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1988). Management ownership and market valuation: An empirical analysis. *Journal of financial economics*, 20, 293-315.
51. Nhung, L. T., & Okuda, H. (2015). Effects of state ownership on companies' capital structure and profitability: Estimation analysis before and after the Lehman shock. *Journal of Asian Economics*, 64–78.
52. Oswald, S. L., & Jahera, J. S. (1991). The influence of ownership on performance: An empirical study. *Strategic Management Journal*, 12(4), 321-326.
53. Pandey, I. M. (2001). Capital Structure and the Firm Characteristics: Evidence from an Emerging Market.
54. Phung, D. N., & Hoang, T. P. T. (2013, September). Corporate ownership and firm performance in emerging market: A study of vietnamese listed firms. In *World Business and Social Science Research Conference, Bangkok October*.

55. Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. (2002). Investor protection and corporate valuation. *The journal of finance*, 57(3), 1147-1170.
56. Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). Legal determinants of external finance. *The journal of finance*, 52(3), 1131-1150.
57. Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1986). Large shareholders and corporate control. *The Journal of Political Economy*, 461-488.
58. Short, H. (1994). Ownership, control, financial structure and the performance of firms. *Journal of economic surveys*, 8(3), 203-249.
59. Smith, C. W., & Watts, R. L. (1992). The investment opportunity set and corporate financing, dividend, and compensation policies. *Journal of financial Economics*, 32(3), 263-292.
60. Thomsen, S., & Pedersen, T. (2000). Ownership structure and economic performance in the largest European companies. *Strategic Management Journal*, 689-705.
61. Villalonga, B., & Amit, R. (2006). How do family ownership, control and management affect firm value?. *Journal of financial Economics*, 80(2), 385-417.
62. Vintilă, g., Gherghina, ș. C., & Nedelescu, M. (2014). The effects of ownership concentration and origin on listed firms' value: empirical evidence from Romania. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 17(3), 51.
63. Wellalage, N. H., & Locke, S. (2012). Ownership structure and firm financial performance: Evidence from panel data in Sri Lanka. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 7(1), 52-65.
64. Wintoki, M. B., Linck, J. S., & Netter, J. M. (2012). Endogeneity and the dynamics of internal corporate governance. *Journal of Financial Economics*, 105(3), 581-606.
65. Wiwattanakantang, Y. (2001). Controlling shareholders and corporate value: Evidence from Thailand. *Pacific-Basin Finance Journal*, 9(4), 323-362.
66. Wright, P., Ferris, S. P., Sarin, A., & Awasthi, V. (1996). Impact of corporate insider, blockholder, and institutional equity ownership on firm risk taking. *Academy of Management Journal*, 39(2), 441-458.
67. Wruck, K. H. (1989). Equity ownership concentration and firm value: Evidence from private equity financings. *Journal of Financial economics*, 23(1), 3-28.
68. Yurtoglu, B. B. (2000). Ownership, control and performance of Turkish listed firms. *Empirica*, 27(2), 193-222.
69. Zakaria, Z., Purhanudin, N., & Palanimally, Y. R. (2014). Ownership structure and firm performance: Evidence from Malaysian trading and services sector. *European Journal of Business and Social Sciences*, 3(2), 32-43.
70. Zeitun, R., & Tian, G. G. (2007). Capital structure and corporate performance: evidence from Jordan. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 1(4), 3.
71. Zwiebel, J. (1995). Corporate conservatism and relative compensation. *Journal of Political economy*, 1-25.

CÁC YẾU TỐ KHOẢNG CÁCH QUỐC GIA ẢNH HƯỞNG NHƯ THẾ NÀO ĐẾN XUẤT KHẨU CỦA NỀN KINH TẾ VIỆT NAM?

Võ Văn Dút

Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ
Email: vvdut@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Bài viết này điều tra ảnh hưởng của các yếu tố khoảng cách đến xuất khẩu của nền kinh tế Việt Nam. Để kiểm định các giả thuyết, nghiên cứu dùng dữ liệu vĩ mô từ Niên giám thống kê của Tổng cục Thống kê về xuất khẩu của Việt Nam sang 50 quốc gia và vùng lãnh thổ. Sử dụng phương pháp ước lượng bình phương bé nhất, kết quả chỉ ra rằng, khoảng cách địa lý có mối tương quan nghịch chiều và khoảng cách kinh tế có mối tương quan thuận chiều đối với xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, khoảng cách văn hóa và khoảng cách thể chế lại không có ảnh hưởng đến xuất khẩu. Những hàm ý của nghiên cứu nhằm tăng cường xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường truyền thống, mở rộng sang các thị trường khác tiềm năng.

Từ khóa: Khoảng cách, khoảng cách văn hóa, Khoảng cách thể chế, Khoảng cách kinh tế, Khoảng cách địa lý, Xuất khẩu của Việt Nam.

HOW DO NATIONAL DISTANCES AFFECT THE EXPORT OF VIETNAM?

ABSTRACT

This study investigates the effect of distance on export of Vietnam. To test the hypotheses, the study uses the macro data extracted from Statistical Yearbook of Vietnam Statistics Office about the export of Vietnam to 50 countries and territories. OLS regression releases that geographic distance is negatively associated with the export of Vietnam to the partners; and economic distance has a positive effect on export. However, cultural distance and institutional distance have no effect on the export of Vietnam. The implication of the study aims to enhance the export of Vietnam to traditional markets, expand to other potential markets.

Keywords: Distance, Cultural distance, Institutional distance, Economic distance, Geographic distance, Export of Vietnam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, toàn cầu hóa kinh tế thế giới tác động ngày càng sâu rộng đến các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Tác động ngày càng sâu sắc hơn khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và tổ chức Thương mại thế giới (WTO), đàm phán tham gia các khu vực mậu dịch tự do (FTA) song phương và đa phương, và tham gia các diễn đàn hợp tác kinh tế khu vực và quốc tế,... Những tác động này có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động thương mại của Việt Nam do việc cắt giảm thuế quan, các ưu đãi thương mại, không bị phân biệt đối xử, cạnh tranh bình đẳng, mở rộng thị trường,... Từ đó, chi phí giao dịch giảm và thương mại quốc tế ngày càng gia tăng. Bên cạnh các tác động tích cực, toàn cầu hóa còn có nhiều ảnh hưởng tiêu cực, nhất là sự xuất hiện các rào cản thuế quan và phi thuế quan như khác biệt về các yếu tố khoảng cách.

Khoảng cách và mối liên hệ của nó với thương mại quốc tế là một đề nhận được sự quan tâm đặc biệt của các nhà nghiên cứu về kinh doanh quốc tế trong giai đoạn hiện nay. Một trong những lý thuyết nổi bật để giải thích các vấn đề này là Lý thuyết về khoảng cách của Ghemawat (2001) và lý thuyết của Dow và Karunaratna (2006). Các lý thuyết này cho rằng khoảng cách giữa hai quốc gia không chỉ có khoảng cách địa lý mà còn bao gồm sự khác biệt về văn hóa, thể chế, kinh tế, ngôn ngữ, giáo dục, chính trị, phát triển công nghiệp, v.v. giữa các quốc gia. Khoảng cách càng lớn dẫn đến việc xâm nhập sang thị trường đối tác sẽ càng rủi ro, tốn nhiều chi phí và từ đó làm giảm thương mại giữa hai quốc gia.

Mục tiêu của nghiên cứu này là tìm hiểu ảnh hưởng của các yếu tố khoảng cách về văn hóa, thể chế, kinh tế, địa lý đến xuất khẩu của Việt Nam. Điều này có ý nghĩa hết sức quan trọng cả về mặt học thuật và thực tiễn hiện nay bởi các nhà xuất khẩu nhận thức được sự khác biệt do các yếu tố khoảng cách gây ra sẽ giảm được rủi ro trong hoạt động xuất khẩu.

Phần còn lại của bài viết được tổ chức thành các mục như sau: Mục 2 trình bày lý thuyết và phát triển giả thuyết liên quan đến vấn đề nghiên cứu; Mục 3 mô tả phương pháp nghiên cứu và số liệu được sử dụng để kiểm định giả thuyết nghiên cứu; Mục 4 thảo luận kết quả nghiên cứu; và Mục 5 trình bày kết luận của bài viết.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Để tìm hiểu các yếu tố khoảng cách ảnh hưởng như thế nào đến xuất khẩu của Việt Nam với các quốc gia, bài viết sẽ dựa vào nghiên cứu của Ghemawat (2001) và nghiên cứu của Dow và Karunaratna (2006) về các yếu tố khoảng cách. Khoảng cách ở đây không chỉ đề cập đến khoảng cách địa lý mà còn gồm khoảng cách về văn hóa, thể chế, kinh tế, ngôn ngữ, giáo dục... (Dow và Karunaratna, 2006). Các nghiên cứu cho rằng giữa hai quốc gia càng có sự khác biệt lớn về khoảng cách thì việc xâm nhập sang thị trường đối tác sẽ càng rủi ro. Ngoài ra, khoảng cách càng lớn sẽ gây ra nhiều khó khăn trong việc thu thập, phân tích và giải thích thông tin (Håkanson và Ambos, 2010). Điều này làm gia tăng chi phí giao dịch và làm giảm thương mại giữa hai nước, từ đó có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh quốc tế của một công ty hay quốc gia. Do vậy, các công ty có xu hướng ưu tiên chọn lựa thị trường có những yếu tố liên quan gần như tương đồng với quốc gia của mình (Malhotra và cộng sự, 2009). Khi ứng dụng yếu tố khoảng cách, các công ty có thể thực hiện xúc tiến xuất khẩu, chọn lựa thị trường tiềm năng, dự báo xuất khẩu và chọn các chiến lược kinh doanh phù hợp cho từng thị trường. Dựa trên các luận điểm này, các lập luận về mối quan hệ giữa các yếu tố khoảng cách và xuất khẩu được thảo luận chi tiết bên dưới

2.1.1 Khoảng cách văn hóa

Sự khác biệt về văn hóa làm giảm xuất khẩu giữa các quốc gia (Law và cộng sự, 2009). Văn hóa gây ra khó khăn trong kí kết hợp đồng và từ đó làm giảm xuất khẩu do khác biệt trong giao tiếp, truyền đạt, thông hiểu thông tin và cách con người tương tác với nhau. Sự khác biệt văn hóa làm tăng chi phí kinh doanh bao gồm chi phí nghiên cứu thị trường, tìm hiểu khách hàng, tìm hiểu văn hóa quốc gia, truyền tải, trao đổi thông tin, quảng bá sản phẩm. Khoảng cách văn hóa càng lớn giữa hai nước thì sẽ làm tăng chi phí chuyển đổi thông tin. Vậy nên, giả thuyết được đặt ra là:

Giả thuyết 1 (GT₁): Sự khác biệt về văn hóa giữa hai quốc gia càng lớn sẽ làm giảm xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia đó.

2.1.2 Khoảng cách thể chế

Khoảng cách về thể chế giữa các nước cũng được nhiều học giả nhắc đến và tìm hiểu trong kinh doanh quốc tế (Berry *et al.*, 2010). Thể chế của một quốc gia cũng có tác động đến thương mại giữa các nước (Ghemawat, 2001). Sự khác biệt về môi trường thể chế tại nước ngoài gây ra nhiều rủi ro do chính quyền hoặc các tổ chức phi chính phủ, tổ chức thương mại áp đặt những quy ước, điều lệ phù hợp với hệ thống kinh doanh của riêng họ (Delios và Henisz, 2003). Ngoài ra, sự khác nhau về môi trường thể chế đòi hỏi sự nghiên cứu, học hỏi để nắm rõ về môi trường kinh doanh tại một thị trường mới và tốn nhiều chi phí. Khoảng cách thể chế giữa hai nước lớn thì chi phí để học hỏi, tìm hiểu nhiều sự khác biệt về thể chế sẽ lớn (Xu và Shenkar, 2002). Từ những lập luận trên, giả thuyết được đề ra như sau:

Giả thuyết 2 (GT₂): Sự khác biệt về thể chế giữa hai quốc gia càng lớn sẽ làm giảm xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia đó.

2.1.3 Khoảng cách kinh tế

Khoảng cách kinh tế cũng được nhiều nhà nghiên cứu nhắc đến trong kinh doanh quốc tế (Caves, 1996). Sự giàu có hay thu nhập của người tiêu dùng là một trong những yếu tố tạo nên khoảng cách kinh tế giữa các nước và có ảnh hưởng đến mức độ thương mại giữa các nước. Hiện nay, các nước giàu có chủ yếu tập trung phát triển các công nghệ hiện đại và chuyên giao sang các nước đang phát triển

với chi phí thấp hơn để thực hiện sản xuất và nhập khẩu trở lại các loại hàng hóa trở lại. Bên cạnh đó, các nước giàu có thường có quan hệ thương mại với các nước giàu còn các nước nghèo thường có quan hệ thương mại với các nước giàu hơn (Ghemawat, 2001). Vì những lý do trên, giả thuyết đặt ra là:

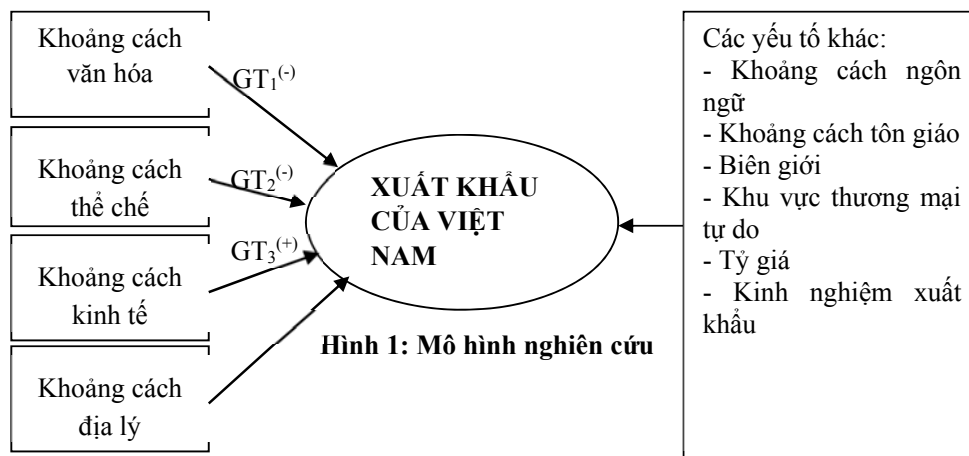
Giả thuyết 3 (GT₃): Khoảng cách kinh tế giữa hai quốc gia càng lớn thì xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia đó càng tăng.

2.1.4 Khoảng cách địa lý

Khoảng cách địa lý và chi phí vận chuyển là những vấn đề được nhắc đến nhiều trong các nghiên cứu về thương mại quốc tế (Hummels, 2007). Chen (2004) tính toán khoảng cách địa lý dựa trên kinh độ và vĩ độ của các thành phố chính của các quốc gia và vùng lãnh thổ và cho thấy rằng khoảng cách địa lý làm giảm thương mại giữa các cặp quốc gia. Khoảng cách địa lý càng lớn gây ra nhiều vấn đề trong vận chuyển hàng hóa giữa hai quốc gia như rủi ro trong vận tải và bảo hiểm hàng hóa, từ đó gia tăng chi phí. Ngoài ra, khi vận chuyển những hàng hóa có trọng lượng nặng hay hàng hóa dễ vỡ, dễ hư hỏng sẽ có chi phí vận chuyển cao khi khoảng cách càng xa. Do vậy, giả thuyết được đưa ra như sau:

Giả thuyết 4 (GT₄): Khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia càng lớn thì xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia đó sẽ càng giảm.

Từ những tranh luận trên, mô hình nghiên cứu được thể hiện ở Hình 1



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

2.2 Phương pháp nghiên cứu

2.2.1 Dữ liệu sử dụng

Để kiểm định giả thuyết, nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ nhiều nguồn đáng tin cậy. Thứ nhất là dữ liệu được trích từ Niên giám thống kê của Tổng cục thống kê¹⁰ về kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đến 50 quốc gia và vùng lãnh thổ từ châu Á, châu Âu, châu Mỹ, châu Phi và châu Đại dương giai đoạn từ năm 2004 đến năm 2013. Bộ dữ liệu này do Tổng cục thống kê đã thu thập số liệu xuất khẩu trên cơ sở nguồn số liệu ban đầu chủ yếu từ tờ khai hải quan do Tổng cục hải quan cung cấp và một số nguồn bổ sung khác. Theo tính toán ban đầu, bộ dữ liệu gồm 500 quan sát. Tuy nhiên, do thiếu thông tin từ các nước nên tổng số quan sát được sử dụng trong nghiên cứu này là 480. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn sử dụng từ Tổng cục thống kê dữ liệu về chỉ số giá đô la Mỹ bình quân năm so với năm trước đó giai đoạn 2004-2013 và số năm xuất khẩu của Việt Nam sang 50 quốc gia từ năm 1986 đến năm 2013.

Thứ hai, đối với các biến độc lập và biến kiểm soát, nghiên cứu dùng số liệu về các chiều hướng văn hóa của Geert Hofstede¹¹, số liệu về khoảng cách thể chế từ trang web The Worldwide Government Indicators¹², thu nhập bình quân đầu người (GDP/ người) theo giá đô la Mỹ thực tế của các nước từ

¹⁰ <http://www.gso.gov.vn>

² <http://geert-hofstede.com/countries.html>

¹² <http://www.govindicators.org>

Kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới¹³, khoảng cách địa lý tính từ trang web Time and Date¹⁴ và số liệu về các khía cạnh khoảng cách từ nghiên cứu của Dow và Karunaratna (2006) về khoảng cách.

2.2.2 Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Thông tin từ bộ dữ liệu thu thập được cho phép nghiên cứu này đo lường các biến trong mô hình như sau:

Biến phụ thuộc (Y): Xuất khẩu của Việt Nam đến các quốc gia trên thế giới. Biến phụ thuộc được đo lường bằng doanh thu xuất khẩu (1.000 USD) của Việt Nam sang 50 quốc gia đã được đề cập theo số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê từ năm 2004 đến năm 2013. Giá trị của biến dao động từ 8,958 đến 16,987 (sau khi lấy logarit). Giá trị càng cao thể hiện xuất khẩu càng lớn.

Các biến độc lập:

- *Khoảng cách văn hóa (X_1)* giữa Việt Nam và các nước đối tác. Khoảng cách văn hóa là các cấp độ khác biệt về các quy tắc văn hóa giữa hai quốc gia (Kogut và Singh, 1988), bao gồm các quy tắc xã hội, ngôn ngữ, tôn giáo, sắc tộc có thể phân biệt quốc gia này với quốc gia khác. Khoảng cách văn hóa giữa Việt Nam và các nước được phản ánh từ sáu khía cạnh về văn hóa của Hofstede đó là: quyền lực (Power), chủ nghĩa cá nhân (Individualism), nam tính (Masculinity), tính ngại rủi ro (Uncertainty avoidance), định hướng dài hạn (Pragmatism Long-term) và sự chiều theo (Indulgence). Sáu khía cạnh đó được Hofstede cho điểm từ 0 đến 100. Nghiên cứu sử dụng phương pháp tính của Kogut và Singh (1988) để đo lường khoảng cách văn hóa giữa Việt Nam và các nước, với công thức:

$$CD_{VNj} = \sum_{i=1}^6 \left\{ \frac{(I_{iVN} - I_{ij})^2}{V_i} \right\} / 6$$

Trong đó:

CD_{VNj} : Khoảng cách văn hóa giữa Việt Nam và nước nhập khẩu

I_{iVN} : Chỉ số khía cạnh văn hóa thứ i của Việt Nam

I_{ij} : Chỉ số khía cạnh văn hóa thứ i của nước nhập khẩu

V_i : Là phương sai của chỉ số khía cạnh văn hóa thứ i

Giá trị của biến khoảng cách văn hóa biến động từ 0,162 đến 3,256. Chỉ số này càng lớn thể hiện khoảng cách văn hóa giữa Việt Nam và nước nhập khẩu càng lớn.

- *Khoảng cách thể chế (X_2)* giữa Việt Nam và các nước đối tác. Theo Kaufmann và cộng sự (2006), khoảng cách thể chế được đo lường bởi 6 khía cạnh chủ yếu: Thể lực và trách nhiệm (voice and accountability); sự ổn định chính trị và không có bạo lực (political stability and absence of violence); tính hiệu quả của chính quyền (government effectiveness); chất lượng thực thi chính sách (regulatory quality); tuân thủ pháp luật (rule of law); và khả năng kiểm soát tham nhũng (control of corruption). Nghiên cứu sẽ sử dụng công thức của Kogut và Singh (1988) để đo lường khoảng cách thể chế:

$$ID_{VNj} = \sum_{i=1}^6 \left\{ \frac{(I_{iVN} - I_{ij})^2}{V_i} \right\} / 6$$

Trong đó:

ID_{VNj} : Khoảng cách thể chế giữa Việt Nam và nước nhập khẩu

I_{iVN} : Chỉ số khía cạnh thể chế thứ i của Việt Nam

I_{ij} : Chỉ số khía cạnh thể chế thứ i của nước nhập khẩu

V_i : Là phương sai của chỉ số khía cạnh thể chế thứ i

Theo bảng số liệu có được, giá trị của biến này giao động từ 0,1 đến 7,362. Giá trị càng lớn phản ánh khoảng cách thể chế giữa Việt Nam và nước đối tác càng lớn.

¹³ <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>

¹⁴ <http://www.timeanddate.com/worldclock/distance.html>

- *Khoảng cách kinh tế (X_3)* giữa Việt Nam và nước nhập khẩu. Dữ liệu dùng trong nghiên cứu là thu nhập bình quân đầu người của các nước tính theo giá USD thực tế từ kho dữ liệu của Ngân hàng thế giới. Khoảng cách kinh tế được đo lường bằng chênh lệch thu nhập bình quân đầu người giữa Việt Nam với các nước. Giá trị của biến dao động từ 1,230 đến 11,502 (sau khi lấy logarit). Giá trị càng cao thể hiện khoảng cách kinh tế giữa Việt Nam và nước đối tác càng lớn.

- *Khoảng cách địa lý (X_4)* giữa Việt Nam và nước nhập khẩu. Khoảng cách địa lý được tính toán dựa trên lý thuyết “air distance” (khoảng cách quỹ đạo) giữa hai thủ đô của hai nước. Cụ thể là thủ đô Hà Nội với thủ đô của mỗi nước đối tác. Giá trị của biến dao động từ 6,772 đến 9,830 (sau khi lấy logarit). Giá trị của biến càng lớn thể hiện khoảng cách địa lý càng lớn.

Các biến kiểm soát:

Khoảng cách ngôn ngữ (X_5)

Khoảng cách ngôn ngữ dựa trên phân tích của Dow và Karunaratna (2006). Ngôn ngữ chính của một đất nước là bất kỳ ngôn ngữ nào được nói bởi trên 20% dân số quốc gia đó, hay một ngôn ngữ đóng vai trò quan trọng chính thức trong quốc gia đó. Khoảng cách ngôn ngữ được đo lường dựa trên 3 thước đo là khác biệt về ngôn ngữ chính, tác động của ngôn ngữ chính của Việt Nam lên quốc gia đối tác và tác động của ngôn ngữ chính của quốc gia đối tác lên Việt Nam. Giá trị của biến khoảng cách ngôn ngữ biến động từ 0,048 đến 0,526. Giá trị này càng lớn thể hiện khoảng cách ngôn ngữ giữa Việt Nam và nước nhập khẩu càng lớn.

Khoảng cách tôn giáo (X_6)

Khoảng cách tôn giáo cũng dựa trên phân tích của Dow và Karunaratna (2006). Tôn giáo chính của một đất nước là bất kỳ tôn giáo nào được trên 20% dân số của quốc gia đó tín ngưỡng. Khoảng cách tôn giáo cũng được đo lường dựa trên 3 thước đo là khác biệt về tôn giáo chính, tác động của tôn giáo chính của Việt Nam lên quốc gia đối tác và tác động của tôn giáo chính của quốc gia đối tác lên Việt Nam. Giá trị của biến khoảng cách tôn giáo dao động từ -0,790 đến 1,528. Giá trị này càng lớn thể hiện khoảng cách tôn giáo giữa Việt Nam và nước nhập khẩu càng lớn.

Biên giới (X_7)

Biên giới của hai quốc gia cũng ảnh hưởng không nhỏ đến thương mại giữa hai nước (McCallum, 1995). Khi xuất khẩu sang quốc gia rất xa với Việt Nam thì tất nhiên chi phí sẽ rất cao, nên việc có cùng biên giới hay không cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động xuất khẩu. Dùng biến giả để đo lường ảnh hưởng của đường biên giới đến xuất khẩu của Việt Nam sang các nước. Nếu giá trị của biến bằng 1 thì đối tác thương mại này có cùng biên giới với Việt Nam, và nếu giá trị của biến bằng 0 thì đối tác thương mại này không cùng biên giới với Việt Nam.

Khu vực thương mại tự do (X_8)

Việc kí kết Hiệp định thương mại tự do với các nước gồm cả song phương và đa phương sẽ mang lại rất nhiều lợi ích cho nước ta. Điều này giúp phát triển thương mại quốc tế của Việt Nam với các nước do việc cắt giảm thuế quan, thủ tục xuất nhập khẩu và các biện pháp hạn chế mậu dịch khác. Từ đó, xuất khẩu hàng hóa giữa hai nước sẽ gia tăng. Để kiểm soát tác động của các liên kết khu vực FTA, biến giả sẽ được đưa vào mô hình. Biến giả sẽ nhận giá trị là 1 khi Việt Nam tham gia vào khu vực FTA với một quốc gia nhập khẩu và ngược lại thì biến giả nhận giá trị 0.

Tỷ giá (X_9)

Tỷ giá hối đoái là giá thị trường của một đồng tiền được tính bằng một đồng tiền khác, là giá cả của ngoại tệ trên thị trường. Sự biến động của tỷ giá hối đoái ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất nhập khẩu thông qua kênh giá cả. Khi tỷ giá hối đoái giảm, giá đồng nội tệ tăng, lượng ngoại tệ thu về từ xuất khẩu sẽ giảm xuống, doanh thu từ hoạt động xuất khẩu tính ra đồng nội tệ bị thu hẹp, từ đó gây

Bảng 1. Diễn giải các biến trong mô hình nghiên cứu

Ký hiệu	Diễn giải	Phương pháp đo lường	Kỳ vọng
X ₁	Khoảng cách văn hóa	Sử dụng 6 khía cạnh văn hóa của Hofstede và công thức của Kogut và Singh (1988) để tính khoảng cách văn hóa.	-
X ₂	Khoảng cách thể chế	Sử dụng 6 khía cạnh về thể chế trong nghiên cứu của Kaufmann và cộng sự (2006) và công thức của Kogut và Singh (1988) để tính khoảng cách thể chế.	-
X ₃	Khoảng cách kinh tế	Sử dụng dữ liệu của Ngân hàng thế giới.	+
X ₄	Khoảng cách địa lý	Lấy dữ liệu từ website http://www.timeanddate.com/worldclock/distance.html .	-
X ₅	Khoảng cách ngôn ngữ	Sử dụng dữ liệu trong nghiên cứu của Dow và Karunaratna (2006).	-
X ₆	Khoảng cách tôn giáo	Sử dụng dữ liệu trong nghiên cứu của Dow và Karunaratna (2006).	-
X ₇	Biên giới	Đo lường bởi biến giả, 1 là có cùng biên giới với Việt Nam, 0 là không cùng biên giới với Việt Nam.	+
X ₈	Khu vực thương mại tự do	Đo lường bởi biến giả, 1 là có tham gia vào FTA với Việt Nam, 0 là không có tham gia vào FTA với Việt Nam.	+
X ₉	Tỷ giá	Sử dụng dữ liệu từ Tổng cục Thống kê.	+
X ₁₀	Kinh nghiệm xuất khẩu	Sử dụng dữ liệu từ Tổng cục Thống kê.	+

Nguồn: Tác giả tổng hợp

giảm sút trong xuất khẩu. Vì thế, tỷ giá vẫn luôn là nhân tố quan trọng tác động trực tiếp đến thương mại. Tỷ giá được lấy dữ liệu từ Tổng cục thống kê để tiến hành phân tích là tốc độ tăng trưởng tỷ giá đô la Mỹ giai đoạn 2004 – 2013. Giá trị của biến dao động từ 0,18% đến 9,17%.

Kinh nghiệm xuất khẩu (X_{10})

Kinh nghiệm xuất khẩu của công ty và quốc gia sang một quốc gia khác làm gia tăng thương mại giữa hai nước. Kinh nghiệm xuất khẩu được đo lường dựa trên số năm xuất khẩu của Việt Nam sang từng thị trường (50 quốc gia và vùng lãnh thổ). Giá trị của biến dao động từ 10 đến 28 năm. Số năm càng lớn nói lên kinh nghiệm xuất khẩu của nước ta sang quốc gia đó càng cao.

2.2.3 Phương pháp ước lượng

Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính bằng phương pháp bình phương bé nhất (OLS) để ước lượng. Phương trình ước lượng được thể hiện như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \varepsilon$$

trong đó: Y là biến phụ thuộc; β_0 là hệ số chặn của mô hình (giá trị của Y khi tất cả giá trị X là 0); $\beta_{1 \rightarrow 4}$ là hệ số ước lượng của biến độc lập; $X_{1 \rightarrow 4}$ là giá trị của các biến độc lập; $\beta_{5 \rightarrow 10}$ lần lượt là hệ số ước lượng các biến kiểm soát; $X_{5 \rightarrow 10}$ lần lượt là giá trị của các biến kiểm soát; ε là sai số của mô hình hồi quy. Đặc điểm của các biến trong mô hình được tổng hợp trong Bảng 1.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Mô tả thống kê và ma trận tương quan

Bảng 2 cho biết tần số, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất và giá trị lớn nhất của các biến trong mô hình nghiên cứu sau khi đã lấy logarit các biến. Biến xuất khẩu có giá trị thay đổi từ 8,96 đến 16,99, biến khoảng cách kinh tế và khoảng cách địa lý lần lượt dao động từ 1,23 đến 11,50 và từ 6,77 đến 9,83.

Bảng 2. Kết quả thống kê mô tả của các biến trong mô hình nghiên cứu

Các biến	Tần số	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Xuất khẩu	480	12,80	1,66	8,96	16,99
Khoảng cách văn hóa	480	1,78	0,81	0,16	3,26
Khoảng cách thể chế	480	3,09	2,19	0,10	7,36
Khoảng cách kinh tế	480	9,29	1,85	1,23	11,50
Khoảng cách địa lý	480	8,79	0,72	6,77	9,83
Khoảng cách ngôn ngữ	480	0,51	0,09	0,05	0,53
Khoảng cách tôn giáo	480	0,96	0,46	-0,79	1,53
Biên giới	480	0,02	0,14	0,00	1,00
Khu vực thương mại tự do	480	0,24	0,43	0,00	1,00
Tỷ giá	480	3,22	3,48	0,18	9,17
Kinh nghiệm xuất khẩu	480	24,18	3,73	10,00	28,00

Nguồn: Kết quả xử lý từ Stata

Bảng 3 cho biết giá trị VIF (variance inflation factor) và hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Trước khi phân tích dữ liệu, nghiên cứu này thực hiện các kiểm định về các giả thuyết thống kê để xem dữ liệu có thỏa mãn với điều kiện giả thuyết. Sử dụng kiểm định White, kết quả cho biết rằng giá trị $P = 0,000 < 10\%$. Với giá trị này, chấp nhận giả thuyết H_1 : có hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong dữ liệu. Để khắc phục hiện tượng phương sai sai số thay đổi, nghiên cứu sử dụng phương pháp dùng sai số chuẩn điều chỉnh – White's heteroscedasticity corrected s.e hay robust s.e. Giá trị VIF của các biến trong bảng 3 đều dưới giá trị “ngưỡng” là 10,00 (Hair và các cộng sự, 2006) và tất cả các hệ số tương quan giữa

các cặp biến trong mô hình đều nhỏ hơn 0,80. Điều này hàm ý rằng, không có hiện tượng đa cộng tuyến khi xem xét tất cả các biến này đồng thời trong mô hình nghiên cứu. Các kết quả kiểm định cho biết kết quả ước lượng không bị chệch về mặt thống kê với 480 quan sát.

3.2. Thảo luận kết quả

Kết quả ước lượng bằng phương pháp OLS của các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam được trình bày trong Bảng 4.

Trong Bảng 4, Mô hình 1 chỉ xem xét tác động của các biến kiểm soát; mô hình 2, 3, 4, 5 xem xét tác động của các biến độc lập đến xuất khẩu của Việt Nam. Giá trị R^2 của các mô hình dao động từ 35,63% đến 37,65%. Giá trị P của các mô hình là 0,0000, có nghĩa các mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở mức 0,1%. Các biến kiểm soát trong các mô hình đều có ý nghĩa, riêng biến khoảng cách ngôn ngữ chỉ có ý nghĩa trong mô hình 5. Kết quả Mô hình 2 và 3 cho thấy khoảng cách văn hóa và khoảng cách thể chế đều không có ý nghĩa thống kê ($p > 0,1$). Điều này cho biết Giả thuyết 1 và 2 không được ủng hộ. Trong khi đó, Mô hình 4 và 5 cho thấy biến khoảng cách kinh tế và khoảng cách địa lý đều có ý nghĩa thống kê tại 1% ($p < 0,001$). Kết quả này ngụ ý rằng, Giả thuyết 3 và 4 được ủng hộ cả về mặt lý thuyết và thực tiễn.

Để xem xét rõ hơn tác động của yếu tố khoảng cách đến xuất khẩu của Việt Nam, nghiên cứu đưa vào ước lượng tất cả các biến trong cùng mô hình. Mô hình 6 có giá trị R^2 tăng lên đến 40,13%, điều này hàm ý mô hình được giải thích bởi biến độc lập ở Mô hình 6 tốt hơn khi kiểm soát các yếu tố khác trong cùng mô hình. Giá trị của P là 0,0000, nghĩa là mô hình có ý nghĩa thống kê ở mức 0,1%. Khoảng cách ngôn ngữ trong mô hình 6 có hệ số ước lượng 2,33 với mức ý nghĩa 1%. Kết quả thực tiễn không phù hợp với lý thuyết đã nêu ra trong Mục 2. Lý do giải thích cho sự không phù hợp này là hiện nay tiếng Anh là ngôn ngữ phổ biến nhất trên thế giới, trong đó có Việt Nam, đặc biệt trong kinh doanh quốc tế. Đối với biến khoảng cách khoảng cách tôn giáo trong Mô hình 6 có hệ số ước lượng và giá trị P lần lượt là -0,33 và $p < 0,05$ còn trong Mô hình 1 các giá trị này lần lượt là -0,68 và $p < 0,01$. Đối với các yếu tố kiểm soát khác, kết quả ước lượng không có sự thay đổi lớn về hệ số ước lượng của các biến và mức ý nghĩa thống kê.

Kết quả thực tiễn cho biết rằng, khoảng cách kinh tế có mối tương quan thuận và khoảng cách địa lý có mối tương quan nghịch chiều với xuất khẩu của Việt Nam.

Kết quả ước lượng ở Mô hình 6 cũng cho thấy rằng, khoảng cách văn hóa và khoảng cách thể chế giữa Việt Nam và các nước đối tác không có ý nghĩa về mặt thống kê ($\beta_1 = 0,07$, $p > 0,1$; $\beta_2 = -0,05$, $p > 0,1$). Vì thế, khoảng cách văn hóa và khoảng cách thể chế không có ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam (ít nhất về mặt thống kê). Có nhiều lý do được giải thích cho kết quả này. Thứ nhất, Håkanson và Dow (2012) cho rằng độ nhạy của thương mại đối với các yếu tố khoảng cách, (trong đó có khoảng cách văn hóa) đã giảm mạnh và tác động của khoảng cách địa lý vẫn không đổi. Thứ hai, kinh nghiệm xuất khẩu làm giảm ảnh hưởng của khoảng cách văn hóa và thể chế đến xuất khẩu. Do có nhiều năm nghiên cứu về phong tục, tập quán, văn hóa... của nước đối tác và khi càng có nhiều kinh nghiệm, sự thấu hiểu về văn hóa, thể chế và có các mối quan hệ mật thiết với chính phủ và các bên liên quan, các nhà quản lý sẽ biết cách giải quyết các thủ tục pháp lý cũng như những rào cản về văn hóa, thông tin bất đối xứng, từ đó có thể hạn chế hành nhiều chi phí phát sinh (Singh và Davidson, 2003). Thứ ba, xuất khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài luôn chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta. Do đó, đối với các doanh nghiệp này thì vấn đề văn hóa hay thể chế của một quốc gia không có nhiều ảnh hưởng đến xuất khẩu của họ vì các doanh nghiệp này rất am hiểu thị trường ở nhiều quốc gia.

Bảng 3. Mô tả thống kê và ma trận tương quan giữa các biến trong mô hình (n = 480)

Các biến	VIF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Xuất khẩu											
2. Khoảng cách văn hóa	2,41	-0,13***									
3. Khoảng cách thể chế	2,25	0,09**	0,43***								
4. Khoảng cách kinh tế	2,36	0,20***	0,44***	0,68***							
5. Khoảng cách địa lý	3,22	-0,42***	0,64***	0,16***	0,20***						
6. Khoảng cách ngôn ngữ	1,45	0,04	0,15***	-0,23***	-0,17***	0,25***					
7. Khoảng cách tôn giáo	1,60	-0,38***	0,01	-0,06	-0,13***	0,44***	0,04				
8. Biên giới	1,12	0,24***	-0,20***	-0,19***	-0,12***	-0,21***	0,03	-0,06			
9. Khu vực thương mại tự do	1,98	0,39***	-0,32***	-0,09**	-0,21***	-0,52***	0,11**	-0,35***	0,25***		
10. Tỷ giá	1,00	0,09**	-0,00	0,00	0,01	-0,00	0,00	-0,00	0,00	0,00	
11. Kinh nghiệm xuất khẩu	1,64	0,48***	-0,11**	0,27***	0,34***	-0,41***	-0,04	-0,32***	0,03	0,29***	0,00

Nguồn: Tổng hợp kết quả phân tích từ Stata

, ** và * lần lượt diễn giải giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5% và 1%*

4. KẾT LUẬN, HÀM Ý VÀ HẠN CHẾ CỦA BÀI VIẾT

Nghiên cứu dùng lý thuyết khoảng cách của Ghemawat (2001) và lý thuyết của Dow và Karunaratna (2006) để xem xét tác động của các yếu tố khoảng cách đến xuất khẩu của Việt Nam. Sử dụng dữ liệu từ Niên giám thống kê của Tổng cục thống kê về xuất khẩu của Việt Nam sang 50 quốc gia giai đoạn 2004 đến 2013 và sử dụng phương pháp ước lượng bình phương bé nhất để kiểm định các giả thuyết. Kết quả nghiên cứu cho thấy, xuất khẩu của Việt Nam có mối tương quan thuận chiều với khoảng cách kinh tế và có mối tương quan nghịch chiều với khoảng cách địa lý. Đối với khoảng cách văn hóa và khoảng cách thể chế thì không có ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam. Bởi do nước ta chủ yếu xuất khẩu sang các thị trường truyền thống và kinh nghiệm thực tế đã làm giảm tác động của hai yếu tố này đến xuất khẩu. Ngoài ra, bằng chứng thực tiễn của nghiên cứu còn cho thấy rằng, khoảng cách ngôn ngữ, tỷ giá hối đoái và kinh nghiệm xuất khẩu có mối tương quan thuận chiều với xuất khẩu. Trong khi đó, khoảng cách tôn giáo có mối tương quan nghịch với xuất khẩu. Nghiên cứu còn cho thấy các nước có cùng biên giới hay có kí hiệp định thương mại tự do với Việt Nam sẽ thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam sang quốc gia đó. Từ các kết quả trên, hàm ý của nghiên cứu là để tăng cường xuất khẩu sang thị trường nước ngoài, Việt Nam cần phát huy hình thức gia công xuất khẩu với lợi thế chi phí nhân công rẻ cho các nước phát triển và thu về nhiều lợi nhuận, nhất là gia công hàng hóa có giá trị cao. Ngoài ra, Việt Nam nên chọn xuất khẩu các mặt hàng hạn chế chi phí vận chuyển như các hàng có trọng lượng nặng, khoáng sản, các sản phẩm dễ hư hỏng và tăng cường xuất khẩu các sản phẩm đã chế biến hay đã tinh chế sâu với giá trị gia tăng cao.

Bảng 4. Kết quả ước lượng bằng phương pháp OLS của các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng xuất khẩu của Việt Nam

Các biến	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Mô hình 5	Mô hình 6
Hằng số	8,83(0,54)***	8,89(0,54)***	8,78(0,53)***	7,75(0,60)***	11,54(0,96)***	12,38(1,24)***
Biến độc lập						
Khoảng cách văn hóa		-0,03(0,08)				0,07(0,12)
Khoảng cách thể chế			0,03(0,03)			-0,05(0,04)
Khoảng cách kinh tế (log)				0,14(0,04)***		0,27(0,05)***
Khoảng cách địa lý (log)					-0,32(0,10)***	-0,64(0,14)***
Biến kiểm soát						
Khoảng cách ngôn ngữ	0,76(0,55)	0,81(0,55)	0,92(0,58)	0,98(0,61)	1,45(0,47)***	2,33(0,54)***
Khoảng cách tôn giáo	-	-	-	-	-0,57(0,12)***	-0,33(0,16)**
	0,68(0,10)***	0,69(0,10)***	0,68(0,10)***	0,50(0,12)***		
Biên giới	2,02(0,21)***	2,00(0,21)***	2,11(0,22)***	2,12(0,19)***	1,87(0,21)***	1,84(0,17)***
KV thương mại tự do	0,67(0,15)***	0,65(0,16)***	0,69(0,15)***	0,94(0,18)***	0,46(0,15)***	0,66(0,17)***
Tỷ giá (%)	0,04(0,02)**	0,04(0,02)**	0,04(0,02)**	0,04(0,02)**	0,04(0,02)**	0,04(0,02)**
Kinh nghiệm xuất khẩu	0,16(0,02)***	0,16(0,02)***	0,16(0,02)***	0,14(0,02)***	0,15(0,02)***	0,10(0,02)***
Số quan sát (N)	500	490	500	490	500	480
R²	0,3635	0,3563	0,3650	0,3765	0,3735	0,4013
Giá trị P	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Nguồn: Kết quả xử lý từ Stata

, ** và * lần lượt biểu diễn giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5% và 1%.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Berry, H., Guillén, M.F., and Zhou, N., (2010), An institutional approach to cross-national distance, *Journal of International Business Studies*, 41(9), 1460-1480.
2. Caves, R.E., (1996) “*Multinational enterprise and economic analysis*”, Cambridge University Press, New York.
3. Chen, N., 2004. Intra-national versus international trade in the European Union: Why do national borders matter? *Journal of International Economics*, 63(1), 93-118.
4. Delios, A., and Henisz, W., (2003), “Political hazards, experience, and sequential entry strategies: The international expansion of Japanese firms, 1980-1998”, *Strategic Management Journal*, 24(11), 1153-1164.
5. Dikova, D., (2009), Performance of foreign subsidiaries: Does psychic distance matter?, *International Business Review*, 18(1), 38-49.
6. Dow, D., and Karunaratna, A., (2006), Developing a multidimensional instrument to measure psychic distance stimuli, *Journal of International Business Studies*, 37(5), 578-602.
7. Ghemawat, P., (2001), Distance still matters: The hard reality of global expansion, *Harvard Business Review*, 79(8), 137-147.
8. Håkanson, L., and Ambos, B., (2010), The antecedents of psychic distance, *Journal of International Management*, 16(3), 195-210.
9. Håkanson, L., and Dow, D., (2012), Markets and networks in international trade: On the role of distances in globalization, *Management International Review*, 52(6), 761-789.
10. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and Tatham, R.L., (2006), *Multivariate Data Analysis* (6th edition). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
11. Hummels, D., (2007), Transportation costs and international trade in the second era of globalization, *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 131-154.
12. Kaufmann, D., Kraay, A., and Mastruzzi, M., (2006), *Governance matters V: Aggregate and individual governance indicators for 1996 –2005*. World Bank Policy Research Working Paper 4012, World Bank, Washington. DC.
13. Kogut, B., và Singh, H., 1988. The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19: 411-432.
14. Law, K., Helo, P., Kanchana, R., and Phusavat, K., (2009), Managing supply chains: Lessons learned and future challenges, *Industrial Management & Data Systems*, 109(8), 1137-1152.
15. Malhotra, S., Sivakumar, K., and Zhu, P., (2009), Distance factors and target market selection: the moderating effect of market potential, *International Marketing Review*, 26(6), 651-673.
16. McCallum, J., (1995), National borders matter: Canada-U.S. regional trade patterns, *The American Economic Review*, 85(3), 615-623.
17. Singh, M., và Davidson, W.N., (2003), Agency cost, ownership structure and corporate governance mechanisms, *Journal of Banking and Finance*, 27(5), 793-816.
18. Smith, M., Dowling, P.J., and Rose, E.L., (2011), Psychic distance revisited: A proposed conceptual framework and research agenda, *Journal of Management & Organization*, 17(1), 123-143.
19. Xu, D., and Shenkar, O., (2002), Institutional distance and the multinational enterprise, *Academy of Management Review*, 27(4), 608-618.

MỘT SỐ THỰC TRẠNG VÀ GỢI Ý GIẢI PHÁP CHO NGÀNH LÚA GẠO CỦA ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG THỜI HỘI NHẬP

Nguyễn Đức Lộc¹, Mai Quang Hợp^{2,*}

¹Trung tâm chính sách và chiến lược nông nghiệp nông thôn miền Nam;

Email: loc.nguyen@scap.gov.vn

²Trường Đại học Kinh tế - Luật – ĐHQG-HCM; Email: hopmq@uel.edu.vn

*Tác giả nhận phản hồi: hopmq@uel.edu.vn

TÓM TẮT

Dựa trên các lý thuyết về chuỗi giá trị và khung phân tích chuỗi giá trị của M4P, kết hợp kinh nghiệm của một số nước trong phát triển chuỗi cung ứng ngành lúa gạo như Ấn Độ, Thái Lan. Bài viết sử dụng một số phương pháp chủ yếu như phương pháp phân tích tổng hợp, so sánh, đánh giá, nhận định trong quá trình thực hiện nghiên cứu. Gạo Việt Nam chủ yếu xuất khẩu tại các thị trường có phân khúc trung và thấp với chất lượng và giá thấp dẫn đến giá trị kim ngạch xuất khẩu không tương xứng với tiềm năng. Thị trường tiêu dùng trong nước chưa được quan tâm đúng mức và đang gặp phải sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các nước như Thái Lan, Campuchia. Các mắt xích trong chuỗi giá trị ngành lúa gạo đang gặp nhiều vấn đề, đặc biệt là nông dân/tổ chức nông dân và doanh nghiệp/công ty xuất khẩu. Vai trò của chính phủ trong những chính sách định hướng, hỗ trợ ngành lúa gạo thời gian qua. Từ những phân tích, đánh giá, bài viết đưa ra những gợi ý cho việc đổi mới, hoàn thiện: chuỗi giá trị cũng như các thành phần, mắt xích trong chuỗi; vai trò của chính phủ thông qua các chính sách, chương trình để phát triển chuỗi giá trị ngành lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long một cách bền vững trong thời kỳ hội nhập.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, ĐBSCL, hội nhập, ngành lúa gạo.

SITUATIONS AND SOLUTIONS FOR RICE INDUSTRY IN THE MEKONG RIVER DELTA DURING THE INTEGRATION PERIOD

ABSTRACT

Based on the theory of value chain and value chain analysis frame of M4P, and the experience of some countries in developing rice industry supply chain such as India, Thailand. The article uses some of the methods primarily as general methods of analysis, comparison, reviews, identified in the process of doing research. Vietnam mainly exports rice to the medium market segment with low quality and low price. This reason lead to the value of export turnover is lower than the potential. Domestic market is not attended significantly and face intensive competition from countries such as Thailand, Cambodia. The links in the value chain of rice industry have many problems, especially between farmers/farmer organizations and business/export company. The role of the government give the policy for directing and supporting rice industry. From the analysis, reviews, articles give some hints for innovation, improvement: the value chain as well as the composition, links in the chain; the role of the Government through the policies, the program to develop the value chain of rice industry in the Mekong River Delta to assure a sustainable development in the integration period.

Keywords: Value chain, Mekong River Delta, integration, rice industry.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng với quốc tế theo cơ chế thị trường, xu hướng phát triển kinh tế hiện đại. Sau năm 1989 từ một nước thiếu lương thực luôn nhập khẩu gạo, với thay đổi tư duy phát triển Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, thời kỳ của sự phát triển theo chiều rộng, theo sản lượng và dựa vào quy mô đã thực sự không còn phù hợp, mức phát triển này đã dừng trăn. Bên cạnh đó, một số nước thường xuyên nhập khẩu gạo đang bắt đầu có những chiến lược chú trọng đến tự chủ về khả năng cung cấp lương thực thực phẩm tại nội địa. Việt Nam đang chịu sự cạnh tranh trực tiếp về thương hiệu, chất lượng gạo của nước láng giềng trong khối là Campuchia.

Tuy mới gia nhập thị trường xuất khẩu gạo nhưng Campuchia đang dần khẳng định được vị thế. Tại thị trường Việt Nam, gạo Campuchia cũng rất được ưu chuộng và tin dùng. Một nghịch lý là đất nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới, nhưng thị trường tiêu dùng trong nước lại chưa được quan tâm đúng mức.

Việc sử dụng khung phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vào nghiên cứu thực trạng ngành lúa gạo của Việt Nam nói chung và đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói riêng giúp các nhà hoạch định chính sách nắm được chi tiết, cụ thể về thực trạng sản xuất, tiêu thụ và xuất khẩu của ngành. Từ đó, thiết kế, xây dựng những chính sách, chương trình phù hợp nhằm khắc phục hạn chế và phát huy những điểm mạnh, đồng thời, nâng cao liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp/công ty góp phần phát triển bền vững chuỗi ngành hàng.

Việt Nam cần thay đổi tư duy, cách thức thực hiện xây dựng chuỗi giá trị của các mặt hàng nông sản chủ lực của mình, cụ thể là ngành lúa gạo. Xác định lại vai trò, vị thế của các thành phần trong chuỗi giá trị để tháo gỡ các nút thắt, những khó khăn vướng mắc từ chính sách đến khâu thực hiện để xây dựng được một chuỗi giá trị đúng chuẩn làm tăng các giá trị gia tăng ở tất cả các khâu từ sản xuất tới tiêu thụ, đặc biệt là dưới sức ép sự cạnh tranh trên chính thị trường nội địa cũng như thị trường xuất khẩu. Bài viết sẽ tổng quan những lý thuyết về chuỗi giá trị; thực trạng phát triển, xuất khẩu ngành lúa gạo; vị thế các mắt xích trong chuỗi giá trị lúa gạo Việt Nam hiện nay; Tổng quan kinh nghiệm phát triển chuỗi cung ứng lúa gạo của Ấn Độ, Thái Lan. Bên cạnh đó, tác giả tham khảo các công trình nghiên cứu, dự án của các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực phát triển nông nghiệp, nông thôn đặc biệt là ngành lúa gạo để từ đó, đưa ra một số góp ý trong việc xây dựng chính sách đồng bộ cho sự phát triển ngành lúa gạo Việt Nam thời kỳ hội nhập.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ THỰC TIỄN KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC

2.1 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích cấu trúc – hành vi – kết quả áp dụng vào thị trường lúa gạo sẽ giúp nhà hoạch định, chính sách có cái nhìn tổng quan về đặc điểm của các thành phần trong cấu trúc; mức độ hoạt động, sự vận hành và mối tương tác giữa các thành phần trong cấu trúc dẫn đến kết quả của thị trường lúa gạo. Bài viết dựa trên khung phân tích chuỗi giá trị của M4P. Kết hợp kinh nghiệm của một số nước trong phát triển chuỗi cung ứng ngành lúa gạo như Ấn Độ, Thái Lan. Bên cạnh đó, bài viết còn sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp và đánh giá trong quá trình nghiên cứu. Nguồn dữ liệu: Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp từ các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, tổng cục thống kê Việt Nam. Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu tập trung tìm hiểu, phân tích và đánh giá tình hình sản xuất, tiêu thụ và xuất khẩu của Việt Nam và ĐBSCL.

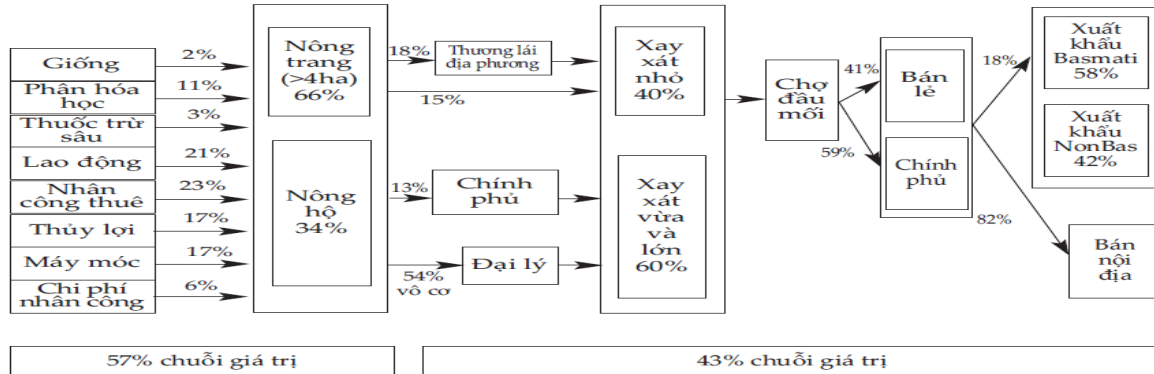
Phương pháp tiếp cận dựa trên khung phân tích chuỗi giá trị M4P đang được sử dụng nhiều trong các nghiên cứu đặc biệt là các nghiên cứu về chuỗi giá trị ở các nước nghèo, đang phát triển. M4P dựa trên ý tưởng của Kaplinsky và Morris có tính bao quát hơn và toàn diện hơn. Mặc khác khung phân tích chuỗi giá trị của M4P được xây dựng riêng cho ba nước khu vực Đông Dương, có những điểm phù hợp nhất định với điều kiện của Việt Nam hơn so với các phương pháp khác (M4P, 2008). Theo M4P, khi nghiên cứu một chuỗi giá trị, cần tiến hành nghiên cứu ở bốn khía cạnh và 8 công cụ phân tích. Bốn khía cạnh gồm có: i) Lập sơ đồ một cách hệ thống các bên tham gia; ii) Xác định sự phân phối lợi ích giữa những tác nhân tham gia; iii) Phân tích vai trò của quản lý; iv) Nghiên cứu vai trò nâng cấp bên trong chuỗi.

Tám công cụ phân tích của M4P bao gồm: lựa chọn các chuỗi giá trị ưu tiên để phân tích; lập sơ đồ chuỗi giá trị; phân tích chi phí và lợi nhuận; nâng cấp thị trường, kiến thức, kỹ năng, công nghệ, và dịch vụ hỗ trợ; phân tích phân phối thu nhập trong chuỗi giá trị; phân tích việc làm trong chuỗi giá trị; phân tích quản trị và các dịch vụ và cuối cùng là sự liên kết (M4P, 2008).

Nói chung, chuỗi giá trị hay chuỗi cung ứng nhằm phác họa lên một chuỗi các hoạt động có liên kết chặt chẽ, có tác động qua lại với nhau, làm tăng giá trị ở từng mắt xích trong suốt quá trình từ nhà cung ứng nguyên vật liệu, nhà sản xuất, nhà phân phối và người tiêu dùng cuối cùng. Việc thực hiện một cách bài bản, chính xác bốn kỹ thuật trong việc phân tích chuỗi sẽ giúp tìm ra những nút thắt, những khó khăn cản trở sự hoạt động của các mắt xích. Từ đó, nhà phân tích có thể đưa ra những gợi ý, giải pháp cụ thể cho việc tháo gỡ những hạn chế, yếu kém đang gặp phải trong chuỗi.

2.2 Tổng quan về phân tích chuỗi cung ứng lúa gạo tại một số nước trên thế giới

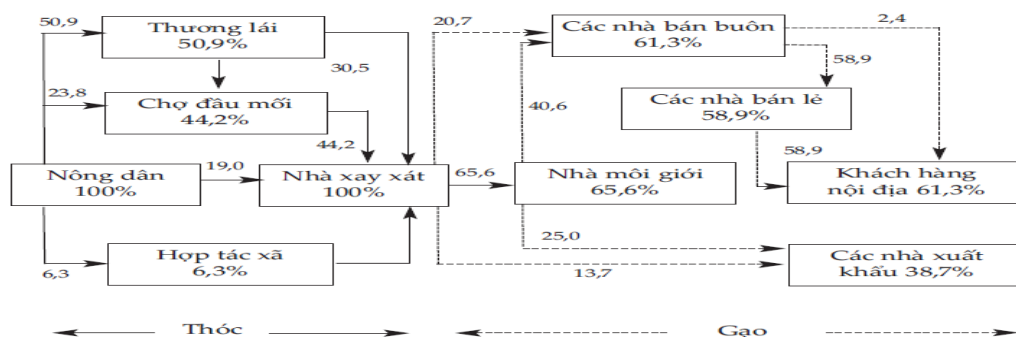
Nhóm các nước thường xuyên đứng đầu thế giới về xuất khẩu gạo và có thương hiệu uy tín, chất lượng phải kể đến Ấn Độ và Thái Lan. Chính vì điều này, tác giả muốn tìm hiểu đặc điểm, ưu điểm nổi bật của các chuỗi cung ứng đó để có thể rút ra một số kinh nghiệm cho chuỗi giá trị ngành hàng lúa gạo của Việt Nam và của ĐBSCL.



Hình 1: Chuỗi cung ứng lúa gạo của Ấn Độ năm 2004

Nguồn: Reardon, Chen, Minten và Adriano, 2015

Tại Ấn Độ, trong chuỗi cung ứng ngành lúa gạo, mắt xích nông dân gồm có nông trang (có diện tích hơn 4ha) chiếm tới 66% và nông hộ có diện tích nhỏ hơn chiếm 34%. Điều này cho thấy mức độ tích tụ đất tại Ấn Độ trong nông dân là hết sức ấn tượng. Sản phẩm lúa từ nông dân tới nhà máy xay xát qua khá nhiều kênh: chính phủ, đại lý và thương lái địa phương. Ở đây vai trò của thương lái không quá lớn chỉ khoảng 18% khi thu mua ở các nông trang, như vậy mức giá thu mua cũng tốt hơn. Do vị thế, các nông trang có thể chủ động trong việc thương thảo giá cả. Chính phủ đóng vai trò hỗ trợ trực tiếp ở các khâu từ sản xuất lẫn giao dịch trên thị trường, gần như không can thiệp thị trường thông qua việc ra chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp để đưa sản phẩm ra thị trường nội địa cũng như xuất khẩu. Cũng trong chuỗi này, có thể thấy Ấn Độ sản xuất lúa gạo hữu cơ là chủ yếu và họ xuất khẩu gạo chất lượng cao có tỷ trọng lớn hơn gạo tầm trung và thấp, xuất khẩu 58% là gạo Basmati (gạo thơm và có chất lượng cao); 42% là gạo NonBasmati (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015). Bên cạnh đó, việc sử dụng chi phí đầu vào liên quan đến phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật cũng được sử dụng một cách rất hạn chế (phân bón hóa học 11%, thuốc bảo vệ thực vật chiếm 3%).



Hình 2: Chuỗi cung ứng của lúa gạo Thái Lan năm 1997

Nguồn: Jacques - chai, 2004

Tại Thái Lan, các mắt xích trong chuỗi cũng không có quá nhiều sự khác biệt so với Ấn Độ. Tuy nhiên, nó có sự khác biệt quan trọng đó là hợp tác xã trong chuỗi cung ứng của Thái Lan đóng vai trò trung gian giữa nông dân và các cơ sở sản xuất chứ không tham gia vào hoạt động sản xuất trực tiếp. Thêm vào đó vị thế của các cơ sở xay xát đóng một vai trò hết sức quan trọng, thực hiện đúng chức năng trung gian từ sản xuất tới tiêu thụ, có sự liên kết trực tiếp giữa nông dân với các cơ sở xay xát

(19% sản lượng được đưa đến cơ sở xay xát). Như vậy sẽ làm tăng lợi ích của nông dân và giảm tổn thất trong quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển tăng lợi ích cho tổng chuỗi.

3. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT, XUẤT KHẨU VÀ CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH LÚA GẠO ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

3.1 Thực trạng sản xuất, xuất khẩu ngành lúa gạo tại đồng bằng sông Cửu Long

3.1.1 Tình hình sản xuất ngành lúa gạo Việt Nam và đồng bằng sông Cửu Long

Từ năm 1989, Việt Nam trở thành nước xuất khẩu gạo, đây được coi là một bước ngoặt “thần kỳ” đối với nền kinh tế Việt Nam. Qua nhiều thập niên, Việt Nam tiếp tục giữ vững vị trí xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới, điều này có được chủ yếu nhờ việc tăng diện tích canh tác, sản xuất thâm canh tăng vụ. Tuy giai đoạn 1990-2015 diện tích đất canh tác tăng không đáng kể nhưng sản lượng lúa có xu hướng tăng cao 19,20 triệu tấn năm 1990 lên khoảng 45,22 triệu tấn (tương đương khoảng 26,02 triệu tấn gạo), năm 2015, với mức tăng bình quân khoảng 3,7%/năm.

Bảng 1: Diện tích và sản lượng lúa gạo của Việt Nam giai đoạn 1990-2015

	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Sơ bộ 2015
Diện tích (nghìn ha)	6000	7666,3	7492,7	7504,3	7452,2	7445,3	7329,2	7324,8	7207,4	7400,2	7437,2	7489,4	7655,4	7761,2	7902,5	7816,2	7834,9
Sản lượng (nghìn tấn)	19200	32529,5	32108,4	34447,2	34568,8	36148,9	35832,9	35849,5	35942,7	38729,8	38950,2	40005,6	42398,5	43737,8	44039,1	44974,6	45215,6
Năng suất (tạ/ha)	32	42,4	42,9	45,9	46,4	48,6	48,9	48,9	49,9	52,3	52,4	53,4	55,4	56,4	55,7	57,5	58,5

Nguồn: Tổng hợp từ TCTK, niên giám thống kê

Năng suất lúa trung bình tăng từ 2,17 tấn/ha năm 1980 lên khoảng 5,85 tấn/ha năm 2015. Về lượng thì mức năng suất này cao hơn nhiều so với các nước xuất khẩu gạo khác như Thái Lan, Ấn Độ và Pakistan (Nguyễn Văn Bộ, 2016).

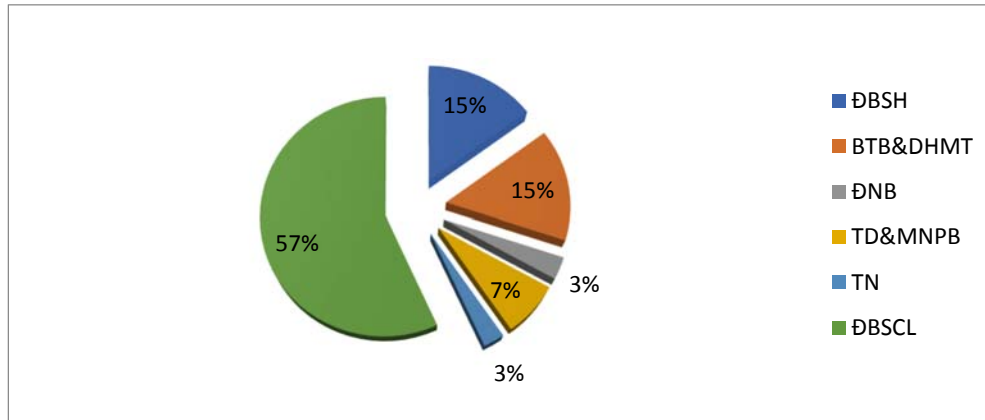
Việt Nam có thể sản xuất 3 vụ trong năm, và lúa được gieo trồng ở hầu hết các tỉnh trên cả nước. Vụ Đông Xuân là vụ chính có quy mô lớn nhất, năm 2015, diện tích 3112,4 nghìn ha chiếm khoảng 40% tổng diện tích của cả nước; sản lượng 20.691,7 nghìn tấn chiếm khoảng 46% tổng sản lượng (TCTK, 2015). Vụ Hè Thu có quy mô lớn thứ hai, năm 2015, chiếm 36% diện tích và 33% sản lượng (TCTK, 2015) nhưng do thu hoạch vào giữa mùa mưa và do công nghệ sau thu hoạch còn kém nên chất lượng lúa thấp nhất trong năm. Vụ mùa có chất lượng lúa tốt tương đương vụ Đông Xuân, nhưng có quy mô nhỏ nhất, năm 2015 chiếm 24% diện tích, 21% sản lượng (TCTK, 2015).

Theo nghiên cứu của S.Mohanty (2014) liên quan đến chi phí sản xuất lúa gạo ở một số quốc gia có thể mạnh về xuất khẩu gạo, có thể thấy tổng chi phí sản xuất lúa gạo ở Việt Nam (910 USD/ha/vụ) thấp hơn nhiều so với các nước Trung Quốc (1621 USD/ha/vụ), Thái Lan (1136 USD/ha/vụ) và Philipines (1588 USD/ha/vụ) và chỉ cao hơn so với Ấn Độ (689 USD/ha/vụ). Đặc biệt trong đó, chi phí lao động có ảnh hưởng lớn tới hiệu quả của quá trình sản xuất, có chi phí thấp nhất so với các quốc gia khác. Tuy nhiên, chi phí đầu vào của quá trình sản xuất tại Việt Nam như phân bón vô cơ, thuốc bảo vệ thực vật thuộc nước có chi phí cao nhất, nhưng lợi nhuận thu được sau quá trình sản xuất, tiêu thụ và xuất khẩu lại thấp nhất so với các nước trong nhóm nghiên cứu.

Năm 2015, Việt Nam đứng thứ ba thế giới sau Ấn Độ, Thái Lan về xuất khẩu gạo. Vấn đề cần lưu ý đó là lượng tiêu thụ trong nước khoảng 21.900 tấn¹⁵ chiếm khoảng 78% sản lượng được sản xuất cao hơn lượng tiêu thụ của nước xuất khẩu gạo thứ hai thế giới là Thái Lan.

¹⁵ Tiêu thụ và xuất khẩu gạo nước ta 3 tháng đầu năm 2016 và dự báo niên vụ 2016/17 theo link <http://www.vietrade.gov.vn/go/5725-tieu-thu-va-xuat-khau-gao-nuoc-ta-3-thang-dau-nam-2016-va-du-bao-nien-vu-201617.html> cập nhật ngày 25/10/2016

ĐBSCL là một trong hai vựa lúa chính của cả nước phục vụ cho thị trường tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Trong hơn hai thập kỷ qua, ĐBSCL có vai trò hết sức quan trọng trong việc đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, cân bằng thị trường và ổn định cán cân xuất nhập khẩu lúa gạo.



Nguồn: TCTK, 2015

Biểu đồ 1: Tỷ trọng sản xuất lúa phân theo vùng năm 2015

Diện tích trồng và sản lượng lúa của ĐBSCL luôn chiếm hơn 50% so với cả nước và cao hơn gấp 3 lần so với vựa lúa chính thứ hai là đồng bằng sông Hồng và so với bắc trung bộ và duyên hải miền trung.

Bảng 2: So sánh một số chỉ tiêu của vùng ĐBSCL với cả nước

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	Sơ bộ 2015
Diện tích lúa (Nghìn ha, %)								
ĐBSCL	3945,8	3826,3	3945,9	4093,9	4184,0	4337,9	4249,5	4308,5
ĐBSCL so với cả nước	51,47	52,21	52,69	53,48	53,91	54,91	54,37	55,12
ĐBSCL so với ĐBSH	325,40	322,60	343,09	357,70	353,43	383,65	378,51	388,01
ĐBSCL so với BTB và DHMT	353,09	334,32	325,01	333,16	361,53	352,62	348,18	346,40
Sản lượng lúa (Nghìn tấn, %)								
ĐBSCL	16702,7	19298,5	21595,6	23269,5	24320	24993	25245,6	25699,7
ĐBSCL so với cả nước	51,35	53,86	53,98	54,88	55,60	56,70	56,13	56,84
ĐBSCL so với ĐBSH	253,59	301,61	317,33	334,05	353,48	378,64	373,467	381,61
ĐBSCL so với BTB và DHMT	370,71	361,23	351,03	356,07	361,88	373,14	358,91	374,60

Nguồn: Tổng hợp từ TCTK, niên giám thống kê

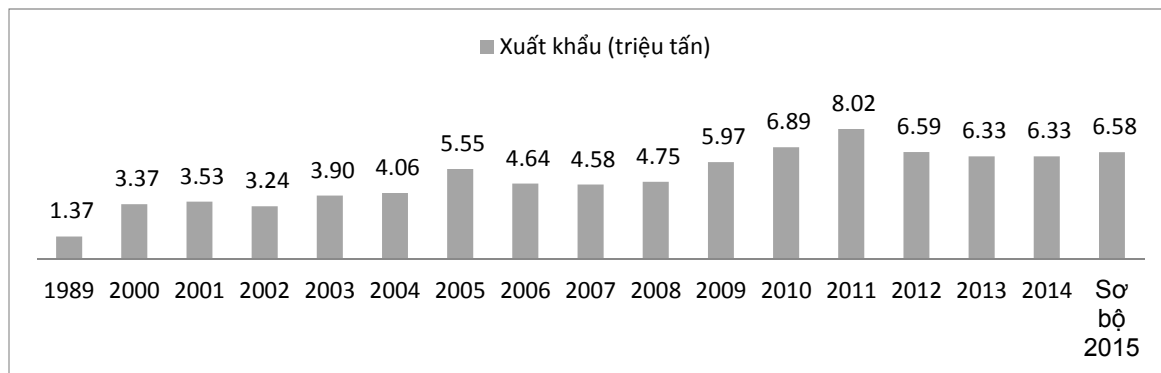
Tuy diện tích đất trồng lúa có xu hướng giảm một phần do quá trình đô thị hóa, công nghiệp, và giảm do diện tích đất bị xói mòn, cằn cỗi, bạc màu mất chất dinh dưỡng không có khả năng trồng lúa, nhưng sản lượng vẫn có xu hướng tăng do công tác sản xuất thâm canh tăng vụ được triển khai triệt

đề. Diện tích đất trồng 1 vụ/năm giảm mạnh, tăng diện tích trồng 2 và 3 vụ vì vậy, tổng diện tích đất có xu hướng giảm nhưng tổng diện tích gieo trồng lại tăng đáng kể từ 2.926.800 m² năm 1980 lên 4.044.792 vào năm 2010 (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015).

3.1.2 Tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam và đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian qua

Theo Nguyễn Văn Sơn (2013) tham gia vào thị trường gạo thế giới có thể phân chia thành 3 nhóm quốc gia chính sau đây: nhóm 1 là các nước thừa gạo và thường xuyên xuất khẩu như Thái Lan, Việt Nam, Myanmar, Campuchia, Pakistan, Hòa Kỳ...; nhóm thứ 2 là các nước thiếu gạo và thường xuyên nhập khẩu gạo như Indonesia, Philippines, Malaysia, Iran, Iraq, Saudi Arabia, các nước Châu Phi, một số nước EU... Và nhóm thứ 3 là Ấn Độ và Trung Quốc. Nhóm thứ 3 là nhóm có khả năng chi phối cán cân xuất nhập khẩu của các nước xuất khẩu và các nước nhập khẩu vì nó chiếm khoảng 50% sản lượng sản xuất, tiêu thụ và dự trữ gạo thế giới. Hai quốc gia này có thể tự ổn định cầu lương thực trong nước và thường xuyên có lượng xuất khẩu như Ấn Độ vào những năm gần đây.

Ngành lúa gạo Việt Nam đã đạt được những thành tựu hết sức ấn tượng kể từ năm 1989, chúng ta đã xuất khẩu hơn một tấn triệu gạo đầu tiên sau nhiều thập niên thiếu lương thực trầm trọng. Từ năm 1989 đến năm 2015, khối lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng từ 1,37 triệu tấn lên khoảng 6,58 triệu tấn. Tuy có sự biến động trong suốt cả giai đoạn nhưng khối lượng xuất khẩu gạo vẫn giữ được vị trí quan trọng trong thị trường tiêu thụ của thế giới. Trong xu thế hội nhập ngày càng sâu rộng, có sự giao thương hợp tác với nhiều quốc gia, khu vực kinh tế, gạo Việt Nam đã thâm nhập và tăng được khối lượng xuất khẩu vào một số thị trường cao cấp như Hồng Kông, Singapore, Úc, Nhật Bản (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015). Trong đó ĐBSCL luôn giữ được vị trí quan trọng của mình trong việc xuất khẩu. Năm 2015, ĐBSCL xuất 6,2 triệu tấn với kim ngạch khoảng 2,7 tỷ USD (chiếm khoảng 94% sản lượng xuất khẩu của cả nước và khoảng 96% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu).



Nguồn: Tổng hợp từ TCTK, niên giám thống kê

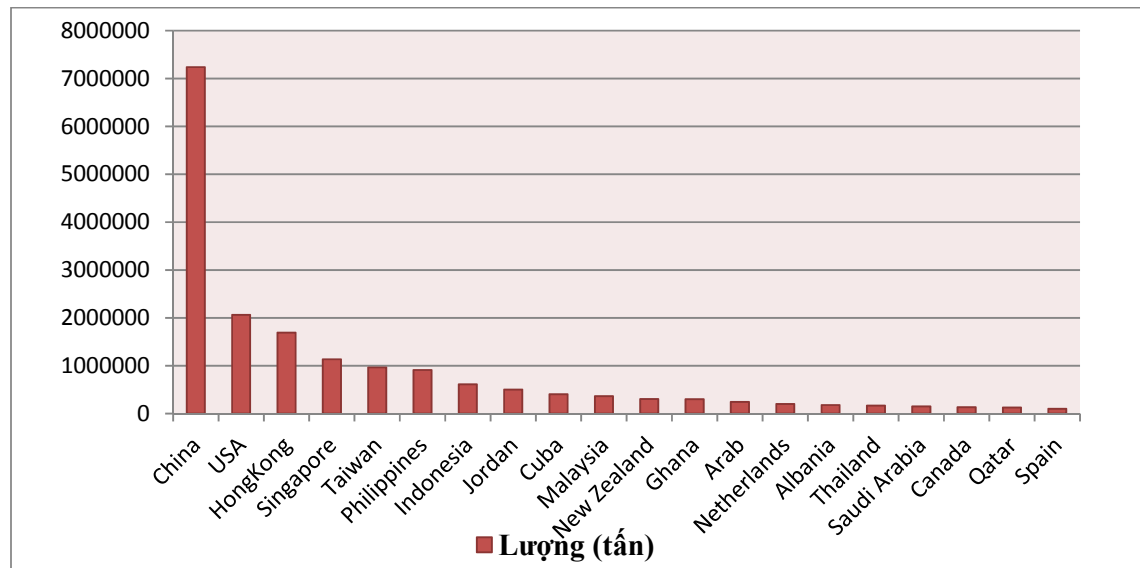
Biểu đồ 2: Sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 1989-2015

Gần 30 năm tham gia thị trường xuất khẩu gạo, nhưng lúa gạo Việt Nam chỉ có mặt khoảng 20 nước và chủ yếu là các nước châu Á và châu Phi (các nước có thu nhập trung bình và thấp) với sản lượng nhiều nhưng giá trị mang lại chưa cao.

Trong khi đó, Campuchia dù mới gia nhập thị trường xuất khẩu gạo khoảng 5 năm nhưng lại có những thương hiệu gạo uy tín và được tin dùng trên thế giới, thị trường xuất khẩu của gạo Campuchia đã có mặt tại khoảng 53 thị trường trong đó có cả những thị trường hết sức khó tính như EU và Mỹ¹⁶. Việt Nam mới bắt đầu chú trọng việc xuất khẩu gạo có chất lượng, gạo thơm trong những năm gần đây, đến năm 2013 tỷ lệ gạo thơm trong giỏ xuất khẩu gạo tăng lên khoảng 13,5% (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015). Ngoài con đường xuất khẩu chính thức thì con đường tiểu ngạch cũng tồn tại một thời gian dài, đặc biệt là sang thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, năm 2014 Trung Quốc đã cấm hình thức nhập khẩu này để giảm thiểu tổn thất từ các doanh nghiệp nhập khẩu trốn thuế (Nguyễn Đức

¹⁶ Nguyễn Văn Bộ (2016), Việt Nam thua Campuchia về thị trường xuất khẩu theo link <http://www.tienphong.vn/kinh-te/viet-nam-thua-campuchia-ve-thi-truong-xuat-khau-gao-1037511.tpo> cập nhật ngày 20/9/2016

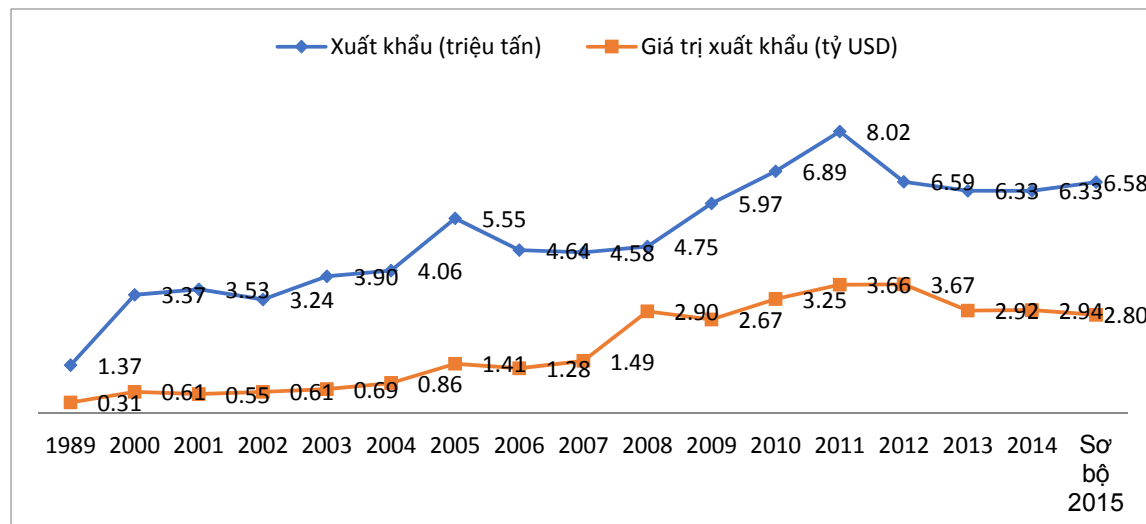
Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015). Việc làm này, có tác động tích cực tới cầu lúa gạo Việt Nam góp phần tăng sản lượng xuất khẩu từ đó tăng giá trị kim ngạch của mặt hàng này. Tuy nhiên, việc phụ thuộc vào sản lượng nhập khẩu của nước thuộc nhóm 3 như đã nêu ở trên, là hết sức bất bình và chứa đựng nhiều rủi ro.



Nguồn: Agroinfo, 2016

Hình 3: Các thị trường xuất khẩu gạo chính của Việt Nam trong năm 2015

Nguồn thu ngân sách từ kim ngạch xuất khẩu lúa gạo: tuy có những thay đổi giá trị xuất khẩu qua các năm do những tác động trong giao dịch của thị trường thế giới, cũng như các tác động của biến đổi khí hậu nhưng xét trong cả giai đoạn 1989 -2015 thì giá trị kim ngạch xuất khẩu gạo vẫn tăng khá cao.



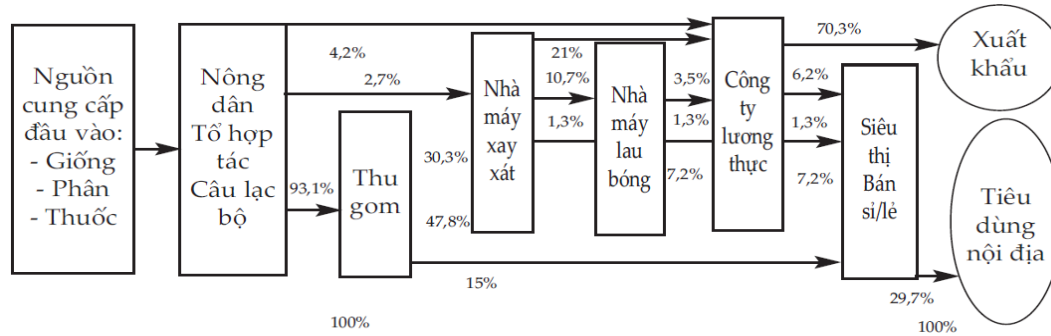
Nguồn: Tổng hợp từ TCTK, niên giám thống kê

Biểu đồ 3: Giá trị xuất khẩu giai đoạn 1989-2015

Cụ thể từ 0,31 tỷ USD năm 1989 lên khoảng 2,8 tỷ USD vào năm 2015 tăng khoảng 2,49 tỷ USD. Việc này cho thấy được vị thế nhất định của lúa gạo trong tổng kim ngạch xuất khẩu cũng như tổng nguồn thu ngân sách của Việt Nam.

3.2 Phân tích một số nội dung trong chuỗi giá trị lúa gạo của đồng bằng sông Cửu Long

Qua nghiên cứu về chuỗi giá trị ngành hàng lúa gạo, tác giả đưa ra một số nhận định về chuỗi giá trị lúa gạo của Việt Nam nói chung và của ĐBSCL nói riêng.



Nguồn: Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2011

Hình 4: Chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL năm 2010

Nông dân

Lực lượng tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất là nông dân dưới nhiều dạng: tự sản xuất, tổ hợp tác, câu lạc bộ hay hợp tác xã. Đây là lực lượng quan trọng, có tác động trực tiếp tới chất lượng của sản phẩm. Tuy nhiên, quy mô sản xuất chủ yếu của nông dân tại ĐBSCL là nhỏ (<2ha, 86%) và quy mô lớn chỉ chiếm 14% (>2ha) (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015). Có thể chia hình thức hoạt động sản xuất của nông dân thành hai loại cơ bản:

Có liên kết với các doanh nghiệp: Nông dân tham gia ký kết với doanh nghiệp trong việc tích tụ ruộng đất hình thành các cánh đồng mẫu lớn, người nông dân sẽ phải sử dụng nguồn cung cấp đầu vào như giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật theo yêu cầu của doanh nghiệp và được bao tiêu sản phẩm đầu ra. Người nông dân phải tuân thủ các quy định khi tham gia ký kết, nếu phá vỡ hợp đồng hay vi phạm quy định sẽ khó quay trở lại chuỗi giá trị liên kết này. Ở thời điểm hiện tại thì mô hình cánh đồng mẫu lớn đang là mô hình thành công nhất và người nông dân được hưởng nhiều lợi ích hơn khi tham gia vào mô hình này (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015).

Không tham gia liên kết doanh nghiệp: Nông dân tự sản xuất tự lựa chọn nguồn cung cấp đầu vào cũng như đầu ra. Họ thường làm theo định hướng của các tổ khuyến nông tại các địa phương tuy nhiên thời lượng, số lần hướng dẫn còn ít, và cán bộ khuyến nông còn hạn chế. Do vậy, đa phần nông dân tự làm theo cách của mình từ kinh nghiệm sản xuất trong thực tế điều này chứa đựng nhiều rủi ro cho khâu sản xuất, đặc biệt trong sự bất đối xứng thông tin nguồn cung đầu vào cũng như những biến đổi bất thường của khí hậu, thời tiết. Thiếu các định hướng về sản xuất đến bao tiêu đầu ra, người nông dân vẫn tiếp tục tập trung vào các giống cây trồng có chất lượng trung và thấp, làm mọi cách để tăng năng suất tăng sản lượng như phân bón vô cơ, thuốc bảo vệ thực vật, tăng vụ trồng trong năm. Người nông dân thường bị động và đôi khi là phụ thuộc vào các nguồn tài chính để sản xuất, bị ép giá khi tiêu thụ sản phẩm... gặp nhiều rủi ro khi tham gia sản xuất, lợi ích mang lại từ cây lúa không cao, đôi khi dẫn đến thua lỗ. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến người nông dân không mặn mà với nghề trồng lúa và chuyển sang các lĩnh vực khác. Nông dân tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất và chịu ảnh hưởng trực tiếp của giá cả thị trường, tuy nhiên họ gần như không có bất cứ sự can thiệp vào việc định giá cả và sản phẩm của họ gần như không bán trực tiếp đến được các cơ sở nhà máy xay xát, công ty lương thực mà thường bán lúa tươi cho các thương lái thông qua “cò lúa”: 93,1% sản lượng lúa được bán cho thương lái, 2,7% bán cho các cơ sở xay xát và 4,2% bán cho các công ty lương thực (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015).

Thương lái

Thương lái tại ĐBSCL đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị lúa gạo do điều kiện sản xuất phân tán, nhỏ lẻ và giao thông kém phát triển. Họ có mặt ở hầu hết các giao dịch trong chuỗi, kết nối từ người sản xuất đến nhà xuất khẩu.

Theo Đào Thế Anh và *ctv* (2013) hầu hết các thương lái đều sở hữu 1 ghe/thuyền để tham gia giao dịch, trọng tải bình quân của các ghe thuyền này là khoảng 25,93 tấn với giá trị bình quân của ghe 173.000 nghìn đồng. Khối lượng lúa mua bình quân khoảng 113 tấn/tháng tuy nhiên số hộ là đại diện cho 1 tổ chức hay doanh nghiệp chỉ chiếm khoảng 8,3% và tỷ lệ các thương lái có sở hữu nhà kho, gian hàng chỉ khoảng 0,02% như vậy các thương lái chủ yếu hoạt động độc lập, tự phát và họ xuất thân từ nhiều tầng lớp, lĩnh vực khác nhau và họ thường có xu hướng là lực lượng trung gian để hưởng lợi ích chênh lệch, không tích trữ đầu cơ. Độ phủ của lực lượng thương lái tương đối rộng, họ có thể di chuyển tự do trong vùng vì thế việc quản lý chính xác số lượng thương lái ở các địa phương cũng gặp không ít khó khăn. Thương lái thu gom lúa của nông dân, sau đó tiến hành bán cho các cơ sở nhà máy xay xát khoảng 30,3% sản lượng, 47% sản lượng cho các công ty lương thực còn lại khoảng 15% thì thuê các cơ sở này xay xát sau đó bán trực tiếp cho các siêu thị, đại lý si/lẻ trên thị trường nội địa. Với kinh nghiệm kinh doanh trung bình khoảng 10 năm, các thương lái thường chủ động nguồn tài chính. Vì khi mua lúa của nông dân thì họ phải trả tiền ngay và khi bán cho các cơ sở xay xát/lau bóng, công ty lương thực thì cần có độ trễ ít ngày mới nhận được tiền. Thêm vào đó, họ cũng thường cho nông dân ứng trước để trang trải chi phí đầu vào, đặt cọc khi mua lúa... Tuy là lực lượng trung gian và tìm kiếm lợi nhuận từ hưởng chênh lệch nhưng họ cũng có những rủi ro nhất định khi thực hiện việc giao dịch với nông dân trong việc tạm ứng hay đặt cọc. Rủi ro giao dịch khi giá lúa lên xuống từ các cơ sở xay xát/lau bóng, công ty lương thực. Vì tuy là lực lượng quan trọng trong chuỗi nhưng cũng như nông dân đây là lực lượng không thể can thiệp vào giá cả của thị trường.

Nhà máy xay xát

Các nhà máy xay xát trong chuỗi giá trị vừa thực hiện chức năng gia công xay xát thuê, vừa trực tiếp cung ứng gạo cho tiêu thụ nội địa và các công ty lương thực để xuất khẩu. Rất ít các cơ sở mua lúa trực tiếp từ nông dân chỉ khoảng 2,7%. Lực lượng tư nhân ngày càng có vai trò quan trọng trong khâu xay xát và lau bóng chiếm 95% số lượng các cơ sở xay xát bao gồm cả nhà máy nhỏ, trung bình và lớn (Đào Thế Anh và *ctv*, 2013). Các nhà máy lớn đang được chú trọng mở rộng quy mô đây cũng là xu thế chung của nhiều nước sản xuất gạo trên thế giới. Và các nhà máy được bố trí gần nơi sản xuất và dọc theo các đường thủy để thuận tiện cho việc vận chuyển lúa gạo. Các cơ sở này thường hoạt động liên tục trong cả năm tuy nhiên thường vụ Đông Xuân là thời điểm các nhà máy hoạt động với công suất cao nhất và ít hoạt động vào các tháng 10, 11, 12 của năm (Đào Thế Anh và *ctv*, 2013). Lợi nhuận của các cơ sở này thường khá ổn định và không phụ thuộc nhiều vào những biến động của giá cả trên thị trường lúa gạo. Theo Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh (2015) thì mức phí xay xát lúa khoảng 180-200.000 VND/tấn đối với gạo thường và khoảng 200-230.000 VND/tấn đối với gạo chất lượng cao, yêu cầu tỷ lệ tấm thấp. Với lợi nhuận ổn định thì các nhà máy này cũng có vai trò nhất định trong việc đảm bảo nguồn tài chính của chuỗi đặc biệt là sự liên kết lợi ích với các thương lái, điều này dễ hiểu vì mối quan hệ về giao dịch mua bán lúa giữa hai mắt xích này.

Nhà xuất khẩu

Về tình hình hoạt động chung của các doanh nghiệp xuất khẩu

Với nhiều rào cản của quá trình gia nhập ngành cụ thể sau khi chính phủ ban hành nghị định 109/2010/NĐ-CP, rồi mức độ tập trung thị trường cao chủ yếu ở một số doanh nghiệp, công ty lớn như Vinafood 2, Vinafood 1... thì số lượng doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này không nhiều, khoảng 100 doanh nghiệp. Theo Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh (2015), thị phần xuất khẩu gạo tập trung chủ yếu vào Vinafood 2 (34,37%) và Vinafood 1 (6,34%) và các doanh nghiệp nhà nước ở cấp địa phương. Chỉ còn lại khoảng 43,07% thị phần là các công ty, doanh nghiệp ngoài nhà nước, tư nhân.

Các hợp đồng xuất khẩu của Việt Nam vẫn chủ yếu là các hợp đồng chính phủ với các thị trường có thu nhập trung và thấp vì sản phẩm của ngành lúa gạo Việt Nam có chất lượng không cao và gần như chưa có thương hiệu uy tín mạnh như Thái Lan, Ấn Độ hay Campuchia. Các vùng sản xuất, số

lượng các doanh nghiệp và số sản phẩm chất lượng cao nhằm phục vụ phân khúc thị trường cao cấp còn rất ít. Theo thống kê của Bộ Công thương, diện tích trồng lúa mà doanh nghiệp xây dựng cánh đồng mẫu lớn hoặc ký hợp đồng nông sản với nông dân chỉ chiếm khoảng 10% tổng diện tích trồng lúa tại đồng bằng sông Cửu Long.

Các công ty xuất khẩu sau khi thu mua gạo từ các nguồn trong chuỗi giá trị như nông dân, thương lái, các nhà máy xay xát/lau bóng... sẽ xuất khẩu đi khoảng 70,3% sản lượng thu mua và cung cấp cho thị trường nội địa thông qua các siêu thị, đại lý si/lê khoảng 14,7% sản lượng.

Về tình trạng liên kết dọc và ngang của các doanh nghiệp

Thứ nhất về liên kết ngang: Việc liên kết giữa các doanh nghiệp còn khá hạn chế, các doanh nghiệp chưa thực sự chủ động trong việc liên kết, hợp tác tăng sức cạnh tranh trên thị trường mà chủ yếu hoạt động độc lập trong việc tìm kiếm thị trường, khách hàng, xây dựng thương hiệu... có chăng việc liên kết diễn ra ở việc xuất khẩu ủy thác hoặc cung ứng lúa gạo để thực hiện các hợp đồng xuất khẩu. Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) vai trò còn hạn chế trong việc thúc đẩy, gắn kết doanh nghiệp, bên cạnh đó lãnh đạo của VFA được bầu chủ yếu từ các đại diện các doanh nghiệp trong ngành xuất khẩu lúa gạo điều này cũng dễ gây ra những méo mó trong phân bổ lợi ích xuống các doanh nghiệp thành viên (Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh, 2015).

Thứ hai về liên kết dọc: Liên kết dọc ngày càng được chú trọng trong việc phát triển chuỗi giá trị. Nó được thể hiện qua việc triển khai các cánh đồng mẫu lớn. Từ khâu chọn vùng nguyên liệu, liên kết chặt chẽ với nông dân, doanh nghiệp sản xuất giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật... để đảm bảo cho khâu đầu vào của quá trình sản xuất. Tuy nhiên hình thức này chưa nhiều vì nhiều nguyên nhân trong đó nguyên nhân rõ nhất là các doanh nghiệp vẫn tập trung mua lúa gạo có sẵn trên thị trường và hoạt động ở phân khúc thị trường có thu nhập trung và thấp.

Vai trò của chính phủ

Chính phủ đã triển khai nhiều chương trình hỗ trợ cho quá trình từ sản xuất đến tiêu thụ, xuất khẩu sản phẩm lúa gạo như: đảm bảo quỹ đất cho sản xuất lúa gạo đến năm 2020 có diện tích 3,8 triệu ha, đảm bảo cho nông dân có lãi trên 30% so với giá thành sản xuất... được thể hiện qua nghị quyết số 63/2009/NQ-CP. Tiếp đến là nghị định 42/2012/ND-CP về quản lý, sử dụng đất trồng lúa và nhiều chương trình khác nhằm hỗ trợ nông dân sản xuất lúa gạo. Đặc biệt là hệ thống khuyến nông hiện nay bao gồm các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ; toàn bộ phí thủy lợi đều được cấp miễn phí. Ngoài ra, chính phủ cũng can thiệp vào các hoạt động xuất khẩu như quy định về điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo; việc đàm phán và phân bổ các hợp đồng chính phủ; quy định giá sản xuất khẩu gạo; quy định giá thu mua lúa gạo tối thiểu hay thực hiện các chương trình thu mua tạm trữ; hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu và ký kết hợp đồng nông sản. Nói chung, chính phủ Việt Nam cũng đã có những sự quan tâm cho ngành hàng nông sản chủ lực này.

4. THẢO LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Từ một số phân tích cơ bản về chuỗi giá trị ngành lúa gạo của ĐBSCL và thực tế kinh nghiệm từ các chuỗi cung ứng ngành lúa gạo của Ấn Độ và Thái Lan có thể rút ra một số vấn đề như sau:

Trong chuỗi giá trị người nông dân là lực lượng trực tiếp tham gia sản xuất nhưng lại có tổng lợi nhuận (sau khi trừ đi các chi phí đầu vào, lãi vay sản xuất,...) là nhỏ nhất 0,24 ngàn USD, lợi nhuận cao nhất trong chuỗi thuộc về các nhà xuất khẩu 2221 ngàn USD. Và lợi nhuận của người thu gom, xay xát, đánh bóng, vận chuyển lần lượt là: 25; 48,4; 195,8; 13 ngàn USD (Nguyễn Văn Bộ, 2016). Nghiên cứu của IPSARD (2014) cũng cho thấy, phân phối lợi nhuận (và rủi ro) không công bằng giữa các đối tác tham gia chuỗi lúa gạo. Tính trên đơn vị xuất khẩu thì lợi nhuận người nông dân nhận được chiếm 52% tổng lợi nhuận, nhưng chi phí họ bỏ ra chiếm 83%, trong khi đó, doanh nghiệp xuất khẩu gạo được 30% lợi nhuận trong khi chỉ phải bỏ ra 4% chi phí. Đây chính là một trong những nguyên nhân nông dân bỏ ruộng, không muốn ứng dụng giống và kỹ thuật mới vì với mảnh ruộng nhỏ bé của mình, tác động của KHCN có lớn về giá trị tương đối thì qui ra giá trị tuyệt đối trên mảnh ruộng của họ cũng thật nhỏ bé (Nguyễn Văn Bộ, 2016).

Quy mô sản xuất của ĐBSCL thuộc loại nhỏ, lẻ không có diện tích canh tác lớn. Vị trí của các thương lái là rất lớn trong việc thu gom lúa tươi từ nông dân. Dẫn tới việc mặc cả giá, thời gian, sản lượng mua lúa và làm ảnh hưởng tiêu cực tới lợi ích thực nhận của nông dân. Không như Ấn Độ và Thái Lan có chính phủ hoặc các đại diện như hợp tác xã đứng ra thu mua hỗ trợ trực tiếp cho nông dân. Việt Nam thực hiện việc hỗ trợ qua thực hiện chính sách cho các doanh nghiệp nhưng rõ ràng không đem lại hiệu quả, không mang lại lợi ích trực tiếp cho nông dân. Tỷ lệ sản phẩm thóc được chuyển trực tiếp từ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác hay câu lạc bộ đến nhà máy xay xát chiếm tỷ lệ rất nhỏ khoảng 6,9%. ĐBSCL thiếu các chợ đầu mối, sàn giao dịch giúp nông dân tiếp cận trực tiếp hơn với nhà máy xay xát như của Ấn Độ và Thái Lan.

Vai trò mờ nhạt của các nhà máy xay xát/lau bóng chủ yếu đóng vai trò xay xát/lau bóng thuê cho thương lái hơn là vai trò trung gian giữa sản xuất và tiêu thụ. Tuy có chú trọng đẩy mạnh việc cơ giới hóa, hiện đại hóa nông nghiệp trong những năm gần đây và sự tham gia của tư nhân ngày càng nhiều trong khâu xây dựng các cơ sở nhà máy xay xát/lau bóng nhưng cũng chủ yếu vẫn là nhỏ lẻ, công suất thấp và có độ phân tán cao.

Về hoạt động xuất khẩu, ở Ấn Độ và đặc biệt là Thái Lan vai trò của các doanh nghiệp tư nhân là hết sức quan trọng trong việc thu mua, phân phối gạo cho thị trường trong nước cũng như xuất khẩu. Điều này làm tăng tính cạnh tranh, tăng tính hiệu quả và lợi ích của tất cả các bên có liên quan. Nhưng tại Việt Nam thì doanh nghiệp nhà nước đóng vai trò chủ yếu chi phối, điều tiết mức tiêu thụ trong nước, nguồn dự trữ và lượng xuất khẩu. Khả năng hoạt động kinh tế của các doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam ở các lĩnh vực luôn có những vấn đề làm đau đầu cho toàn xã hội, lĩnh vực này cũng không ngoại lệ. Việc thủ động tìm kiếm thị trường, xuất khẩu chủ yếu theo đơn đặt hàng chính phủ với loại gạo tẻ, chất lượng không cao cho những thị trường của các nước kém phát triển hoặc nhu cầu sử dụng gạo cho bữa ăn hàng ngày không cao...

Tiếp đến, vai trò của chính phủ: Tuy đã triển khai nhiều chương trình, biện pháp hỗ trợ chuỗi giá trị nhưng theo nhiều nghiên cứu của các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực phát triển nông nghiệp nông thôn, chuỗi giá trị thì các chính sách hỗ trợ hiện nay còn nhiều bất cập, gặp nhiều vấn đề khi thực thi, còn chồng chéo, đôi khi là kìm hãm động lực phát triển của chuỗi dẫn tới tính hiệu quả của các chương trình, biện pháp này không cao.

Trong các mắt xích của chuỗi giá trị hiện nay của Việt Nam nói chung và của ĐBSCL nói riêng, thì rõ ràng hai mắt xích cần được quan tâm đúng mức để làm tăng giá trị gia tăng của cả chuỗi đó là nông dân và các nhà máy xay xát. Đồng thời, cần xem lại vị trí của các thương lái và các nhà xuất khẩu đây là hai vị trí cần có những sự điều chỉnh sao cho phù hợp và hiệu quả nhất. Bên cạnh đó, cũng cần định hướng lại đầu ra của sản phẩm chủ lực này với thị trường nội địa chiếm gần 78% sản lượng sản xuất.

Để hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo trong thời gian tới tác giả tổng hợp và đưa ra một số gợi ý cho việc xây dựng chính sách cho sự phát triển ngành lúa gạo ĐBSCL trong thời gian tới.

Thứ nhất, các doanh nghiệp xây dựng các cơ sở máy xay xát cần chuẩn hóa theo bộ quy trình GMP-RM (Good Manufacturing Practices for Vietnam's Rice Mill). Đây là khâu quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam. Việc chuẩn hóa giúp các cơ sở máy xay xát thực sự trở thành bước trung gian giữa phân khúc sản xuất và mua bán gạo giảm thiểu các tổn thất không đáng có, làm tăng tính hiệu quả từ đó làm tăng giá trị gia tăng của chuỗi.

Thứ hai, cần điều tiết lại số vụ gieo trồng trong năm để đất có thời gian phục hồi, tái tạo lại chất dinh dưỡng đồng thời, giảm tỷ trọng sử dụng thuốc bảo vệ thực vật hướng tới việc sản xuất hữu cơ như kinh nghiệm của Ấn Độ.

Thứ ba, xem xét lại các điều kiện để trở thành doanh nghiệp xuất khẩu gạo. Cần nói lỏng các điều kiện để tạo tính cạnh tranh lành mạnh, tăng tính hiệu quả giảm thiểu tính độc quyền, giảm thiểu sự chi phối không cần thiết và tiêu cực đến giá cả gạo.

Thứ tư, Việt Nam cần xem xét lại việc sử dụng quỹ đất cho việc trồng lúa không nên cứng nhắc với một quỹ đất nhất định mà cần linh hoạt chuyển đổi giống cây trồng cho phù hợp, hiệu quả. Đánh giá lại tính hiệu quả, lợi thế cạnh tranh của các vùng thâm canh cây lúa. Vùng nào có hiệu quả, lợi thế

cao thì giữ lại để tiếp tục đầu tư và sản xuất lúa. Vùng nào không còn khả năng trồng lúa thì chuyển sang nuôi trồng các loại nông sản khác, cây trồng khác có tính hiệu quả hơn. Đồng thời, cần đánh giá lại các chính sách liên quan đến đất đai trong lĩnh vực nông nghiệp đang được áp dụng hiện hành.

Thứ năm, xây dựng các tổ chức tài chính vi mô, bảo hiểm cho nông dân để khuyến khích nông dân tham gia tích tụ ruộng đất thông qua việc mua lại quyền sử dụng để trồng lúa quy mô lớn. Như vậy, giúp giảm các chi phí đầu vào, tăng vị thế của người nông dân trong giao dịch và dễ dàng chủ động trong việc áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất từ đó tăng lợi ích của nông dân góp phần tối đa hóa giá trị trong chuỗi.

Thứ sáu, Việt Nam nên ấn định mức giá sàn cho việc thu mua dự trữ. Đồng thời từ kinh nghiệm của Ấn Độ thì việc thu mua tạm trữ cần do Chính phủ trực tiếp tham gia thị trường hơn là giao cho các doanh nghiệp sau khi nhận hỗ trợ từ Chính phủ. Chính phủ có thể sử dụng hợp tác xã nhà nước làm đơn vị đại diện cho việc thu mua. Tăng quyền, tiếng nói cho người dân trong việc ấn định mức giá sàn tạm trữ lúa gạo.

Thứ bảy, từ kinh nghiệm về tính hiệu trong mắt xích các công ty xuất khẩu của Ấn Độ và Thái Lan thì Việt Nam cần đẩy nhanh quá trình cổ phần hóa, và cổ phần hóa mạnh mẽ các công ty xuất khẩu nhà nước như Vinafood và các công ty thành viên, công ty lương thực nhà nước nhằm tạo môi trường lành mạnh, cạnh tranh bình đẳng giữa tất cả các doanh nghiệp tham gia cuộc chơi.

Thứ tám, xem xét lại vai trò và các chủ thể của VFA hiện tại. Cần có sự điều chỉnh, bổ sung các thành phần quan trọng của chuỗi giá trị như doanh nghiệp tư nhân, nông dân và chính quyền địa phương.

Thứ chín, cần đánh giá một cách tổng thể, chi tiết xác định các khoản tổn thất: tổn thất trước và sau thu hoạch nhằm khắc phục những hạn chế tránh gây lãng phí, thiệt hại đến tổng lợi ích chung. Bên cạnh đó, tính đúng và đầy đủ các chi phí khâu hao vào giá thành của lúa gạo cũng là cách để khuyến khích nông dân tham gia canh tác lúa gạo bền vững, sản xuất hiệu quả.

Thứ mười, Việt Nam cần có những bước chuyển tiếp về thị trường xuất khẩu. Tác giả cho rằng Việt Nam cần tiếp tục duy trì các thị trường hiện tại, xúc tiến xây dựng kế hoạch chiến lược thâm nhập thị trường phân khúc cao cấp. Hướng tới thay đổi cán cân giữa các phân khúc thị trường, với trọng tâm là phân khúc cao cấp trong tương lai. Đây là xu thế tất yếu, Việt Nam cần chú trọng đề gia tăng giá trị tiềm năng từ lợi thế so sánh của ngành lúa gạo.

5. KẾT LUẬN

Việt Nam tiếp tục đứng trong nhóm các nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Tuy nhiên mức độ cạnh tranh ngày càng trở nên khốc liệt, nó thể hiện ngay trên thị trường nội địa. Chất lượng, thương hiệu uy tín đang là vấn đề mà ngành lúa gạo Việt Nam còn nhiều hạn chế. Việt Nam mạnh về số lượng xuất khẩu, trong khi đó chất lượng chưa ổn định do vậy không thể chủ động khi thương thảo về giá cả, khách hàng. Thời kỳ phát triển theo chiều rộng bằng cách tăng diện tích trồng, thâm canh tăng vụ, sử dụng nhiều vốn và lao động giản đơn cần nhường chỗ cho tư duy phát triển theo chiều sâu đó là tăng giá trị gia tăng của các mắt xích trong chuỗi. Việc phân tích và xây dựng chuỗi giá trị lúa gạo trong chuỗi giá trị toàn cầu tại Việt Nam mà cụ thể là ĐBSCL là hết sức cần thiết và cần được nghiên cứu, thực thi chính xác và kịp thời.

Bên cạnh đó, tác giả cho rằng các vấn đề hạn chế của chuỗi giá trị ngành lúa gạo có liên quan chặt chẽ đến vấn đề đất đai trong nông nghiệp. Có thể kể đến những vấn đề đất đai nông nghiệp như: Hiệu quả sử dụng đất nông nghiệp thấp và có xu hướng giảm dần. Ruộng đất phân tán, manh mún là cản trở chính cho việc nâng cao hiệu quả và giá trị gia tăng trên một đơn vị diện tích đất trong quá trình tái cơ cấu nông nghiệp. Quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất diễn ra rất chậm. Ruộng đất phân tán, manh mún, khiến cho thu nhập từ sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là sản xuất lúa không tương xứng với sức lao động của người nông dân. Thu nhập từ nông nghiệp thấp cùng với các khoản thu tính theo đầu ruộng là nguyên nhân chính cho việc nông dân không tha thiết với sản xuất nông nghiệp, thậm chí có nơi còn bỏ ruộng. Thu nhập từ nông nghiệp thấp nên tình trạng di cư ra đô thị ngày càng phổ biến. Trong khi đó, các doanh nghiệp muốn đầu tư đồng bộ, quy mô lớn cho sản xuất nông nghiệp gặp rất nhiều khó khăn để có đất. Thị trường đất nông nghiệp Việt Nam hoạt động rất yếu ớt. Các chính sách định hướng, hỗ trợ liên quan đến tích tụ, tập trung đất nông nghiệp của chính phủ thời gian qua chưa

thực sự phát huy được mục đích tích cực của nó. Chính sách không phát huy được tác dụng ngược lại còn cản trở quá trình tích tụ, tập trung ruộng đất cho cả hộ nông dân và doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng đất. Ngoài ra, các chính sách còn cản trở mục đích sử dụng đất nông nghiệp linh hoạt ... Giải quyết tốt được những vấn đề tồn tại trong việc khai thác, sử dụng đất đai nông nghiệp, sẽ phá vỡ lực cản chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả tích cực trong quá trình tái cơ cấu ngành lúa gạo phù hợp xu thế hội nhập và biến đổi khí hậu.

Và cuối cùng, Việt Nam cần phải đánh giá lại một cách thấu đáo xem thử liệu chuỗi giá trị lúa gạo là chỉ có gạo hay còn những giá trị tiềm năng nào khác từ chuỗi giá trị, đang chưa được quan tâm đúng mức, xứng tầm với khả năng của nó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agroinfo thuộc IPSARD (2016), *Báo cáo thường niên ngành lúa gạo Việt Nam 2015 và triển vọng 2016*, Hà Nội.
2. Bùi Duy Hoàng (2013), *Vai trò của kinh tế nông nghiệp vùng đồng bằng sông Cửu Long những lĩnh vực sản xuất phát triển động lực trong nông nghiệp của vùng*, Trung tâm nghiên cứu kinh tế miền nam, theo link http://svec.org.vn/uploads/tin-tuc/2014_11/hoang2.pdf
3. Cục Kinh tế hợp tác và Phát triển nông thôn (2014), *Tình hình liên kết sản xuất, xây dựng cánh đồng lúa lớn trong tái cơ cấu sản xuất nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới vùng đồng bằng sông Cửu Long*. Trong: Kỷ yếu Hội thảo tái cơ cấu phát triển nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới thích ứng với biến đổi khí hậu vùng đồng bằng sông Cửu Long, Sóc Trăng.
4. Đào Thế Anh và Thái Văn Tinh (2015), *Chuỗi giá trị lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long: Chính sách nông nghiệp và thương mại thiếu hiệu quả*, Tạp chí nghiên cứu kinh tế số 447/T8/2015.
5. Đào Thế Anh và ctv (2013), *Nghiên cứu Chuỗi giá trị gạo Đồng bằng Sông Cửu Long tại An Giang và Hậu Giang*, Tạp Chí Khoa Học và Công Nghệ Nông Nghiệp Việt Nam, số 07/2013, Tr 106
6. Hồ Cao Việt (2011), *Ngành hàng lúa gạo Việt Nam: Tầm nhìn chiến lược trước cơ hội và thách thức*, Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp miền nam, Hồ Chí Minh.
7. Mai Quang Hợp, Nguyễn Chí Hải (2016), *Chuỗi giá trị ngành lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long thời kỳ hội nhập AEC*. Trong: Kỷ yếu hội thảo khoa học định vị kinh tế Việt Nam trong cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC), ISBN: 978-604-73-4695-0, NXB ĐHQG-HCM.
8. M4P (2008) *Making value chains work better for the poor*, A toolbook for practitioners of value chain analysis. 3rd version, Making markets work better for the poor (M4P) Project, UK Department for International Development (DFID), Agricultural Development International. Phnom Penh, Cambodia.
9. Nguyễn Đức Thành và Đinh Tuấn Minh (2015), *Thị trường lúa gạo Việt Nam: Cải cách để hội nhập – cách tiếp cận cấu trúc thị trường*, NXB Hồng Đức, Hà Nội.
10. Nguyễn Văn Bộ (2016), *Phát triển lúa gạo trong bối cảnh biến đổi khí hậu và hội nhập ở Việt Nam*, Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam theo link [http://iasvn.org/upload/files/E5I82DGZTS002%20I%20\(1\).pdf](http://iasvn.org/upload/files/E5I82DGZTS002%20I%20(1).pdf)
11. Nguyễn Văn Bộ (2016), *Việt Nam thua Campuchia về thị trường xuất khẩu* theo link <http://www.tienphong.vn/kinh-te/viet-nam-thua-campuchia-ve-thi-truong-xuat-khau-gao-1037511.tpo> cập nhật ngày 20/9/2016
12. Nguyễn Văn Sơn (2013), *Bàn về hoàn thiện chuỗi cung ứng gạo xuất khẩu của Việt Nam*. Trong: Hội thảo quốc tế “Hậu cần vận tải hàng hải Việt Nam năm 2013”, trong 2 ngày 28&29/11/2013, Thành phố Hồ Chí Minh.
13. Niên giám thống kê Việt Nam 2007, 2010, 2015.
14. Raphael Kaplinsky and Mike Morris (2001), *A handbook for value chain research*
15. Trần Hữu Hiệp (2014), *Tái cơ cấu nông nghiệp góc nhìn từ “Vựa lúa quốc gia”*. Trong: Kỷ yếu Hội thảo tái cơ cấu phát triển nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới thích ứng với biến đổi khí hậu vùng đồng bằng sông Cửu Long, Sóc Trăng.
16. Trần Tiến Khai (2011), *Phân tích chuỗi giá trị và ngành hàng nông nghiệp*, Chính sách phát triển, Chương trình giảng dạy Fulbright niên khóa 2011-2013.
17. Trần Tiến Khai (2010), *Chính sách xuất khẩu lúa gạo Việt Nam và những vấn đề cần điều chỉnh*. Trong: Kỷ yếu hội thảo khoa học xã hội và phát triển bền vững vùng đồng bằng sông Cửu Long, ngày 28/10/2010, Thành phố Cần Thơ.

18. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011), *Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, số 96-108.
19. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011), *Phân tích tác động các chính sách và chiến lược nâng cấp chuỗi ngành hàng lúa gạo*, Tạp chí khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, số 110-121.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XUẤT KHẨU GẠO VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG ASEAN: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH BẰNG MÔ HÌNH TRỌNG LỰC

Trần Thị Bạch Yến^{1*}, Trương Thị Thanh Thảo¹

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: ttbyen@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Mô hình trọng lực (GM – Gravity model) là mô hình kinh tế lượng, đồng thời là một công cụ hữu hiệu trong việc giải thích khối lượng và chiều hướng thương mại song phương giữa các quốc gia và được sử dụng rộng rãi trong thương mại quốc tế. Mô hình lực hấp dẫn thương mại trong thương mại quốc tế đầu tiên được sử dụng để đo lường giá trị xuất khẩu giữa hai quốc gia với nhau, do hai nhà khoa học Timbergen (1962) và Poyhonen (1963) xây dựng. Bài viết sử dụng mô hình trọng lực để phân tích các yếu tố tác động đến kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN trong giai đoạn 2000-2015. Thông qua kết quả nghiên cứu từ mô hình, nhóm tác giả đã chỉ ra được các yếu tố Tổng sản phẩm quốc nội Việt Nam (GDP), Khoảng cách địa lý, Lạm phát của Việt Nam, Diện tích đất trồng lúa của Việt Nam có ảnh hưởng tích cực, cùng chiều đến giá trị kim ngạch gạo xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu. Trái lại, các yếu tố khoảng cách kinh tế thì có tác động ngược chiều với giá trị kim ngạch xuất khẩu gạo trong giai đoạn 2000-2015. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đã đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN trong thời gian tới.

Từ Khóa: Xuất khẩu gạo, Việt Nam, thị trường ASEAN, mô hình trọng lực.

ANALYZING THE DETERMINANTS OF RICE EXPORTATION FROM VIETNAM INTO ASEAN MARKETS: AN APPLICATION OF GRAVITY MODEL APPROACH

ABSTRACT

Gravity model is one of econometric models, which is an useful tool for analyzing and clarifying the international trade volumes and directions among exporting and importing countries. Specific trading gravity model applied in international trade was initially introduced and developed to measure exporting revenue among countries by Timbergen (1962) and Poyhonen (1963), which has long been used for modeling and predicting trade flows. This paper generalizes the gravity model allowing for proper representation of local and target country effects. The new approach is based on a simple cross sectional (or times series approach) where the additional information available from using both types of data is utilized to properly model all the specific effects. To the purpose of applying Gravity Model to analyze the determinants affecting rice exporting revenue of Vietnam to ASEAN markets over the period of 2000-2015.

The main findings from the statistical analysis have demonstrated that four factors named Gross Domestic Product of Vietnam, Geography Distance between import and export nations, inflation rate of Vietnam, Harvesting area of Rice in Vietnam have a positive impact on rice total export revenue during period, while the Economic Distance revealed an opposite effect to total export volume. Based on the results, the paper will recommend some possible solutions and suggestions for improving the revenue of rice export from Vietnam to ASEAN markets.

Keywords: ASEAN market, gravity model, rice export, Vietnam

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Xuất khẩu gạo luôn là ngành mang lại giá trị kinh tế to lớn và có tác động tích cực đến nền kinh tế nước ta, giúp khai thác các lợi thế tương đối cũng như tuyệt đối của Việt Nam trong thời kỳ kinh tế hội nhập. Với tốc độ tăng trưởng sản xuất cao và ổn định, khả năng xuất khẩu của mặt hàng gạo Việt Nam tăng dần qua các năm, hiện nay, Việt Nam hiện đã mở rộng thị trường xuất khẩu gạo sang hơn 80 quốc gia và các vùng lãnh thổ. Sau hơn 15 năm kể từ khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của ASEAN, kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam với các nước ASEAN đã tăng lên nhanh chóng,

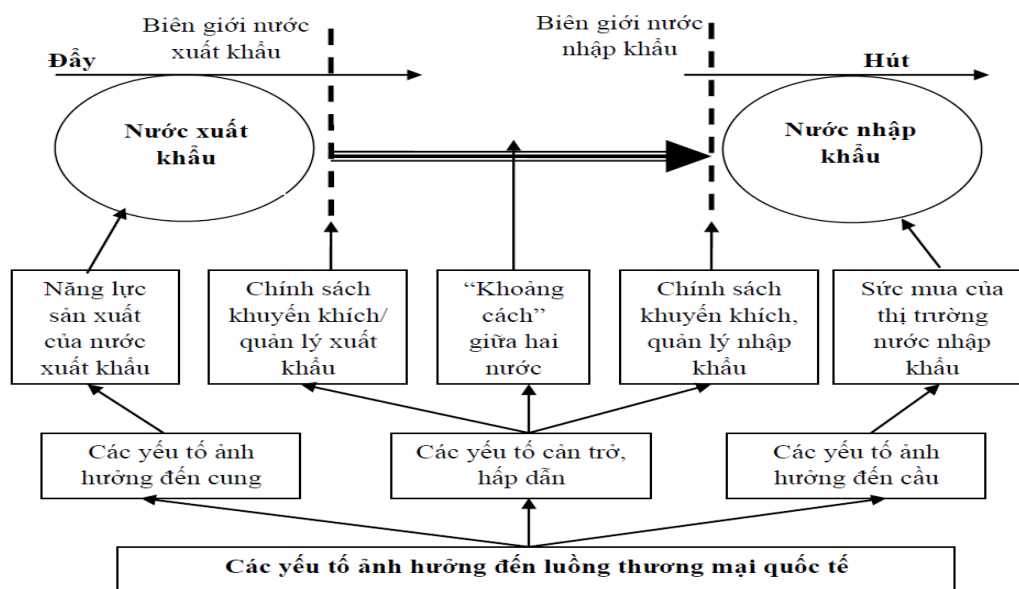
đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế của Việt Nam cũng như các nước thành viên của Hiệp hội. Từ khi gia nhập ASEAN đến nay, tổng giá trị thương mại giữa Việt Nam và ASEAN có tốc độ tăng trưởng cao đạt từ 20-25% trong đó, nông sản có kim ngạch xuất khẩu sang thị trường ASEAN với tỷ lệ khoảng 18% cho thấy đây là một thị trường lớn và đầy tiềm năng của Việt Nam. Với những lợi thế nhất định, xuất khẩu gạo luôn là ngành chủ lực chủ lực trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN.

Thực tế cho thấy, thực trạng hoạt động xuất khẩu sản phẩm gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN còn gặp nhiều hạn chế. Để có thể tìm ra những giải pháp hiệu quả nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu gạo sang các quốc gia ASEAN, cần phải có những phân tích nhận định khoa học và toàn diện về các nhân tố tác động tới tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN và xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố. Trên thế giới đã có khá nhiều nghiên cứu tập trung làm rõ các nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất nhập khẩu nông sản như Gbetnkom & Khan(2002); Erdem & Nazlioglu (2008); Folawewo & Olakojo (2010)... đã chứng minh được sự thành công của việc áp dụng mô hình trọng lực trong việc giải thích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu nông sản của một quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu này sử dụng mô hình trọng lực có thể áp dụng để đánh giá các mức độ tác động của một số nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN cụ thể là giai đoạn từ năm 2000 – 2015, bên cạnh đó đưa ra những nhận định và đề ra hướng đi chính xác cho tình hình xuất khẩu gạo hiện nay nhằm phát huy tiềm năng xuất khẩu sản phẩm của nước ta sang thị trường này trong tương lai

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình trọng lực (hay còn gọi là mô hình hấp dẫn thương mại – Gravity model) là mô hình lý thuyết phổ biến được nhiều nhà kinh tế sử dụng để đo lường và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu giữa hai hay nhiều quốc gia với nhau trong nhiều năm qua (He, Quagrainie, và Wang, 2013). Mô hình lực hấp dẫn thương mại trong thương mại quốc tế đầu tiên được sử dụng để đo lường giá trị xuất khẩu giữa hai quốc gia với nhau, do hai nhà khoa học Timbergen (1962) và Poyhonen (1963) xây dựng dựa vào mô hình lực hấp dẫn vật lý của Newton (1687) - Mô hình phỏng theo định luật vạn vật hấp dẫn của Newton trong đó nói rằng lực hút của hai vật thể phụ thuộc vào khoảng cách giữa chúng và khối lượng của mỗi vật. Dựa vào các nhân tố ảnh hưởng đến luồng thương mại quốc tế được nghiên cứu và khảo sát bởi Đào Ngọc Tiến (2008) như trình bày ở hình 2.1.



Hình 1. Các nhân tố ảnh hưởng đến luồng thương mại quốc tế

(Đào Ngọc Tiến, 2008)

Mô hình hóa các nhóm nhân tố có dạng chung như sau:

$$EXP_{ij} = AY_i^{a_1} Y_j^{a_2} D_{ij}^{a_3}$$

Với:

EXP_{ij} : kim ngạch xuất khẩu từ nước i sang nước j

A : hằng số hấp dẫn, a_1 , a_2 và a_3 : hệ số co giãn của Y_i , Y_j và D_{ij}

Y_i : nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cung của nước xuất khẩu i

Y_j : nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cầu của nước nhập khẩu j

D_{ij} : nhóm các yếu tố cản trở, hấp dẫn khác

Dạng log-log của mô hình:

$$\ln EXP_{ij} = a_1 + a_2 \ln Y_i + a_3 \ln Y_j + a_4 \ln D_{ij} + \varepsilon$$

2.2 Mô hình nghiên cứu với trường hợp Việt Nam

Dựa trên các kết quả của các nghiên cứu trước cũng như dựa trên cơ sở lý thuyết, tác giả đưa ra mô hình trọng lực cho thương mại gạo xuất khẩu Việt Nam như sau:

$$\ln EXPORT_{ijt} = A + \beta_1 \ln GDPV_{it} + \beta_2 \ln GDIS_{ij} + \beta_3 \ln EDIS_{ijt} + \beta_4 \ln FVN_{it} + \beta_5 \ln LANDVN_{it} + \beta_6 \ln POPNK_{jt} + u_{ijt}$$

$EXPORT_{ijt}$ là kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam (tính theo USD) tới nước j trong năm t

$GDPV_{it}$ là tổng sản phẩm quốc nội của Việt Nam trong năm t

$GDIS_{ij}$ là khoảng cách địa lý giữa thủ đô hai quốc gia i và j

$EDIS_{ij}$ là khoảng cách về trình độ phát triển kinh tế giữa hai quốc gia.

$INFVN_{it}$ là lạm phát của Việt Nam trong thời điểm t.

$LANDVN$ là diện tích đất nông nghiệp Việt Nam.

$POPNK_{jt}$ là tổng dân số của nước nhập khẩu trong năm t

A là hệ số chặn của mô hình

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$ là mức độ tác động của từng yếu tố tới mô hình

u_{ijt} là sai số ngẫu nhiên

2.3 Các giả thuyết của mô hình

Giả thuyết 1: GDP tăng có tác động cùng chiều đến kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Khi phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu, nhân tố đầu tiên được đề cập là GDP – Tổng sản phẩm quốc nội của nước xuất khẩu. Bhagwati (1988) đã nhận thấy rằng sự tăng lên trong GDP thường dẫn đến sự tăng lên tương ứng trong mở rộng thương mại. Hầu hết các nghiên cứu về GDP của nước xuất khẩu đều cho rằng nhân tố này tác động tích cực đến GDP nước xuất khẩu. Điều này có thể hiểu là khi quy mô nền kinh tế tăng thì khả năng xuất khẩu cũng sẽ tăng theo, bởi vì khi đó quốc gia xuất khẩu có điều kiện đầu tư phát triển khoa học công nghệ, giống mới... để nâng cao năng suất, chất lượng cao nhằm tăng khả năng xuất khẩu.

Giả thuyết 2: Khoảng cách địa lý có tác động ngược chiều đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam.

Khoảng cách địa lý đã được nghiên cứu từ rất lâu qua những bài viết về các dòng thương mại quốc tế trong kinh tế quốc tế (Anderson và Wincoop, 2003), khoảng cách địa lý là những yếu tố được xem như quan trọng tác động đến hoạt động xuất khẩu của quốc gia. Khoảng cách địa lý cũng là một biến cơ bản trong mô hình trọng lực, đã từng được áp dụng khá phổ biến trong các nghiên cứu: Eita (2008), Rahman (2010), Đinh Thị Thanh Bình (2011), Nguyễn Hải Thọ (2013), Võ Thy Trang (2014),... Trong hầu hết các nghiên cứu đều chứng minh được rằng khoảng cách địa lý có tác động tiêu cực đến hoạt động xuất khẩu của quốc gia, nguyên nhân dẫn đến điều này là do chi phí vận chuyển giữa các quốc gia tăng lên khi khoảng cách địa lý tăng lên, sẽ làm tăng giá thành sản phẩm.

Giả thuyết 3: *Khoảng cách kinh tế có tác động nghịch chiều đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam.*

Việc có hay không sự tương đồng về trình độ phát triển kinh tế cũng là một nhân tố hấp dẫn hay gây ra cản trở với hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai quốc gia. Điều này được giải thích rằng nếu hai nước có trình độ phát triển giống nhau thì tức là nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng, thị hiếu hay yêu cầu về chất lượng là tương đương nhau. Vì thế hàng hóa của nước này sẽ đáp ứng được nhu cầu của nước kia, do vậy đây là nhân tố tạo thuận lợi cho xuất khẩu. Ngược lại, nếu trình độ giữa hai nước không tương đồng nhau (có sự khác biệt lớn) sẽ làm cho hàng hóa của nước này khó hoặc không đáp ứng được yêu cầu của nước nhập khẩu dẫn đến hạn chế khả năng xuất khẩu.

Giả thuyết 4: *Lạm phát có tác động cùng chiều đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam.*

Lạm phát là sự tăng mức giá chung của hàng hóa và dịch vụ theo thời gian, sẽ gây ra tác động nhất định đến nền kinh tế nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa nói riêng. Trên thực tế, khi lạm phát tăng sẽ đẩy giá hàng hóa trong nước tăng lên làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp nước ngoài qua đó ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa. Ở góc độ nghiên cứu tác động của lạm phát đến hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam thì giả thuyết đưa ra là lạm phát có tương quan cùng chiều với kim ngạch xuất khẩu nông sản. Bởi vì khi lạm phát tăng sẽ làm cho giá xuất khẩu tăng, các doanh nghiệp xuất khẩu có xu hướng xuất khẩu nhiều hơn. Ngô Thị Mỹ (2015) sau khi phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến kim ngạch gạo xuất khẩu sang thị trường thế giới đã chứng minh được lạm phát và kim ngạch gạo xuất khẩu có ảnh hưởng cùng chiều.

Giả thuyết 5: *Diện tích đất trồng lúa Việt Nam có tác động cùng chiều đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam.*

Diện tích đất trồng lúa là diện tích đất đai dùng để phục vụ cho hoạt động sản xuất lúa gạo của một quốc gia, diện tích đất trồng lúa có vai trò quan trọng đối với hoạt động sản xuất nông nghiệp của một quốc gia nói chung và quốc gia nhập khẩu nói riêng. Do vậy, diện tích đất nông nghiệp lớn hay nhỏ không chỉ quyết định đến quy mô sản xuất trong nước mà còn ảnh hưởng tới chiến lược xuất nhập khẩu nông sản tại quốc gia đó. Về mặt tổng quát, khi xét với nước xuất khẩu thì diện tích đất nông nghiệp sẽ có tác động cùng chiều với kim ngạch xuất khẩu nông sản vì quy mô sản xuất được mở rộng, sản lượng hàng hóa nhiều làm cho lượng cung hàng xuất khẩu tăng lên và nhu cầu nhập khẩu nông sản giảm.

Giả thuyết 6: *Dân số nước nhập khẩu có tác động cùng chiều đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam.*

Dân số nước nhập khẩu thể hiện tiềm năng cầu hàng hóa của thị trường cũng như lực lượng lao động của thị trường đó. Khi quy mô dân số tăng sẽ kéo theo cầu hàng hóa mà đặc biệt là các mặt hàng thiết yếu như nông sản tăng lên, gây ra những ảnh hưởng nhất định đến kim ngạch xuất khẩu của quốc gia đối tác. Tuy vậy, mức độ tác động của nhân tố này là cùng chiều hay ngược chiều lại phụ thuộc vào điều kiện cụ thể cũng như chất lượng, trình độ nguồn lao động của mỗi quốc gia. Trong khi đó nghiên cứu của Inmaculada Martínez-Zarzoso và Felicitas Nowak-Lehmann D. lại cho cả hai kết quả: dân số nước nhập khẩu vừa có tác động thuận và nghịch chiều khi áp dụng các phương pháp ước lượng khác nhau, thì tác động cùng chiều tới thương mại được chứng minh trong nghiên cứu của Đào Ngọc Tiến (2009), của Đỗ Thái Trí (2006) cho trường hợp Việt Nam.

2.5 Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Biến phụ thuộc: *Biến EXPORT – Hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam:* Biến phụ thuộc được đo lường bằng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam lấy từ trang web Cơ sở Thống kê dữ liệu thương mại tiêu dùng UN Comtrade trong khoảng thời gian 2000-2015, trong đó, kim ngạch xuất khẩu được đo lường bằng đơn vị triệu USD. Giá trị này càng cao thể hiện hoạt động xuất nhập khẩu gạo càng nhiều. Kim ngạch gạo xuất khẩu sau khi lấy log có giá trị trong khoảng 6,7 đến 20,89.

2.4 Nguồn dữ liệu sử dụng và phương pháp đo lường

Bảng 1: Nguồn dữ liệu sử dụng của các biến trong mô hình

Biến	Phương pháp đo lường	Nguồn số liệu
Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang các quốc gia	Tổng giá trị xuất khẩu gạo của Việt Nam. (Đơn vị: triệu USD)	Website Cơ sở Thống kê dữ liệu thương mại tiêu dùng UN Comtrade, Tổng cục Hải quan Việt Nam.
Tổng sản phẩm quốc nội của Việt Nam	Tổng giá trị thị trường của tất cả sản phẩm và dịch vụ cuối cùng được sản xuất bởi Việt Nam qua một năm (Đơn vị: triệu USD)	Kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới
Khoảng cách địa lý	Hiệu số khoảng cách giữa thủ đô của quốc gia nhập khẩu gạo và Hà Nội (Đơn vị: km)	Website http://www.timeanddate.com/
Khoảng cách kinh tế giữa quốc gia đầu tư và Việt Nam	Giá trị tuyệt đối của hiệu số giữa GDP đầu người của quốc gia đầu tư và Việt Nam (đơn vị: USD)	Kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới
Lạm phát của Việt Nam	Đo lường sự thay đổi của chỉ số giá tiêu dùng của một giỏ hàng hóa dịch vụ cố định theo thời gian.	Kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới
Diện tích đất trồng lúa của Việt Nam	Tổng diện tích đất trồng lúa trên toàn Việt Nam	Tổng cục thống kê Việt Nam
Dân số nước nhập khẩu	Tổng dân số của nước nhập khẩu gạo.	Kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới

Các biến độc lập:

- *GDP của Việt Nam và GDP của nước nhập khẩu* – *Tổng sản phẩm quốc nội của Việt Nam/ nước nhập khẩu*: Đây là một biến cơ bản của mô hình trọng lực, và cũng chính là biến số đại diện cho khả năng sản xuất của quốc gia. GDP được xem như là một thước đo thành tựu của quốc gia trên lĩnh vực kinh tế, là giá trị thị trường của tất cả hàng hóa và dịch vụ cuối cùng được sản xuất ra trong trên lãnh thổ quốc gia trong thời kỳ nhất định (trong bài chọn là một năm). GDP Việt Nam sau khi lấy log trong khoảng 24,2 đến 25,98. Quy mô nền kinh tế càng lớn tức là hàng hóa sản xuất ra nhiều do đó làm tăng khả năng xuất khẩu đồng thời cũng làm tăng nhu cầu nhập khẩu một số hàng hóa khác để bổ sung cho đất nước.

- *EDIS – Khoảng cách kinh tế giữa hai quốc gia*. Sử dụng lý thuyết của Ghemawat (2001), bài viết dùng dữ liệu để đo lường khoảng cách kinh tế giữa các nước là thu nhập bình quân đầu người giữa các nước được tính theo đơn vị USD thực tế từ kho dữ liệu của Ngân hàng thế giới. Khoảng cách này được đo lường bằng chênh lệch thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam so với các quốc gia đầu tư. Giá trị thấp nhất của yếu tố này là 6,18 và cao nhất là 8,01 sau khi lấy log.

- *GDIS – Khoảng cách địa lý giữa hai quốc gia*. Dữ liệu dùng trong bài viết này là khoảng cách địa lý “vật lý”, có nghĩa là hai quốc gia cách nhau bao xa trên thực tế, khoảng cách địa lý trong bài viết này được tính dựa trên khoảng cách quỹ đạo giữa thủ đô hai nước, trong trường hợp này là giữa Hà Nội với thủ đô các quốc gia nhập khẩu gạo. Khoảng cách địa lý được dùng như thước đo để đo chi phí vận chuyển hàng hóa giữa hai quốc gia xuất và nhập khẩu, khoảng cách này trong khoảng 4,69-10,9 (kết quả đã lấy log). Đây là biến cơ bản của mô hình trọng lực, chỉ số này càng lớn phản ánh chi phí vận chuyển càng lớn dẫn đến hoạt động xuất nhập khẩu giảm xuống.

- *INFDVN* – *Lạm phát của Việt Nam*: lạm phát là sự tăng giá chung của tiền tệ và dịch vụ theo thời gian, được đo lường bằng cách đánh giá hai chỉ tiêu: chỉ số giá tiêu dùng (CPI) và chỉ số giảm phát tổng sản phẩm trong nước – nghiên cứu này sử dụng cách đánh giá qua chỉ số giá tiêu dùng CPI. Số liệu được thu thập từ kho dữ liệu mở của Ngân hàng thế giới, với giá trị lớn nhất là 23,12, nhỏ nhất là -1,71. Lạm phát tăng thì kim ngạch xuất khẩu cũng tăng theo.

- *LANDVN* – *Diện tích đất trồng lúa Việt Nam* được đo lường bằng tổng diện tích đất dùng để trồng lúa tại Việt Nam trong năm. Số liệu được thu thập từ Tổng cục thống kê Việt Nam, có giá trị trong khoảng 8,8 đến 8,97 (đã lấy log). Diện tích đất nông nghiệp càng tăng thì xuất khẩu càng tăng.

- *POPNNK* – *Dân số nước nhập khẩu*: dân số quốc gia nhập khẩu được thu thập từ nguồn dữ liệu của ngân hàng thế giới, giá trị của nó thay đổi từ 12,31 đến 19,71 (sau khi lấy log). Dân số nước nhập khẩu càng tăng càng tạo điều kiện cho xuất khẩu gạo sang thị trường nước đó.

2.6 Kỳ vọng của nghiên cứu về ảnh hưởng của các biến

Bảng 2: Đặc điểm của các biến trong mô hình hồi quy

Kí hiệu	Ý nghĩa	Logarit hóa	Dấu kỳ vọng
EXP	Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang các quốc gia	✓	
GDPVN	Tổng sản phẩm quốc nội của Việt Nam	✓	+
GDIS	Khoảng cách địa lý giữa quốc gia đầu tư và Việt Nam	✓	-
EDIS	Khoảng cách kinh tế giữa quốc gia nhập khẩu và Việt Nam	✓	-
INFDVN	Lạm phát của Việt Nam		+
LANDVN	Diện tích đất nông nghiệp Việt Nam	✓	+
POPNNK	Dân số nước nhập khẩu	✓	+

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Thống kê mô tả và ma trận tương quan

Bảng 3 thể hiện hệ số phóng đại phương sai VIF, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và các biến tương quan trong mô hình nghiên cứu. Tất cả các hệ số tương quan giữa các cặp biến trong mô hình đều nhỏ hơn 0,80, giá trị cao nhất là 0,56 – mối tương quan giữa GDP Việt Nam và diện tích đất nông nghiệp Việt Nam. Bảng 2 cũng cho biết giá trị VIF của các biến đều dưới ngưỡng giá trị là 10,00 (Hair và cộng sự, 2006). Điều này hàm ý rằng, không có hiện tượng đa cộng tuyến khi xem xét tất cả các biến này đồng thời trong mô hình nghiên cứu.

Bảng 3. Trung bình, độ lệch chuẩn và ma trận tương quan của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu

Biến	VIF	Trung bình	Độ lệch chuẩn	EXP	GDPVN	GDIS	EDIS	INFVN	LAND
EXP	1,84	15,53	3,645						
GDPVN	2,41	25,09	0,634	0,1511					
GDIS	2,13	7,305	0,551	0,3754	0,0000				
EDIS	1,62	7,72	1,869	0,1291	0,2055	0,5506			
INFVN	2,24	7,153	6,238	0,0549	0,2387	-0,000	0,096		
LAND	3,23	8,92	0,026	0,1423	0,5655	0,0000	0,099	-0,2330	
POPKN	3,01	16,61	1,910	0,3927	0,0377	0,1503	-0,486	0,0115	0,0215

Nguồn: tác giả tự tổng hợp từ phần mềm STATA, 2016

3.2 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Nghiên cứu đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến gạo Việt Nam bằng cả ba mô hình OLS, FEM, REM. Do các phương pháp khác nhau nên kết quả ước lượng cũng khác nhau; nếu chỉ nhìn kết quả của mỗi ước lượng thì sẽ đưa ra lựa chọn không chính xác, không phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Vì thế cần phải tiến hành những kiểm định cần thiết để có thể sử dụng đúng mô hình nghiên cứu.

Xét mô hình OLS không phân biệt sự khác nhau về không gian và thời gian của mỗi quan sát, do đó chỉ phù hợp với trường hợp không có những ảnh hưởng riêng biệt từ những quốc gia khác nhau. Tuy nhiên trong hầu hết trường hợp, dữ liệu bảng tồn tại những ảnh hưởng riêng biệt. Khi đó mô hình hồi quy gộp không phù hợp và ta phải lựa chọn một trong hai mô hình ảnh hưởng cố định (FEM) và mô hình ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM).

Để kiểm định lựa chọn phương pháp REM và FEM, tác giả dùng phương pháp Hausman để kiểm định, kết quả cho thấy giá trị $P\text{-value}=0.7914 > 0.05$; có nghĩa là, ở mức ý nghĩa 5%, ta chấp nhận giả thuyết H_0 , tức là không có sự khác biệt giữa mô hình tác động cố định FEM và mô hình tác động ngẫu nhiên REM. Vì thế nên lựa chọn kiểm định REM (Bảng 4)

Bảng 4: Mô hình REM với sai số chuẩn mạnh về mức độ tác động của các nhân tố đến kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam

Biến	Hệ số góc	Giá trị z	Mức ý nghĩa
Hệ số chặn	-195,83	-2,38	0,017**
GDPVN	1,244.	1,89	0,059*
DIS	6,64	2,39	0,017**
EDIS	-1,46	-1,68	0,094*
INFVN	0,048	2,35	0,019**
LAND	16,4	1,93	0,053*
POPKN	-0,246	-0,59	0,556
Số quan sát		128	
Hệ số kiểm định		0,1793	
Giá trị kiểm định Wald		19,39	

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý từ STATA, 2016

*, ** và *** lần lượt diễn giải giá trị mức ý nghĩa thống kê tại 10%, 5% và 1%

Kết quả mô hình REM cho thấy, mô hình đã giải thích được 17.34% ảnh hưởng của các nhân tố đến kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường ASEAN. Mô hình hồi quy là:

$$EXP = -195.83 + 1.244GDPVN + 6.64DIS - 1.46EDIS + 0.048INNVN + 16.4LAND$$

Với biến **Tổng sản phẩm quốc nội GDPVN**, hệ số β_1 mang dấu dương đúng với kỳ vọng về dấu đã nêu ở mục 2.1, cho thấy tác động cùng chiều của GDP trong nước tới xuất khẩu gạo của Việt Nam. Cụ thể, khi GDP Việt Nam tăng 1% thì kim ngạch xuất khẩu gạo tăng 1,244%. GDP nước xuất khẩu thể hiện quy mô nền kinh tế, do đó cũng thể hiện sức cung hàng hóa. GDP càng cao, cung gạo của Việt Nam càng lớn và xuất khẩu có xu hướng tăng theo là do Việt Nam đầu tư thêm vốn vào giống, kỹ thuật, công nghệ để góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu.

Biến khoảng cách địa lý GDIS giữa Việt Nam và nước nhập khẩu nông sản có tác động cùng chiều đến xuất khẩu gạo Việt Nam, điều này ngược lại với lý thuyết và dự đoán ban đầu của tác giả. Theo như mô hình, khoảng cách địa lý tăng lên 1% thì kim ngạch xuất khẩu gạo tăng 6,64%. Đối với thị trường ASEAN, dù khoảng cách địa lý khá lớn đối với những quốc gia ở đảo như Philippines, Indonesia, Malaysia, Brunei, Singapore nhưng với lý do những nước ở đảo này không có hệ thống sông quy mô lớn, đủ để đáp ứng cho sản xuất lúa gạo dựa vào nước trời với chi phí thấp; bên cạnh đó hàng năm Indonesia và Philippines phải hứng chịu những hậu quả nặng nề từ thiên tai.

Biến khoảng cách về trình độ phát triển kinh tế giữa Việt Nam và nước xuất khẩu (EDIS) có tác động ngược chiều đến kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam, nghĩa là khi khoảng cách trình độ phát triển kinh tế giữa hai nước càng lớn sẽ làm cho thương mại giữa hai nước giảm, tức là kim ngạch xuất khẩu gạo giảm đi. Theo như mô hình, khi khoảng cách kinh tế giảm 1% thì kim ngạch xuất khẩu gạo tăng 1,46%. Đa số các nước trong khu vực ASEAN đều có GDP trên đầu người lớn hơn Việt Nam (trừ Lào) vì thế khi càng phát triển, các quốc gia càng có xu hướng giảm số lượng tiêu thụ gạo, bên cạnh đó lại yêu cầu cao hơn về chất lượng gạo sử dụng. Vì thế khi khoảng cách kinh tế càng lớn sẽ càng làm giảm kim ngạch xuất khẩu gạo của nước ta.

Biến lạm phát INNVN nhận hệ số âm cho thấy tác động ngược chiều của biến này đến khả năng xuất khẩu gạo Việt Nam, khi lạm phát tăng lên 1% thì kim ngạch xuất khẩu sẽ tăng 0,048%. Khi lạm phát tăng, sẽ đẩy giá gạo trong nước lên, sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh với các sản phẩm gạo của các nước khác, làm cho kim ngạch của Việt Nam giảm. Mặc dù kết quả này có khác so với lý thuyết và giả thuyết đưa ra song lại phù hợp với xu thế chung của quá trình toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ trong những năm qua.

Diện tích trồng lúa LANDVN, kết quả hồi quy cho thấy diện tích trồng lúa của Việt Nam có tác động cùng chiều đến kim ngạch xuất khẩu: khi diện tích trồng lúa càng lớn thì kim ngạch xuất khẩu càng lớn, cụ thể khi diện tích trồng lúa tăng 1% thì kim ngạch xuất khẩu tăng 16,9% - một con số khá lớn, tác động cùng chiều này đúng như dự đoán của kỳ vọng. Điều này cũng là hiển nhiên, khi nguồn nguyên liệu dồi dào thì tạo nguồn động lực để các doanh nghiệp xuất khẩu sang nước ngoài thuận tiện và chủ động hơn đối với nguồn nguyên liệu.

Như vậy, tác động đến kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam gồm nhiều nhân tố, các nhân tố này có thể tác động tích cực hoặc tiêu cực. Tuy nhiên kết quả thu được từ mô hình khá phù hợp với lý thuyết và thực tiễn ở Việt Nam.

4. KẾT LUẬN

Dựa trên những lý thuyết và những mô hình thực nghiệm của những tác giả trước về mô hình hấp dẫn trong thương mại để phân tích định lượng các yếu tố ảnh hưởng tới xuất khẩu gạo của Việt Nam. Với dữ liệu thu thập được từ 8 nước trong 16 năm từ 2000 đến 2015, mô hình đã thu được kết quả như sau: yếu tố GDP của nước xuất khẩu (Việt Nam), khoảng cách địa lý, chỉ số lạm phát và diện tích đất nông nghiệp của Việt Nam có ảnh hưởng tích cực đến kim ngạch xuất khẩu; còn khoảng cách kinh tế thì có tác động ngược chiều.

Từ thực tế hoạt động xuất khẩu gạo Việt Nam và kết hợp với kết quả thu được từ mô hình tác giả đề xuất ra một số hướng đi cho xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN như sau: Thứ nhất, *cần tập trung tăng giá trị GDP của quốc gia, đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế*, để tăng cường xuất khẩu nói chung và xuất khẩu gạo nói riêng. Tổng sản phẩm quốc nội GDP thể hiện quy mô của nền kinh tế, vì vậy quy mô GDP càng lớn tức là nền kinh tế càng mạnh. Vì thế cần tập trung phát triển GDP thông qua những cách như: tiếp tục thực hiện nhất quán mục tiêu tăng cường ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, đạt mức tăng trưởng cao hơn năm trước và điều hành chủ động, linh hoạt các công cụ chính sách tiền tệ, phối hợp chặt chẽ, đồng bộ với chính sách tài khóa. Bên cạnh đó tập trung tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh. Qua đó, nước ta sẽ tạo ra một môi trường kinh doanh lành mạnh, hấp dẫn nhiều nhà đầu tư ngoài nước và tạo động lực cho việc sản xuất hàng hóa phục vụ xuất khẩu trong nước.

Thứ hai, *cần tập trung phát triển tại các thị trường có khoảng cách địa lý lớn*. Đã từ lâu, những quốc gia ở đảo như Indonesia, Philippines, Malaysia, Singapore, Brunei với điều kiện tự nhiên không thuận lợi về nguồn nước cũng như điều kiện tự nhiên, vì thế lượng gạo từ các quốc gia này không đủ để cung cấp cho nguồn cung trong nước. Còn đối với Việt Nam ta, có điều kiện tự nhiên tương đối thuận lợi và những lợi thế sẵn có, cần được tiếp tục khai thác và phát triển xuất khẩu gạo tại các thị trường này được xem như là hướng đi phù hợp trong ngành xuất khẩu gạo Việt Nam. Thông qua việc tạo lập mối quan hệ thương mại với các nước có nhu cầu lớn về xuất khẩu gạo, tranh thủ khai thác các mối quan hệ để ký các hiệp định xuất khẩu gạo hoặc các bản thỏa thuận phối hợp, hợp tác với các nước để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động. Trong quá trình xuất khẩu gạo, cần tranh thủ gây dựng uy tín thương mại quốc tế đối với các bạn hàng, từng bước tạo thói quen ưa chuộng, tiêu dùng gạo Việt Nam, từ đó đẩy mạnh xuất khẩu chiếm lĩnh thị trường.

Thứ ba, *nâng cao chất lượng gạo để có thể đáp ứng ở những thị trường lớn*. Theo kết quả đã nghiên cứu ở trên, khoảng cách về trình độ phát triển kinh tế có tác động tiêu cực đến kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam. Như vậy, những thị trường có GDP bình quân đầu người cao thường có xu hướng ít nhập khẩu gạo, yêu cầu của họ sẽ cao hơn, đòi hỏi giống lúa tốt hơn, ít lai tạp hơn cũng như các tiêu chuẩn (về hàm lượng phân bón, hóa học...) sẽ cao hơn. Khi đó, đòi hỏi các sản phẩm gạo xuất khẩu vào những thị trường này cần có chất lượng tốt, đồng đều để có thể vượt qua các rào cản thương mại đến được tới tay người tiêu dùng.

Thứ tư, *tăng diện tích đất trồng lúa và cố gắng nâng cao năng suất lúa để có thể đáp ứng được nhiều nhu cầu từ các thị trường*. Theo kết quả nghiên cứu, diện tích đất trồng lúa có tác động tích cực đến khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Với thực tế của Việt Nam hiện nay là diện tích đất trồng lúa đang có xu hướng giảm mạnh do quá trình đô thị hóa diễn ra mạnh mẽ. Thêm vào đó, diện tích gieo trồng lúa ở một số địa phương kém hiệu quả làm cho phải thay thế cây lúa bằng những mặt hàng khác như: ngô, sắn, mía hoặc cây lâu năm như cam sành, sắn và hoa màu ... Trong thời gian tới, để nâng cao chất lượng cũng như sản lượng gạo xuất khẩu cần có các biện pháp tăng diện tích đất trồng lúa có quy hoạch theo vùng nhằm tập trung sản xuất với quy mô lớn, giảm diện tích canh tác nhỏ nhằm đạt lợi ích kinh tế vì quy mô.

Thứ năm, *duy trì lạm phát ở mức độ ổn định*. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, lạm phát làm tăng giá giá hối đoái. Sự mất giá của tiền trong nước so với ngoại tệ làm giá xuất khẩu tăng cao, từ đó tăng kim ngạch xuất khẩu. Tuy nhiên nếu lạm phát quá cao sẽ làm ảnh hưởng đến đầu tư trong và ngoài nước, cũng như ảnh hưởng đến ngân sách nhà nước; ngoài ra, tác động của lạm phát đến kim ngạch khá thấp (khi lạm phát tăng 1% thì kim ngạch chỉ tăng 0.048%) vì thế dù lạm phát có ảnh hưởng tích cực đến kim ngạch, nước ta cũng cần phải kiềm hãm lạm phát. Cần có chính sách thắt chặt tiền tệ chặt chẽ, thận trọng; kiểm chế tốc độ tăng trưởng tối đa.

Về hạn chế và định hướng nghiên cứu trong tương lai, đề tài đã chỉ ra được một số nhân tố có ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường Châu Á, nhưng chưa chỉ ra được các tác động qua lại lẫn nhau giữa các nhân tố (là hỗ trợ hay nghịch chiều). Bên cạnh đó, vẫn còn một số khía cạnh và nhân tố có khả năng ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam nhưng vẫn chưa được đề cập và nghiên cứu trong bài ví dụ như khác biệt văn hóa của tổ chức xuất khẩu và tổ chức nhập khẩu gạo, tỷ giá hối đoái giữa các đồng tiền thanh toán trong xuất nhập khẩu giữa các quốc gia, và độ mở của nền kinh tế của các quốc gia. Do vậy, trong các nghiên cứu tiếp theo, việc tìm hiểu các nhân tố tác động và ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo của Việt Nam không chỉ dừng lại ở mô hình này mà

cần được thực hiện với những nghiên cứu sâu hơn, đầy đủ các nhân tố hơn nhằm đánh giá tổng thể một cách đầy đủ nhất các nhân tố được đưa ra trong mô hình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đào Ngọc Tiến, 2009. Các nhân tố ảnh hưởng đến luồng xuất khẩu của Việt Nam và hàm ý chính sách trong bối cảnh khủng hoảng toàn cầu (Determinants to Vietnam export flows and government implications under the global crisis). Hội thảo Nghiên cứu về chính sách thương mại quốc tế, Trường Đại học Ngoại Thương. 7-8/12/2009
2. Đỗ Thái Trí (2006). A Gravity Model for Trade between Vietnam and twenty-three European countries. Ph.D Thesis. Department of Economics and Society, Dalarna University, Sweden.
3. Egger P. and Pfaffermayr M., 2003. The proper panel econometric specification of the gravity equation: A three way model with bilateral interaction effects. *Empirical Economics*. 28: 571-580.
4. Feenstra R. C., Markusen J.A. and Rose A.K., 2002. Using the gravity equation to differentiate among alternative theories of trade. *Canadian Journal of Economics*. 34(2): 430-447.
5. Folawewo, Abiodun O. and Olakojo A. S., 2010. Determinants of Agricultural Exports in Oil Exporting Economy: Empirical Evidence from Nigeria. *Journal of Economic Theory*. 4(4): 84-92.
6. Gbetnkom D. and Khan A. S., 2002. Determinants of Agricultural exports: The case of Cameroon. African economic research consortium, Cameroon. AERC Research paper 120.
7. He, C., Quagrainie, K.K. and Wang, H.H., 2013. Determinants of shrimp importation into the USA: an application of an augmented gravity model. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*. 11(3): 219-228.
8. Hoàng Thị Ngọc Lan, 2005. Các nhân tố tác động lên thị trường nông sản trong quá trình gia nhập AFTA dưới góc độ kinh tế chính trị. Luận án tiến sĩ. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Huy Quynh Nguyen, 2014. Determinants of VietNam exports: Application of Gravity model. PhD Thesis. Australian National University.
10. Linnermann H., 1966. An Econometric Study of International Trade Flows. *The Economics Journal*. Vol 77, 366-368.
11. Lương Xuân Quỳ, 2008. Chính sách và giải pháp nâng cao giá trị gia tăng hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay. Đề tài cấp Bộ.
12. Mai Thị Cẩm Tú, 2015. Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Nhật. Tạp chí Phát triển và Hội nhập tháng 01-02/2015. Số 20, trang 67-75.
13. Martinez-Zarzoso I. and Nowak-Lehmann, 2003. Gravity Model: An Application to Trade between Regional Blocs. *Atlantic Economic Journal*. 31(2), 174-187.
14. Matyas, L., Konya, L. and Harris, M.N., 1997. Modelling export activity in a multicountry economic area: The APEC case. Working paper, Monash University, Department of Econometrics and Business Statistics, No.1/97.
15. N. Gregory Mankiw, 2002. Kinh tế vĩ mô. Hà Nội: NXB Thống kê.
16. Ngô Thị Mỹ, 2015. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản tại Việt Nam. Luận án tiến sĩ. Đại học Thái Nguyên. Thái Nguyên, Việt Nam.
17. Nguyễn Bắc Xuân, 2010. The Determinants of Vietnamese Export Flows: Static and Dynamic Panel Gravity Approaches. *International Journal of Economics and Finance*. Vol 2, No 4, p 122 - 129.
18. Nguyễn Minh Sơn, 2010. Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Hà Nội: Trường ĐH Kinh tế Quốc dân.
19. Nguyễn Tiến Dũng, 2011. Tác động của khu vực thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc đến thương mại Việt Nam. Tạp chí Khoa học Công nghệ - ĐH quốc gia Hà Nội, tr. 219-231.
20. Nguyễn Văn Hùng, 2013. Chính sách tiêu thụ nông sản Việt Nam trong quá trình thực hiện các cam kết với Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Luận án tiến sĩ. Trường ĐH Kinh tế, ĐH Quốc

Gia Hà Nội. Hà Nội.

21. Nguyễn Văn Tuấn và Trần Hòe, 2008. Giáo trình Thương mại quốc tế- Phần 1. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
22. Nho Pham Van, Huong Vu Thanh, 2014. Analyzing the determinants of Service Trade Flows between VietNam and the European Union: A Gravity Model Approach. VNU Journal of Science: Economics and Business, Vol.30. No. 5E(2014) 51-64
23. Phạm Đức Lâm, 2015. Phân tích các yếu tố tác động đến kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng Việt Nam theo mô hình Gravity. Luận văn thạc sĩ kinh tế. Đại học Đà Nẵng. Đà Nẵng.
24. Quan Minh Nhứt, Lê Trần Thiên Ý và Trần Thị Bạch Yến, 2013. Giáo trình nghiệp vụ ngoại thương. Cần Thơ: NXB Đại học Cần Thơ.
25. Sevela M., 2002. Gravity type model of Czech agricultural export. Agricultural Economics. 48: 463-466.
26. Tinbergen J., 1962. Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economy Policy. New York: The Twentieth Century Fund.
27. Trịnh Thị Ái Hoa, 2006. Chính sách xuất khẩu nông sản của Việt Nam. TPHCM: Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
28. Từ Thủy Anh và Đào Nguyên Thắng, 2008. Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với các nước ASEAN+3. Bài Nghiên cứu NC-05/2008. Hà Nội: Trường Đại học Kinh tế, ĐH Quốc gia Hà Nội.
29. Võ Thy Trang, 2014. Vận dụng mô hình trọng lực trong đo lường thương mại nội ngàn hàng chế biến giữa Việt Nam và một số nước thành viên thuộc APEC. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, số 117, trang 167-176.
30. Võ Văn Dứt, 2015. Tác động của khoảng cách thể chế đến xuất khẩu của doanh nghiệp: Trường hợp của Việt Nam. Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ, số 40, trang 62-64.
31. Wei G., Huang J. and Yang J., 2012. The impacts of food safety standards on China "tea export". China Economic Review 21(2), pp. 253-264.

QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG BẢO HIỂM Y TẾ CỦA NGƯỜI DÂN Ở VIỆT NAM

Phạm Minh Ngọc¹ và Phan Đình Khôi^{2,*}

¹Ngân hàng Công Thương Chi nhánh Cần Thơ

²Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: pdkhoi@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Sử dụng bảo hiểm y tế (BHYT) trong khám chữa bệnh tại các cơ sở y tế thu hút sự quan tâm của người dân ở Việt Nam. Bài viết này nhằm mục tiêu phân tích quyết định sử dụng BHYT của người dân dựa vào số liệu Điều tra mức sống dân cư năm 2012 (VHLSS 2012). Kết quả nghiên cứu cho thấy không có sự khác biệt trong quyết định sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh đối với yếu tố dân tộc và giới. Trong khi đó, xác suất sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh diễn ra cao hơn đối với nhóm người có thu nhập thấp, sống ở thành thị, tuổi cao, trình độ học vấn thấp, và bệnh nặng. Từ kết quả phân tích, một số đề xuất giúp giảm rủi ro đạo đức khi sử dụng BHYT bao gồm: cải tiến thủ tục đăng ký thẻ BHYT; cải tiến chất lượng khám chữa bệnh ở các tuyến; thời gian khám chữa bệnh của chủ thẻ BHYT; đầu tư nâng cao chất lượng các cơ sở y tế, bệnh viện cấp huyện, và xã; và tăng cường tuyên truyền lợi ích của thẻ BHYT đối với đại đa số người dân.

Từ khoá: bảo hiểm y tế, khám chữa bệnh, probit, VHLSS.

PEOPLE'S DECISION TO USE MEDICAL INSURANCE IN VIET NAM

ABSTRACT

Decision to use medical insurance for health care attracts a majority of people in Vietnam. This paper analyzed people's decision to use medical insurance for health care applying probit model and VHLSS (Vietnam Household Living Standards Survey) 2012. The result showed that there is no difference in the decision of using the medical insurance between Kinh and other peoples, as well as between men and women. Besides, people who were poor, lived in urban areas, elderly or had serious illness tend to use medical insurance more often than others. Some recommendations to overcome limited access and limited usage of medical insurance for health care include: improving medical insurance registration procedures; improving the process by effectively managing time when applying and using health insurance; upgrading health care facilities, hospitals at district and commune levels; strengthening propaganda on the benefits of medical insurance.

Keywords: medical insurance, health care, probit, VHLSS.

1. Giới thiệu

Thu nhập bình quân đầu người gia tăng kéo theo nhu cầu chăm sóc sức khỏe ngày càng gia tăng của đa số người dân. Dịch vụ chăm sóc sức khỏe có đặc điểm riêng biệt khác với hàng hóa thông thường. Thứ nhất, nhu cầu chăm sóc sức khỏe cũng như nguy cơ mắc bệnh của mỗi cá nhân khác biệt nhau, nên chi phí y tế gắn với dịch vụ chăm sóc sức khỏe thường khó dự đoán chính xác. Thứ hai, dịch vụ chăm sóc sức khỏe phụ thuộc chủ yếu vào các cơ sở y tế bởi vì bất kể người bệnh có nhu cầu khám chữa bệnh thế nào, thời gian và phương pháp điều trị do bác sĩ quyết định. Đặc biệt là dịch vụ chăm sóc sức khỏe gắn liền với sinh mạng nên dù không có tiền thì nhu cầu khám chữa bệnh là rất cấp thiết (Lê Quang Cường, 2008). Do vậy, bảo hiểm y tế là một trong những lựa chọn được dùng để bù đắp rủi ro sức khỏe của người dân ở các quốc gia trên thế giới và không loại trừ ở Việt Nam.

Ở Việt Nam, BHYT được xây dựng dựa trên nguyên tắc chia sẻ rủi ro bệnh tật và chi phí khám chữa bệnh giữa những người tham. BHYT được cung cấp bởi công ty bảo hiểm của Nhà nước hoạt động vì mục tiêu lợi ích cộng đồng. Luật BHYT năm 2014 của Việt Nam quy định người tham gia BHYT trả mức phí bảo hiểm theo quy định, số tiền này sẽ được tổ chức BHYT chuyển vào quỹ BHYT và dùng để chi trả cho các cơ sở y tế theo hợp đồng khám chữa bệnh BHYT. Mức chi trả BHYT đối với cá nhân phụ thuộc vào đối tượng, cơ sở y tế và loại hình khám chữa bệnh. Nhìn chung, BHYT nhằm

mục tiêu giảm gánh nặng chi phí y tế cho người bệnh. Tuy nhiên, vấn đề cung cấp dịch vụ khám chữa bệnh cho người có BHYT và sử dụng BHYT còn tồn tại những bất cập cả ở cả hai phía.

Phía cung cấp dịch vụ khám chữa bệnh, nhiều cơ sở y tế phân biệt đối xử giữa hình thức thanh toán chi phí khám chữa bệnh bằng tiền mặt với hình thức khám chữa bệnh bằng BHYT (*ex-ante*). Những bệnh nhân thanh toán tiền mặt thường được chăm sóc tốt và được chú ý nhiều hơn so với những người có BHYT (Huynh và Pretorius, 2009). Cong và Mai (2014) và Nguyen (2011) phân tích các yếu tố tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân khi điều trị tại các bệnh viện công và tư ở Việt Nam. Kết quả chỉ ra rằng các yếu tố hữu hình như thiết bị, dụng cụ y khoa, môi trường bệnh viện có vai trò quan trọng nhất trong việc kì vọng về chất lượng dịch vụ. Yếu tố có ảnh hưởng tiếp theo là “thái độ và y đức” và cuối cùng là “dễ dàng tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe”. Bên cạnh đó, lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tư cũng tồn tại một số vấn đề đáng quan tâm là người cung cấp muốn tối đa hóa lợi ích ngược lại với nguyện vọng của bệnh nhân. Thị trường cung cấp dịch vụ sức khỏe tư thường thao túng nhu cầu bệnh nhân cả về số lượng và chất lượng thuốc (Nguyen, 2011).

Sử dụng BHYT khám chữa bệnh liên quan đến vấn đề rủi ro đạo đức (*ex-post*). Nguyễn Thị Minh và Hoàng Bích Phương (2012) phân tích sử dụng số liệu VHLSS năm 2008 và 2012 cho thấy rủi ro đạo đức trong BHYT tự nguyện đã gia tăng về mức độ và diễn ra theo nhóm tuổi ở năm 2010 so với năm 2008. Tương tự, Nguyễn Văn Phúc và Cao Việt Cường (2014) sử dụng số liệu phỏng vấn trực tiếp người dân trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh từ tháng 03/2014 đến tháng 05/2014 cho thấy có hiện tượng lựa chọn bất lợi và rủi ro đạo đức trong việc cấp và sử dụng BHYT tự nguyện trên địa bàn. Trong đó, những người dân có sức khỏe không tốt nằm trong số nhiều những người mua BHYT (lựa chọn bất lợi) và những người có BHYT tự nguyện đi khám bệnh nhiều hơn so với những người không có BHYT hoặc sở hữu các loại BHYT khác (rủi ro đạo đức).

Thực trạng trên đặt ra thách thức lớn cho mục tiêu của chương trình BHYT toàn dân đến năm 2020, trong khi tỷ lệ bao phủ BHYT năm 2015 chỉ khoảng trên 70% và nhiệm vụ còn lại là phải mở rộng tỉ lệ BHYT cho 30% dân số còn lại. Do vậy, nghiên cứu đề xuất hành vi sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh của người dân và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng BHYT trong khám chữa bệnh của người dân có ý nghĩa đối với hoạt động triển khai chương trình BHYT toàn dân trong giai đoạn hiện nay.

Bài viết này nhằm mục tiêu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng BHYT trong khám chữa bệnh của người dân ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu là cơ sở đề xuất hướng cải cách hoạt động của BHYT trong giai đoạn tới. Phần còn lại của bài viết bao gồm: mục 2 trình bày phương pháp nghiên cứu; mục 3 trình bày kết quả và thảo luận; mục 4 kết luận và đề xuất hướng phát triển BHYT ở Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1 Mô hình lý thuyết

Mô hình quyết định mua BHYT bắt đầu từ mục tiêu tối đa hóa lợi ích kỳ vọng của cá nhân gắn với giá trị tài sản và chi phí khám chữa bệnh (Proper *et al.*, 2001). Cá nhân quyết định mua BHYT nhằm phòng ngừa rủi ro giảm giá trị tài sản trong điều kiện chi phí khám chữa bệnh không chắc chắn. Với giá trị tài sản ban đầu $w_{\min}$, hàm lợi ích kỳ vọng của cá nhân trong trường hợp không có BHYT có dạng:

$$U_i^0 = \text{Max}[w_i^{\min} + (y_i - c_i - \lambda_i)] \quad (1)$$

và trong trường hợp có BHYT có dạng

$$U_i^1 = \text{Max}[w_i^{\min} + (y_i - c_i - \theta_i - \lambda_i)] \quad (2)$$

trong đó, U_i^0 và U_i^1 là lợi ích kỳ vọng của cá nhân trong trường hợp không mua BHYT và có mua BHYT; $w_i^{\min}$ là giá trị tài sản ban đầu; y_i và c_i là thu nhập và chi tiêu; θ_i là phí bảo hiểm; λ_i là chi phí khám chữa bệnh kỳ vọng.

Trong trường hợp *ex-ante*, cá nhân dựa vào kết quả so sánh lợi ích kỳ vọng của hai trạng thái U_i^0 và U_i^1 để quyết định mua BHYT. Thêm vào đó, lợi ích kỳ vọng của cá nhân sử dụng BHYT còn phụ thuộc vào chất lượng dịch vụ y tế. Besley *et al.* (1999) chỉ ra rằng chất lượng khám chữa bệnh, các chi phí tiếp cận dịch vụ khám chữa bệnh ở các cơ sở y tế, và sự sẵn có của các cơ sở trong một khu vực địa phương có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng BHYT của cá nhân. Trong trường hợp *ex-post*, cá nhân sử dụng BHYT khám chữa bệnh khi chênh lệch giữa lợi ích dương đạt được do sử dụng và không sử dụng BHYT. Dựa vào hàm hữu dụng kỳ vọng của cá nhân, quyết định sử dụng BHYT được xây dựng bằng cách so sánh các mức hữu dụng trong điều kiện cá nhân đã mua BHYT. Khi đó, gọi $\mathbf{x}_i$ là véc-tơ tập hợp các biến giải thích cho các yếu tố ảnh hưởng đến lợi ích của cá nhân quyết định mua và sử dụng BHYT khám chữa bệnh. Basu *et al.*, (2012) và Sepehri *et al.*, (2009) chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ BHYT bao gồm đặc điểm của cá nhân, đặc điểm thu nhập và chi tiêu, mức phí bảo hiểm, chất lượng dịch vụ y tế, và chi phí khám chữa bệnh kỳ vọng. Mô hình cá nhân quyết định sử dụng BHYT được viết lại như sau:

$$\Delta U_i^* = \mathbf{x}_i' \beta + \varepsilon_i \quad (3)$$

trong đó ε_i là sai số ngẫu nhiên, và β là véc-tơ các tham số ước lượng. Vì mức chênh lệch lợi ích của cá nhân, ΔU_i^* , không quan sát được, các hệ số β có thể được ước lượng bằng mô hình xác suất với biến phụ thuộc là biến nhị phân (Wooldridge, 2010).

2.1 Mô hình ước lượng

Ước lượng phương trình (3) bằng mô hình probit, có dạng:

$$\Delta U_i^* = \mathbf{x}_i' \beta + \varepsilon_i$$

$$I_i = \begin{cases} 0 & \text{if } \Delta U_i^* \leq 0 \\ 1 & \text{if } \Delta U_i^* > 0 \end{cases} \quad (4)$$

trong đó ΔU_i^* được đo lường thông qua biến phụ thuộc nhị phân I_i (I_i nhận giá trị bằng 1 nếu cá nhân sử dụng BHYT trong khám chữa bệnh và ngược lại I_i bằng 0). Các yếu tố tác động đến việc sử dụng thẻ BHYT được phân tích bằng mô hình probit, bao gồm: tuổi, tuổi bình phương, dân tộc, số lần khám, thành thị, giới tính, thu nhập bình quân, cơ sở y tế, vùng, loại hình bảo hiểm, trình độ học vấn. Xác suất của cá nhân sử dụng BHYT khám chữa bệnh được biểu diễn qua công thức sau:

$$\Pr(I_i = 1 | \mathbf{x}) = \Pr(\Delta U_i^* > 0 | \mathbf{x}) = \Pr(\mathbf{x}_i' \beta + \varepsilon_i > 0) \quad (5)$$

$$= \Pr(\varepsilon_i > -\mathbf{x}_i' \beta) = \Pr(\varepsilon_i \leq \mathbf{x}_i' \beta) = \Phi_i(\mathbf{x}_i' \beta)$$

Trong đó $\Phi_i(\cdot)$ là hàm phân phối tích lũy chuẩn (cdf), với $\phi_i(\cdot)$ là hàm mật độ phân phối chuẩn (pdf). Tuy nhiên hệ số ước lượng β thường không được sử dụng trực tiếp để giải thích ý nghĩa của các biến độc lập trong mô hình (Wooldridge, 2002). Tác động biên sẽ được tính toán và được sử dụng để giải thích ý nghĩa của mô hình thay cho các hệ số ước lượng β , dựa theo công thức:

$$\frac{\partial \Phi_i(\cdot)}{\partial x_{ik}} = \phi_i(\cdot) \beta_k \quad (6)$$

Các hệ số β và hiệu ứng biên $\phi_i(\cdot) \beta_k$ từ mô hình này được ước lượng bằng phương pháp ước lượng hợp lý tối đa (MLE).

2.3 Số liệu

Bộ số liệu thu thập thông tin mức sống dân cư từ VHLSS 2012 được Tổng cục Thống kê thu thập vào tháng 3, 6, 9 và 12 trong năm 2012 từ 3.133 địa bàn được sử dụng. Thông tin khảo sát bao gồm hai

phần: thứ nhất, phần dành cho hộ dân cư có các thông tin về các yếu tố nhân khẩu học, di cư, giáo dục, y tế, thu nhập, chi tiêu, đồ dùng lâu bền, nhà ở và tham gia các chương trình trợ giúp ở cấp độ hộ gia đình; và thứ hai, phần dành cho xã thu thập các thông tin phản ánh điều kiện sống trong phạm vi xã ảnh hưởng đến mức sống của hộ dân cư. Các biến trong mô hình nghiên cứu được lấy từ phần khảo sát hộ gia đình. Cụ thể ở các bảng phỏng vấn bao gồm mục 1 có nội dung về thành viên hộ gia đình, mục 2 có nội dung về giáo dục, mục 3 có nội dung về y tế.

3. Kết quả và thảo luận

3.1 Thực trạng mua BHYT của người dân

Số liệu VHLSS 2012 cho thấy có 12.348 người dân có BHYT trong tổng số 17.139 quan sát, tỉ lệ bao phủ của BHYT là khoảng 72%. Trong đó, số người sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh là 8.338 người, tỷ lệ sử dụng BHYT là 68% trong tổng số người có BHYT (Bảng 1).

Bảng 1. Thực trạng về việc sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh

	Không có bảo hiểm	Bảo hiểm bắt buộc	Bảo hiểm tự nguyện	Bảo hiểm cho người nghèo	Tổng
Số lượt người không sử dụng BHYT	4,791	705	1,533	1,772	8,801
Tỉ lệ không sử dụng BHYT (%)	54%	8%	17%	20%	100%
Số người có sử dụng BHYT	0	1,335	2,575	4,428	8,338
Tỉ lệ có sử dụng BHYT (%)	0%	16%	31%	53%	100%
Tổng	4,791	2,040	4,108	6,200	17,139

Nguồn: VHLSS 2012

Nghiên cứu chỉ tập trung vào các đối tượng khám chữa bệnh ngoại trú vì nhóm đối tượng này thường ít tiếp cận đến lợi ích của thẻ BHYT (ít sử dụng thẻ) hơn nhóm đối tượng khám nội trú. Bảng 1 cho thấy loại hình bảo hiểm được sử dụng phổ biến nhất là bảo hiểm cho người nghèo (chiếm khoảng 53% trong tổng quan sát có sử dụng thẻ) và bảo hiểm bắt buộc được sử dụng ít nhất (chiếm khoảng 16% trong tổng quan sát có sử dụng thẻ). Tỷ trọng của việc không sử dụng thẻ BHYT chiếm khoảng 51% tổng quan sát (có 8.801 quan sát không sử dụng thẻ BHYT khi khám chữa bệnh) và có 46% trong số đó có thẻ BHYT (4.010 quan sát có thẻ trong tổng số 8.801 quan sát không sử dụng thẻ).

3.2 Đặc điểm của người mua BHYT

Bảng 2 cho thấy người sở hữu BHYT có độ tuổi trung bình khoảng 36 tuổi, trong đó, mức tuổi đa dạng từ 1 đến 102 tuổi. Số lần khám trung bình là 2,4 lần trong năm, trong đó, có những đáp viên không khám lần nào và có đáp viên khám đến 80 lần trong năm.

Bảng 2. Đặc điểm cá nhân của người mua BHYT

Biến	Trung bình	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Độ lệch chuẩn
Tuổi	35,6120	1	102	23,3787
Số lần khám	2,4762	0	80	3,4635

Nguồn: VHLSS 2012

Bảng 3 trình bày đặc điểm nhân khẩu học của người mua BHYT. Đa phần người mua BHYT có trình độ không cao (39% đáp viên không có bằng cấp, 55% đáp viên có trình độ từ tiểu học đến trung học phổ thông và chỉ có 6% đáp viên học đại học trở lên). Người mua BHYT có thu nhập bình quân được chia theo ngũ phân vị với mức thu nhập cao nhất chiếm 23% và thu nhập thấp nhất chiếm 16%

tổng quan sát. Người mua BHYT phân bổ sử dụng các cơ sở y tế với tỉ lệ khá đồng đều, trừ thầy thuốc truyền thống có tỉ lệ sử dụng ở mức thấp nhất (9,6% tổng thể). Tỉ lệ phân bổ của người mua BHYT phân bổ không đều trên 6 vùng, trong đó 2 vùng có tỉ lệ đáp viên cao nhất là Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung và Đồng bằng sông Cửu Long (22% và 29%), vùng có tỉ lệ đáp viên thấp nhất là Tây Nguyên (7,6%). Trong các loại hình bảo hiểm, bảo hiểm cho người nghèo có tỉ lệ sở hữu cao nhất (36%) và thấp nhất là bảo hiểm bắt buộc (12%).

Bảng 3. Đặc điểm nhân khẩu học của người mua BHYT

Biến	Tần số	Tần suất	Tần suất tích lũy
Đặc điểm cá nhân			
Dân tộc			
Dân tộc Kinh	14.780	86%	86%
Dân tộc khác	2.359	14%	100%
Thành thị			
Thành thị	5.061	30%	30%
Nông thôn	12.078	70%	100%
Giới tính			
Nam	7.408	43%	43%
Nữ	9.731	57%	100%
Trình độ học vấn			
Không có bằng cấp (dùng làm so sánh)	6.608	39%	39%
Tiểu học	4.005	23%	62%
Trung học cơ sở	3.557	21%	83%
Trung học phổ thông	2.011	12%	94%
Đại học trở lên	958	6%	100%
Thu nhập bình quân			
Thu nhập bình quân 1 (dùng làm so sánh)	2.710	16%	16%
Thu nhập bình quân 2	3.401	20%	36%
Thu nhập bình quân 3	3.525	21%	56%
Thu nhập bình quân 4	3.589	21%	77%
Thu nhập bình quân 5	3.914	23%	100%
Vùng			
Đồng bằng sông Hồng	2.732	16%	16%
Trung du và miền núi phía Bắc	2.368	14%	30%
Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung	3.740	22%	52%
Tây Nguyên	1.309	8%	59%
Đông Nam Bộ	1.971	12%	71%
Đồng bằng sông Cửu Long (dùng làm so sánh)	5.019	29%	100%

Nguồn: VHLSS 2012

3.3 Thực trạng sử dụng BHYT tại các cơ sở khám chữa bệnh

Bảng 4. Đặc điểm cung dịch vụ khám chữa bệnh

Cơ sở y tế	Tần số	Tần suất	Tần suất tích lũy
Trung tâm y tế (dùng làm so sánh)	4.291	25%	25%
Bệnh viện huyện	3.722	22%	47%
Bệnh viện cấp cao	3.835	22%	69%
Bệnh viện tư	3.642	21%	90%
Thầy thuốc truyền thống	1.649	10%	100%
Loại hình bảo hiểm			
Không có bảo hiểm (dùng làm so sánh)	4.791	28%	28%
Bảo hiểm bắt buộc	2.040	12%	40%
Bảo hiểm tự nguyện	4.108	24%	64%
Bảo hiểm cho người nghèo	6.200	36%	100%

Nguồn: VHLSS 2012

Tỉ lệ sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh có sự phân bố khác nhau tại các cơ sở y tế. Bảng 4 cho thấy BHYT được sử dụng với tỉ lệ nhiều nhất tại trung tâm y tế (39% tổng số quan sát có sử dụng BHYT) và thấp nhất tại bệnh viện tư (tương đương 11%), tỷ lệ sử dụng BHYT tại bệnh viện huyện và bệnh viện tuyến trên lần lượt là 28% và 23%. Trong đó, hơn 50% số lượt sử dụng BHYT thuộc diện nghèo; tỉ lệ sử dụng BHYT tự nguyện chiếm khoảng 30% số người và phần còn lại sử dụng BHYT bắt buộc. Mối tương quan giữa loại hình BHYT và cơ sở khám chữa bệnh phân bố theo hướng sử dụng BHYT bắt buộc để khám chữa bệnh ở các bệnh viện tuyến trên (chiếm tỉ lệ khoảng 39%), ít sử dụng BHYT tự nguyện tuyến huyện (chiếm khoảng 31%) và sử dụng BHYT tự nguyện khám chữa bệnh tại trung tâm y tế chiếm đa số (cao nhất với tỉ lệ hơn 51%).

Xét theo các mức thu nhập, các nhóm có thu nhập thấp nhất (nhóm 1 và nhóm 2) thường sử dụng loại bảo hiểm cho người nghèo nhiều nhất, các nhóm có thu nhập trung bình (nhóm 3 và nhóm 4) thường dùng thẻ bảo hiểm tự nguyện và nhóm thu nhập cao nhất (nhóm 5) lại có tỷ trọng dùng thẻ bảo hiểm bắt buộc cao nhất. Trong đó, bảo hiểm cho người nghèo là loại bảo hiểm được sử dụng nhiều nhất và tỷ trọng sử dụng loại thẻ này có xu hướng giảm khi thu nhập của quan sát tăng lên. Bảo hiểm bắt buộc là loại bảo hiểm có tỉ trọng sử dụng thấp nhất, tuy nhiên, việc sử dụng loại bảo hiểm này có chiều hướng tăng khi thu nhập tăng, điều tương tự cũng được nhận thấy đối với loại thẻ bảo hiểm tự nguyện (Bảng 5).

Nhìn chung, loại BHYT cho người nghèo được sử dụng nhiều ở tất cả các vùng miền. Trong đó, khu vực miền núi phía Bắc, Tây Nguyên có tỉ lệ sử dụng BHYT người nghèo cao nhất (chiếm khoảng 70%). Ngoài ra, BHYT bắt buộc được sử dụng với tỉ lệ không cao và có sự khác biệt nhất định giữa các khu vực. Cụ thể, khu vực Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long có tỉ lệ sử dụng BHYT người nghèo thấp nhất và đồng thời cả hai khu vực này có xu hướng sử dụng BHYT bắt buộc và tự nguyện cao hơn các khu vực khác trong cả nước.

Bảng 5 Thực trạng sử dụng các loại BHYT trong khám chữa bệnh

Dvt: Số quan sát

	Bảo hiểm bắt buộc	Bảo hiểm tự nguyện	Bảo hiểm cho người nghèo	Tổng
Sử dụng BHYT tại các cơ sở y tế	1,335	2,575	4,428	8,338
Trung tâm y tế	246	715	2,265	3,226
Bệnh viện tư	152	349	382	883
Bệnh viện huyện	416	805	1,128	2,349
Bệnh viện cấp cao	521	706	653	1,880
Sử dụng BHYT theo thu nhập	1,335	2,575	4,428	8,338
Thu nhập nhóm 1	12	193	1,507	1,712
Thu nhập nhóm 2	68	504	1,112	1,684
Thu nhập nhóm 3	204	600	691	1,495
Thu nhập nhóm 4	382	696	590	1,668
Thu nhập nhóm 5	669	582	528	1,779
Sử dụng BHYT theo vùng	1,335	2,575	4,428	8,338
Đồng bằng sông Hồng	304	310	571	1,185
Trung du và miền núi phía Bắc	229	217	1,105	1,551
Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung	269	653	994	1,916
Tây Nguyên	77	110	397	584
Đông Nam Bộ	227	302	312	841
Đồng bằng sông Cửu Long	229	983	1,049	2,261

Nguồn: VHLSS 2012

3.4 Kết quả ước lượng

Các kết quả kiểm định cho thấy mô hình không bị đa cộng tuyến (chỉ số VIF dao động từ 1,03 đến 3,59) và không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi (kiểm định Breusch-Pagan có giá trị p-value = 0,00). Thêm vào đó, kiểm định Hosmer-Lemeshow có giá trị (p-value = 0.03) cho kết luận mô hình phù hợp với dữ liệu.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, tuổi càng cao thì nhu cầu chăm sóc sức khỏe và quan tâm đến chi phí càng cao (khi tuổi tăng thêm 1 đơn vị thì xác suất sử dụng thẻ BHYT sẽ tăng 0,56 điểm phần trăm), do đó có xu hướng sử dụng thẻ BHYT nhiều hơn nhằm tiết kiệm chi phí.

Người dân sống ở thành thị có xác suất sử dụng thẻ cao hơn người dân ở nông thôn (tăng 3,44 điểm phần trăm). Kết quả này phản ánh khả năng tiếp cận cận thông tin tốt hơn khiến cho nhóm đối tượng này hiểu rõ hơn tác dụng của thẻ BHYT nên phần trăm số quan sát có thẻ BHYT cũng như có sử dụng loại thẻ này trong thanh toán khám chữa bệnh cao hơn nhóm đối tượng ở nông thôn. Kết quả này tương đồng với Ali (2009) và Kirdruang (2011) rằng khoảng cách đến các bệnh viện công càng xa thì có xu hướng sử dụng các dịch vụ tư quanh khu vực sinh sống để thuận lợi cho việc đi lại.

Bảng 5 Các yếu tố tác động đến việc sử dụng thẻ BHYT

	Hệ số	Sai số chuẩn đã điều chỉnh	M.E (Hiệu ứng biên)
Tuổi	0,0160***	0,0025	0,0056
Tuổi bình phương	- 0,0001***	0,0000	- 0,0000
Dân tộc	- 0,0246	0,0463	- 0,0085
Thành thị	0,0997***	0,0302	0,0344
Giới tính	- 0,0054	0,0254	- 0,0019
Trình độ học vấn			
Tiểu học	- 0,0787**	0,0401	- 0,0277
Trung học cơ sở	- 0,0463	0,0447	- 0,0163
Trung học phổ thông	- 0,1111**	0,0509	- 0,0395
Đại học trở lên	0,0106	0,0669	0,0037
Thu nhập của hộ			
Thu nhập bình quân 2	- 0,0209	0,0446	- 0,0073
Thu nhập bình quân 3	- 0,1237***	0,0464	- 0,0439
Thu nhập bình quân 4	- 0,0720	0,0470	- 0,0253
Thu nhập bình quân 5	- 0,1330***	0,0492	- 0,0471
Vùng miền			
Đồng bằng sông Hồng	- 0,2776***	0,0419	- 0,1008
Trung du và miền núi phía Bắc	- 0,1033**	0,0485	- 0,0366
Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung	- 0,0933**	0,0372	- 0,0329
Tây Nguyên	- 0,1113**	0,0539	- 0,0397
Đông Nam Bộ	- 0,1596***	0,0450	- 0,0572
Loại cơ sở y tế			
Bệnh viện huyện	- 0,1784***	0,0385	- 0,0635
Bệnh viện cấp cao	- 0,5253***	0,0400	- 0,1932
Bệnh viện tư	- 1,1966***	0,0415	- 0,4469
Thầy thuốc truyền thống	- 1,3417***	0,0536	- 0,4971
Loại hình bảo hiểm			
Bảo hiểm bắt buộc	- 0,0860**	0,0470	- 0,0304
Bảo hiểm tự nguyện	- 0,1257***	0,0324	- 0,0442
Số lần khám	0,0610***	0,0089	0,0212
Hệ số chặn	0,7474		
Số quan sát	12.348		
Wald chi2(27)	1.788,9		
Prob > chi2	0,0000		
Pseudo R2	0,1376		
VIF trung bình	3,48		
Kiểm định Breusch-Pagan	p-value = 0,00		
Kiểm định Hosmer-Lemeshow	p-value = 0,03		
Tỷ lệ dự đoán đúng của mô hình	72,85%		

Ghi chú: ***, **: hệ số có ý nghĩa ở mức 1%, 5%

Mức thu nhập được chia thành ngũ phân vị nhằm xác định sự khác biệt về tỉ lệ sử dụng thẻ BHYT giữa nhóm có thu nhập cao nhất và nhóm có thu nhập thấp nhất; tương tự, trình độ học vấn được chia thành các cấp nhằm xác định sự khác biệt trong việc sử dụng thẻ giữa nhóm có trình độ học vấn và nhóm không có bằng cấp. Kết quả cho thấy, người dân có mức thu nhập càng cao thì tỉ lệ sử dụng thẻ của các đối tượng này thấp hơn khi so với nhóm thu nhập thấp (mức 1). Tương tự, khi đối tượng có trình độ học vấn (tiểu học, trung học phổ thông) thì tỉ lệ sử dụng thẻ không cao hơn nhóm đối tượng không bằng cấp. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Sepehri *et al.* (2009) với kết luận rằng khi thu nhập càng thấp thì người dân càng có xu hướng dùng thẻ BHYT để giảm chi phí phát sinh

trong quá trình khám chữa bệnh và người có trình độ học vấn cao có xu hướng không sử dụng thẻ BHYT trong quá trình khám chữa bệnh.

Với biến trung tâm y tế dùng làm so sánh, việc sử dụng thẻ BHYT ở các cơ sở y tế còn lại đều thấp hơn so với ở trung tâm y tế. Người dân khám chữa bệnh thông qua thầy thuốc truyền thống (thường là lang y, các dịch vụ y tế cá thể) thường là chữa trị các bệnh thông thường và thanh toán bằng tiền mặt trực tiếp. Ngoài ra, người dân khám chữa bệnh tại bệnh viện tư thường không quan tâm đến việc có sử dụng thẻ BHYT để giảm chi phí khám chữa bệnh.

Với biến Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) dùng làm so sánh, xác suất sử dụng thẻ BHYT giảm xấp xỉ 4 điểm phần trăm đối với 3 khu vực: Trung du và miền núi phía Bắc, Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung và Tây Nguyên. Trong khi đó, xác suất sử dụng thẻ BHYT tại Đông Nam Bộ giảm 5,72 điểm phần trăm và 10,08 điểm phần trăm đối với khu vực Đồng bằng sông Hồng. Kết quả cho thấy có sự khác biệt trong xu hướng sử dụng thẻ BHYT giữa các khu vực, trong đó, khu vực ĐBSCL có xác suất sử dụng thẻ BHYT cao hơn các khu vực khác.

Với loại bảo hiểm cho người nghèo dùng làm so sánh, người dân có xu hướng sử dụng thẻ BHYT nhiều hơn những đối tượng khác. Bảo hiểm cho người nghèo bao gồm các loại bảo hiểm cho trẻ em và những người thuộc đối tượng nghèo, cận nghèo, diện chính sách, do đó, những đối tượng này có xu hướng chú ý đến sử dụng thẻ BHYT nhiều hơn các đối tượng khác để nhằm giảm bớt gánh nặng trong chi phí khám chữa bệnh.

Biến số lần khám biểu thị tình trạng bệnh, đo lường bằng số lần khám chữa bệnh ngoại trú trong năm của quan sát. Khi số lần khám tăng 1 đơn vị thì tỉ lệ sử dụng thẻ BHYT tăng 2,12 điểm phần trăm, cho thấy những người bệnh nặng và lâu dài thường sử dụng thẻ BHYT để giảm bớt chi phí. Kết quả tương đồng với nghiên cứu của Kirduang (2011) rằng những người có bệnh nặng và lâu dài thường sử dụng thẻ BHYT để giảm bớt chi phí.

Tóm lại, độ bao phủ BHYT trong dân cư và tỉ lệ sử dụng thẻ BHYT trong khám chữa bệnh ở Việt Nam không cao. Thực trạng này xuất phát từ nguyên nhân liên quan đến thủ tục cấp phát thẻ, chất lượng dịch vụ khi sử dụng thẻ, và chính sách tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHYT.

4. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả phân tích cho thấy tỉ lệ $\frac{1}{4}$ người dân ở Việt Nam hiện đang có thẻ BHYT. Tuy nhiên, chỉ khoảng 70% người dân có sử dụng thẻ BHYT trong khám chữa bệnh. Trong đó, người nghèo có BHYT được dùng phổ biến ở các cơ sở khám chữa bệnh cấp thấp (trung tâm y tế, bệnh viện huyện). Khi thu nhập của người dân tăng, khả năng chi tiêu cho y tế cũng tăng theo, loại hình bảo hiểm cho người nghèo cũng như không có bảo hiểm giảm trong khi bảo hiểm tự nguyện và bắt buộc tăng. Theo thống kê, các cá nhân có xu hướng sử dụng BHYT tại các cơ sở y tế cấp thấp nhưng lại chỉ cho khám chữa bệnh nhiều hơn (gần 10 lần) tại bệnh viện cấp cao. Chi phí trung bình của việc không sử dụng BHYT cao gấp 1,5 lần chi phí của nhóm có sử dụng thẻ. Người dân sử dụng BHYT khi khám tại bệnh viện cấp cao có thể giảm gánh nặng chi phí có thể do nhiều nguyên nhân cần được nghiên cứu thêm.

Bên cạnh đó, kết quả phân tích các yếu tố tác động đến việc sử dụng BHYT khi khám chữa bệnh cho thấy dân tộc và giới tính không có ý nghĩa thống kê. Nói cách khác, không có sự khác biệt trong việc sử dụng BHYT giữa dân tộc Kinh và các dân tộc khác, giữa nam và nữ. Xác suất của việc sử dụng thẻ càng cao khi đối tượng có thu nhập càng thấp, nói cách khác, người nghèo có xu hướng sử dụng BHYT để giảm chi phí y tế cho bản thân nhiều hơn nhóm có thu nhập cao. Người dân sống ở thành thị, trình độ học vấn cao, lớn tuổi hoặc số lần khám càng nhiều thì xác suất sử dụng BHYT trong khám chữa bệnh gia tăng. Kết quả cho thấy người có thu nhập và trình độ học vấn cao có yêu cầu cao hơn trong việc sử dụng các dịch vụ y tế, họ sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn nếu thỏa mãn được các kì vọng của bản thân. Để mở rộng việc sử dụng thẻ BHYT sang các đối tượng này, điều cần làm là hoàn thiện quy trình, nâng cao chất lượng phục vụ để lôi kéo nhóm đối tượng này với lợi thế chi phí thấp hơn các dịch vụ tư.

Trong giai đoạn cần đẩy mạnh việc phổ biến BHYT đến toàn dân như hiện nay, nghiên cứu về việc sử dụng thẻ BHYT trong khám chữa bệnh có thể được dùng để xác định các nhóm đối tượng thường xuyên dùng và không dùng thẻ BHYT từ đó định vị được nhu cầu của họ. Các đối tượng thường

sử dụng thẻ BHYT trong khám chữa bệnh sẽ mua BHYT, còn nhóm không thường sử dụng sẽ ít mua hoặc chỉ mua trong trường hợp bắt buộc, do đó, để thực hiện mục tiêu BHYT toàn dân, cần có các giải pháp để tỉ lệ sử dụng thẻ BHYT trong nhóm đối tượng không thường dùng thẻ tăng lên.

Một số khuyến nghị nhằm hướng đến việc phát triển các giải pháp nhằm tăng khả năng tiếp cận và sử dụng BHYT của người dân cần sự tham gia của Chính Phủ và cơ quan quản lý nhà nước về BHYT. Trước tiên, đơn vị cung cấp BHXH cần hoàn thiện quy trình cung cấp BHYT, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất, đội ngũ cán bộ y tế tại các cơ sở y tế cấp thấp; ban hành chính sách đãi ngộ cán bộ y tế khi công tác tại các địa phương vùng sâu vùng xa, tại các cơ sở y tế cấp huyện, xã và đẩy mạnh việc triển khai thi hành luật BHYT tại các địa phương. Về phía cơ quan thực hiện chính sách BHYT, cụ thể là BHXH Việt Nam, cần ban hành văn bản hướng dẫn cụ thể về việc thực hiện cấp phát BHYT theo quy định mới; tổ chức tập huấn, hướng dẫn các đơn vị trực tiếp cấp phát BHYT để thống nhất về thủ tục thực hiện, tránh gây phiền hà cho người dân; thêm vào đó, cần phát hành các tờ rơi hướng dẫn, hướng dẫn thông tin tại các đơn vị phát hành BHYT, bệnh viện, trung tâm y tế để người dân tiếp cận thông tin về BHYT dễ dàng hơn và cơ quan cũng nên tổ chức việc vận động người dân tham gia BHYT theo cách làm như công tác viên dân số và kế hoạch hóa gia đình để tiếp cận sâu rộng đến từng hộ gia đình.

Tài liệu tham khảo

1. Ali, S. I. (2009). *Measuring the impact of Voluntary Health Insurance on out of pocket costs and socioeconomic-related inequality: methodological challenges and potential solutions with an application to Vietnam* (Doctoral dissertation, University of York).
2. Basu, S., Andrews, J., Kishore, S., Panjabi, R., & Stuckler, D. (2012). *Comparative performance of private and public healthcare systems in low-and middle-income countries: a systematic review*. PLoS medicine, 9(6), e1001244.
3. Besley, T., Hall, J., & Preston, I. (1999). The demand for private health insurance: do waiting lists matter?. *Journal of public economics*, 72(2), 155-181.
4. Cong, N. T., & Mai, N. T. T. (2014). *Service Quality and its Impact on Patient Satisfaction: An Investigation in Vietnamese Public Hospitals*. Journal of Emerging Economies and Islamic Research (JEEIR), 2(1).
5. Huynh, T., & Pretorius, R. (2009). *Vietnamese medical education and development of family medicine in Vietnam* (No 052009). VMGUS Publication.
6. Kirduang, P. (2011). *Essays in Economics of Public Health Insurance in Developing Countries: Evidence from Thailand and Vietnam* (Doctoral dissertation, University of Minnesota).
7. Lê Quang Cường (2008). Chăm sóc sức khỏe và thị trường y tế. *Viện chiến lược và chính sách kinh tế*. [online] Available at: <<http://www.hspl.org.vn/vcl/CHaM-SoC-SuC-KHoE-Va-THi-TRuoNG-y-Te-t67-1070.html>>. [Ngày truy cập: 28 tháng 12 năm 2015]
8. Nguyen, H. (2011). *The principal-agent problems in health care: evidence from prescribing patterns of private providers in Vietnam*. Health policy and planning, 26 (suppl 1), i53-i62.
9. Nguyễn Thị Minh và Hoàng Bích Phương (2012). Rủi ro đạo đức trong BHYT tự nguyện và nhân khẩu học tại Việt Nam giai đoạn 2008 - 2010. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*. Số 179, tháng 05/2012, trang 58-63.
10. Nguyễn Văn Phúc và Cao Việt Cường (2014). Thông tin bất cân xứng, lựa chọn ngược và rủi ro đạo đức: Nghiên cứu trường hợp mua và sử dụng thẻ BHYT tự nguyện trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*. Số 208, tháng 10/2014, trang 9-16.
11. Propper, C., Rees, H., & Green, K. (2001). The demand for private medical insurance in the UK: a cohort analysis. *The Economic Journal*, 111(471), 180-200.
12. Sepehri, A., Sarma, S., & Serieux, J. (2009). *Who is giving up the free lunch? The insured patients' decision to access health insurance benefits and its determinants: Evidence from a low-income country*. Health Policy, 92(2), 250-258.
13. Sepehri, A. (2013). *How much do I save if I use my health insurance card when seeking outpatient care? Evidence from a low-income country*. Health policy and planning, 29(2), 246-256.
14. Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data*. MIT press.

ĐỊNH GIÁ NHU CẦU CỦA DU KHÁCH ĐỐI VỚI CÁC TOUR THAM QUAN CHỢ NỔI CÁI RĂNG

Huỳnh Việt Khải^{1,*} và Lê Thị Thúy Kiều²

¹Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ. Email: hvkhai@ctu.edu.vn

²Sinh viên Cao học, Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.

*Tác giả nhận phản hồi: hvkhai@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Bài viết sử dụng phương pháp thử nghiệm lựa chọn để lượng hóa thị hiếu của du khách thông qua sự lựa chọn của khách du lịch đối với các tour tham quan chợ nổi Cái Răng, một trong những địa điểm du lịch hấp dẫn nhất của thành phố Cần Thơ đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Nghiên cứu cho thấy rằng khách du lịch sẵn lòng trả trả 908.870 đồng cho tour tham quan chợ nổi Cái Răng (Tour 1), 1.401.530 đồng đối với một ngày cùng chợ nổi (Tour 2) và 1.224.510 đồng cho tour trải nghiệm cùng chợ nổi (Tour 3).

Từ khóa: Phương pháp định giá ngẫu nhiên, Thị hiếu khách du lịch, Mức sẵn lòng chi trả

EVALUATION OF TOURIST DEMAND FOR THE TOUR OF CAI RANG FLOATING MARKET

ABSTRACT

This study applied the approach of choice experiments to evaluate tourists' preferences through the choice of tourists on tours of Cai Rang floating market, one of the most attractive tourist places of Can Tho city. The results showed that tourists were willing to pay about VND 908,870 for exploring the floating market (Tour 1), VND 1,401,530 for one-day tour at the floating market (Tour 2) and VND 1,224,510 for the experience tour at the floating market (Tour 3).

Keywords: Choice modelling method, Tourist preferences, Willingness to pay

1. Đặt vấn đề

Do những tác động to lớn của du lịch trong nền kinh tế toàn cầu vô cùng đáng kể nên du lịch đã trở thành một trong những ngành phát triển nhanh nhất của nền kinh tế toàn cầu. Đặc biệt là du lịch sinh thái, đây là lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong ngành công nghiệp du lịch. Du lịch sinh thái như một hiện tượng và một xu thế phát triển ngày càng chiếm được sự quan tâm của nhiều người, bởi đó là loại hình du lịch thiên nhiên có trách nhiệm, hỗ trợ cho các mục tiêu bảo tồn môi trường tự nhiên, các giá trị văn hóa bản địa, phát triển cộng đồng, đồng thời đem lại nguồn lợi kinh tế to lớn. Người ta ước tính rằng từ năm 1996, du lịch sinh thái sẽ tăng lên đến 25% mỗi năm cho đến năm 2005 (Herliczek, 1996). Năm 2013 thu từ du lịch quốc tế đại diện cho khoảng 6% kim ngạch xuất khẩu trên toàn thế giới của hàng hóa và dịch vụ. Du lịch sinh thái ở các nước phát triển là một ngành kinh doanh sinh lợi, nhiều triển vọng. Chỉ tính hệ thống vườn quốc gia của Mỹ hàng năm đón khoảng 270 triệu lượt khách, ở Canada cũng khoảng 30 triệu khách với doanh thu hàng chục tỷ USD.

Đối với nhiều nước đang phát triển, du lịch sinh thái cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thu ngoại tệ. Ở Costa Rica hàng năm du lịch sinh thái đem lại khoảng 500 triệu USD, đứng thứ hai sau xuất khẩu chuối. Ở Việt Nam, du lịch sinh thái cũng đóng một vai trò rất quan trọng. Hằng năm khách du lịch từ các nước Tây Âu, Bắc Mỹ và Úc đến với các tour du lịch sinh thái ngày càng nhiều. Trong đó có khoảng 5-8% khách du lịch tham gia vào các tour du lịch sinh thái tự nhiên và khoảng 40-50% tham gia vào các tour du lịch tham quan – sinh thái nhân văn.

Mặc dù đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế, du lịch sinh thái vẫn còn nhiều vấn đề đáng quan tâm như vấn đề về môi trường, đa dạng sinh học, thu nhập của người dân địa phương,... Làm cách nào để du lịch phát huy được tối đa lợi thế của mình đối với nền kinh tế là một vấn đề luôn được các nhà kinh tế quan tâm. Cụ thể đã có rất nhiều nhà kinh tế nghiên cứu về du lịch tìm cách đưa ra những phương án tối ưu nhất cho du lịch. Ví dụ như nghiên cứu về đánh giá về tác động của du lịch và giao thông đến môi trường biển của Davenport và Davenport (2006), nghiên cứu của Bascomb và Taylor

(2008) về du lịch sinh thái và phát triển bền vững trong cộng đồng người Q'eqchi Maya ở Gutamela, Dixit và Narula (2010) đã nghiên cứu về nhận thức của du khách tham quan về tác động môi trường tại khu du lịch sinh thái vườn quốc gia Madhav.

Đối với vùng đồng bằng sông Cửu Long nói chung và Cần Thơ nói riêng, du lịch sinh thái chỉ chủ yếu là hình thức du lịch miệt vườn sông nước, các tour du lịch gần như giống nhau gây cảm giác nhàm chán cho du khách. Du khách khi tham quan một tour du lịch sinh thái tại Cần Thơ thường bắt đầu bằng chuyến tham quan chợ nổi vào buổi sáng sớm trong một hoặc hai tiếng, sau đó là thăm vườn trái cây rồi thưởng thức vài món đặc sản và nghe đờn ca tài tử. Phần lớn du khách đều không chọn việc quay trở lại với du lịch Cần Thơ vì chỉ cần đi một lần là đã biết hết. Trong khi đó chợ nổi ở Cần Thơ, điển hình là chợ nổi Cái Răng là một nét văn hóa đặc sắc của vùng sông nước đồng bằng, nhưng các tour tham quan chợ nổi chỉ kéo dài từ một đến hai tiếng. Điều này cho thấy chúng ta vẫn chưa khai thác được hết tiềm năng của chợ nổi trong du lịch nên cần có những nghiên cứu về thị hiếu cũng như nhu cầu của du khách để phát huy hết tiềm năng nó.

Để biết được sự chọn lựa của du khách đối với các tour tham quan chợ nổi Cái Răng như thế nào? Và họ có sẵn lòng chi trả bao nhiêu tiền cho một tour tham quan chợ nổi hay không? Để trả lời được các câu hỏi trên và tìm ra các tour thích hợp đối với du khách, bài viết với mục tiêu nghiên cứu chính là xác định cách lượng giá thị hiếu hoặc nhu cầu của du khách đối với các tour tham quan chợ nổi. Qua đó, tạo nhiều điểm nhấn để phát triển du lịch chợ nổi gắn với mô hình du lịch đặc trưng của đồng bằng sông Cửu Long – du lịch miệt vườn sông nước.

4. Thiết kế bản câu hỏi và phân tích số liệu

Lý thuyết lựa chọn (discrete choice) dựa trên nền tảng lý thuyết hành vi người tiêu dùng của Lancaster (1966) và lý thuyết thỏa dụng ngẫu nhiên của Thurstone (1927). Lancaster (1966) giả định rằng độ thỏa dụng của người tiêu dùng khi tiêu dùng một sản phẩm là do đặc tính sản phẩm mang lại thay vì bản thân sản phẩm như giả định trong kinh tế học cổ điển. Chẳng hạn độ thỏa dụng khi ăn một trái cam phụ thuộc vào đặc tính ngọt, tươi, cảm nhận an toàn và mức giá của trái cam đó. Tương tự, độ thỏa dụng khi ăn một món cá được quyết định bởi các yếu tố như loài cá (cá hồi, cá trích hoặc cá tra), độ tươi của cá và giá cả. Hành vi con người là có lý trí, người tiêu dùng sẽ lựa chọn sản phẩm dựa vào nguyên tắc tối đa hóa độ thỏa dụng. Người tiêu dùng lựa chọn cá hồi, cá trích, hay cá tra cho bữa ăn gia đình là tùy thuộc vào độ thỏa dụng mà họ cảm nhận được từ mỗi loại và họ sẽ chọn sản phẩm nào mang lại độ thỏa dụng cao nhất. Đối với nhà nghiên cứu, độ thỏa dụng của cá nhân người tiêu dùng bao gồm hai phần: phần có thể quan sát được và phần không thể quan sát được. Phần có thể quan sát sẽ được đo lường dựa trên sự đánh giá của người tiêu dùng đối với các đặc tính của sản phẩm. Phần không thể quan sát có tính ngẫu nhiên và tùy thuộc vào sở thích của cá nhân. Ký hiệu phần có thể quan sát là V và phần không thể quan sát là ε , hàm thỏa dụng (U_{ni}) của một cá nhân n khi tiêu dùng sản phẩm i sẽ là:

$$U_{ni} = V_{ni} + \varepsilon_{ni} \quad (1)$$

Giả định độ thỏa dụng có quan hệ tuyến tính với đặc tính sản phẩm, phần có thể quan sát V_{ni} của sản phẩm i cho cá nhân n có thể trình bày như sau:

$$V_{ni} = \alpha_{ni} + \sum_{k=1}^K \beta_{nk} X_{nik} \quad (2)$$

Trong đó α_i là hằng số cho sản phẩm i , phản ánh giá trị tiềm ẩn của sản phẩm i sau khi loại trừ tác động của những yếu tố quan sát được. Trong nghiên cứu marketing hằng số α_{ni} đo lường giá trị tương đối của thương hiệu trên thị trường. X_{nik} là mức độ đặc tính k của sản phẩm i mà người tiêu dùng n nhận được và β_{nk} là thông số cần ước lượng thể hiện giá trị biên của đặc tính k cho độ thỏa dụng của người tiêu dùng i . Thông số β_{nk} có thể âm hoặc dương, khác nhau cho mỗi đặc tính sản phẩm và được “định giá” theo sở thích chủ quan của mỗi cá nhân n . Khi phải lựa chọn một trong nhiều sản phẩm cùng loại người tiêu dùng sẽ chọn sản phẩm nào có độ thỏa dụng (U_{ni}) cao nhất. Xác suất để cá nhân n chọn sản phẩm i thay vì bất kỳ sản phẩm $i \neq j$ nào tương ứng với xác suất để $U_{ni} > U_{nj}$. Cụ thể, xác suất để chọn i của cá nhân n (P_{ni}) sẽ là:

$$\begin{aligned} P_{ni} &= P(U_{ni} > U_{nj}, \forall i \neq j) \\ &= P(V_{ni} + \varepsilon_{ni} > V_{nj} + \varepsilon_{nj}, \forall i \neq j) \end{aligned}$$

$$= (\varepsilon_{ni} - \varepsilon_{nj} > V_{nj} - V_{ni}, \forall j \neq i) \quad (3)$$

Trong thực tế chúng ta không thể biết được phần ngẫu nhiên ε_{ni} ngay cả phân phối xác suất của chúng. Việc giả định dạng phân phối xác suất phần ngẫu nhiên sẽ quyết định đến dạng hàm được sử dụng cho bài toán nghiên cứu. Trong trường hợp cơ bản nhất phần ngẫu nhiên được giả định tuân theo phân phối xác suất cực biên *đồng nhất và độc lập* (*identical & independent distribution, iid*) cho mọi lựa chọn i (Petrin và Train, 2003; Louviere và cộng sự, 2000; Khai và Yabe, 2014). Giả định này cho rằng phần ngẫu nhiên của các lựa chọn không có tương quan với nhau và chúng có cùng phương sai. Tức là nếu có sự tăng thêm hoặc giảm bớt số lựa chọn trong tập lựa chọn thì tỷ lệ xác suất lựa chọn giữa 2 sản phẩm (P_i/P_j) nào đó trong tập lựa chọn là không đổi (Petrin và Train, 2003). Khi thỏa mãn giả định phần ngẫu nhiên có phân phối xác suất cực biên *đồng nhất và độc lập* thì hàm xác suất lựa chọn sản phẩm i theo McFadden (1974) như sau:

$$P_{nj} = \frac{e^{V_j}}{\sum_{j'=1}^J e^{V_{j'}}} = \frac{e^{\beta' x_j}}{\sum_{j'=1}^J e^{\beta' x_{j'}}} \quad (4)$$

Mô hình (4) được gọi là mô hình logit có điều kiện (conditional logit model), đôi khi được gọi là mô hình logit đa lựa chọn (multinomial logit model, viết tắt là MNL) và là mô hình cơ bản nhất trong nghiên cứu hành vi lựa chọn. Mô hình MNL có dạng mở, tức là có thể đưa thêm các biến (đặc tính sản phẩm) vào phần quan sát được (V_i) tùy theo mục tiêu nghiên cứu. Mô hình MNL có dạng vi phân đóng (closed-form) tức là có thể tìm ra tập hợp nghiệm (các giá trị β_k) bằng giải tích. Ngược lại nếu hàm không thuộc dạng vi phân đóng thì phải dựa vào mô phỏng để tìm tập hợp nghiệm. Hạn chế của mô hình MNL là ngầm giả định rằng sở thích cá nhân là đồng nhất. Do vậy các thông số ước lượng β_k là giống nhau cho mọi cá nhân (không có ký hiệu n trong α và β ở phương trình 4).

Trong nghiên cứu này mô hình hồi qui logit đa thức (multinomial logit) được sử dụng để giải thích các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn của khách du lịch đối với các tour tham quan chợ nổi Cái Răng, thành phố Cần Thơ. Các dữ liệu của CE được thu thập bằng cách phỏng vấn du khách nội địa và du khách nước ngoài khi tham quan chợ nổi Cái Răng của thành phố Cần Thơ. Theo hướng dẫn của Louviere và các cộng sự (2000), kỹ thuật thiết kế thí nghiệm hoặc mô hình kỹ thuật lựa chọn được áp dụng để tạo ra 16 tổ hợp trực giao (orthogonal combinations) và đưa vào hai phiên bản câu hỏi khác nhau, mỗi phiên bản bao gồm 8 lựa chọn. Tổng số mẫu thu được là 200 với 150 là du khách trong nước và 50 là du khách nước ngoài.

Trong bảng câu hỏi của mô hình thí nghiệm lựa chọn (CE), các tour tham quan chợ nổi được giới thiệu với du khách với các đặc tính của mỗi tour là khác nhau. Những tour giả định được đề xuất với du khách để khảo sát mức độ yêu thích của du khách đối với tour tham quan chợ nổi Cái Răng. Nội dung bản câu hỏi là giới thiệu đáp viên các tour tham quan chợ nổi Cái Răng và các hoạt động trong mỗi tour tăng dần theo thứ tự các tour. Hoạt động trong các tour sẽ được mô tả trong bảng 1 và thuộc tính cụ thể của từng tour được thể hiện ở phần phụ lục B.

Bảng 1. Hoạt động của các tour tham quan chợ nổi Cái Răng, thành phố Cần Thơ

Hoạt động	Tour 1	Tour 2	Tour 3
Tham quan và ăn uống	x	x	x
Dùng chân và thưởng thức các món ăn đặc sản		x	x
Sinh hoạt cùng thương lái			x

Ghi chú: x thể hiện sự có mặt của hoạt động đó trong tour; Tour 1 là tour hiện tại của các công ty du lịch đang thực hiện, trong khi đó Tour 2 và 3 là các tour cải tiến được xây dựng dựa trên các ý kiến khả thi của các chuyên gia trọng công ty du lịch.

Sau khi thiết kế của CE đã được hoàn thành, các gói thông tin và câu hỏi đã được phát triển. 16 lựa chọn sẽ được chia thành hai bộ câu hỏi, mỗi bộ câu hỏi sẽ gồm có 8 lựa chọn khác nhau (bản câu hỏi thứ nhất (version 1) bao gồm 8 lựa chọn đầu và bản câu hỏi thứ hai (version 2) gồm lựa chọn thứ 9 đến lựa chọn thứ 16) (xem phần ví dụ ở phụ lục A). Các gói phần mềm trong các bản câu hỏi bao gồm

các thông tin hình ảnh giúp người được phỏng vấn có một hình ảnh của chợ nổi và các tour du lịch được đề xuất, tiếp theo là bộ lựa chọn. Các câu hỏi thông tin về (i) đặc điểm kinh tế xã hội (ví dụ như giới tính, tuổi tác, quốc tịch, và thu nhập) của người được hỏi; (ii) hành vi của khách du lịch (ví dụ như họ lựa chọn tour nào); (iii) giá sẵn lòng trả chi phí tham quan chợ nổi của khách du lịch. Cả hai gói thông tin và các câu hỏi đã được phát triển bằng tiếng Anh và tiếng Việt.

Cuộc phỏng vấn được tiến hành như sau: Đầu tiên, người được hỏi đều được cung cấp một gói thông tin. Sau khi họ hiểu được mục đích của cuộc khảo sát này và các nội dung của tour du lịch giả định, CE được bắt đầu. Sau khi trả lời một vấn đề thực tế, các bộ lựa chọn sẽ được trao cho người trả lời, và người trả lời được hỏi để lựa chọn phương án tối ưu nhất của họ trong mỗi tập hợp lựa chọn. Với mỗi bản câu hỏi người được phỏng vấn được hỏi theo thứ tự từ trên xuống đến hết bộ lựa chọn của bản câu hỏi đó.

Bài nghiên cứu áp dụng mô hình MNL để xác định các mối quan hệ của dữ liệu thử nghiệm lựa chọn. Các thông số của mô hình được ước lượng bằng phần mềm NLOGIT 6.0. Hàm hữu dụng của từng lựa chọn có dạng như sau:

$$V_1 = ASC + \beta_1 Cost + \beta_2 * tquanvaan + \beta_3 * dchanvan + \beta_4 * sinhhoat \quad (5)$$

$$V_2 = ASC + \beta_1 Cost + \beta_2 * tquanvaan + \beta_3 * dchanvan + \beta_4 * sinhhoat \quad (6)$$

$$V_3 = ASC + \beta_1 Cost + \beta_2 * tquanvaan + \beta_3 * dchanvan + \beta_4 * sinhhoat \quad (7)$$

$$V_4 = 0 \quad (8)$$

Trong đó V_j là hàm hữu dụng gắn với thay thế j . Các biến đưa vào mô hình được định nghĩa ở bảng 2.

Bảng 2. Những biến thuộc tính sử dụng trong mô hình MNL

Biến	Định nghĩa
<i>Tquanvaan</i>	Tham quan và ăn uống
<i>Dchanvan</i>	Dùng chân và thưởng thức món ăn đặc sản
<i>Sinhhoat</i>	Sinh hoạt cùng thương lái
<i>Cost</i>	Chi phí của tour được chọn

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra

Các thuộc tính được mã hoá trong các tour như sau:

- Thuộc tính tham quan và ăn uống: biến độc lập của mô hình, được mã hóa là 1 nếu du khách lựa chọn tour 1, 2 hoặc 3, là 0 nếu du khách không lựa chọn bất kỳ tour nào.
- Thuộc tính dùng chân và thưởng thức món ăn đặc sản: biến độc lập của mô hình, được mã hóa là 1 nếu du khách lựa chọn tour 2 hoặc 3, là 0 nếu du khách lựa chọn tour 1 hoặc không lựa chọn bất kỳ tour nào.
- Thuộc tính sinh hoạt cùng thương lái: biến độc lập của mô hình, được mã hóa là 1 nếu du khách lựa chọn tour 3, là 0 nếu du khách không lựa chọn tour 3 hoặc du khách lựa chọn tour 1 và 2.

Mức sẵn lòng chi trả biên tế (MWTP) của các thuộc tính du lịch được ước tính từ tỷ lệ thay thế biên giữa tham số của thuộc tính không bằng tiền ($\beta_{non-monetary attribute}$) và hệ số chi phí ($\beta_{monetary attribute}$), với công thức như sau:

$$MWTP_i = - \frac{\beta_{non-monetary attribute}}{\beta_{monetary attribute}} \quad (9)$$

5. Kết quả và thảo luận

Thông tin kinh tế xã hội của du khách tham quan chợ nổi

Theo số liệu phỏng vấn được, tỷ lệ nam và nữ hầu như không có chênh lệch với tỷ lệ đáp viên là nữ 101 người chiếm tỷ lệ 50,5% và 49,5% đáp viên là nam tương đương với 99 người. Điều này cho thấy

số liệu điều tra khách quan, sẽ phản ánh sát với thực tế. Từ số liệu điều tra, tổng hợp được thông tin về độ tuổi của đáp viên ở bảng 3. Kết quả cho thấy rằng độ tuổi trung bình của đáp viên là 28,52 tuổi, trong đó độ tuổi cao nhất là 60 tuổi và thấp nhất là 18 tuổi. Tất cả các đáp viên đều có tuổi từ 18 trở lên, là những người có quyền tự quyết nên thông tin điều tra được sẽ đảm bảo được sự tin cậy.

Bảng 3. Thông tin tuổi của đáp viên tham quan chợ nổi Cái Răng

Thông kê	Chi phí chuẩn bị cho chuyến tham quan
Trung bình	28,52
Độ lệch chuẩn	7,27
Min	18
Max	60
Quan sát	200

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Trong số 200 đáp viên được phỏng vấn, hơn 90% đáp viên có trình độ từ trung học phổ thông trở lên, điều này cho thấy kiến thức của các đáp viên là cao và kết quả nghiên cứu sẽ đạt độ tin cậy cao. Cụ thể chỉ có duy nhất 1 đáp viên có trình độ văn hóa là tiểu học chiếm tỷ lệ 0,5%, 7 đáp viên có trình độ trung học cơ sở với tỷ lệ 3,5%, 10 đáp viên có trình độ trung học phổ thông với tỷ lệ 5,0%, có đến 82% đáp viên có trình độ học vấn là cao đẳng, đại học tương đương với 164 đáp viên và có 18 đáp viên có trình độ trên đại học với tỷ lệ 9,0% (Xem bảng 4).

Bảng 4. Trình độ học vấn của đáp viên tham quan chợ nổi Cái Răng

Trình độ	Số lựa chọn	Tỷ trọng (%)
Tiểu học	1	0,5
Trung học cơ sở	7	3,5
Trung học phổ thông	10	5,0
Cao đẳng, đại học	164	82,0
Trên đại học	18	9,0
Tổng	200	100,0

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Từ bảng 5 cho thấy tỷ lệ đáp viên tham quan chợ nổi Cái Răng là học sinh, sinh viên chiếm tỷ lệ cao nhất với 75 đáp viên chiếm tỷ lệ 37,5%. Tiếp đến là cán bộ, công nhân viên nhà nước với tỷ lệ 25,5% tương ứng với 51 đáp viên tham gia trả lời. Tỷ lệ đáp viên là công nhân, nhân viên và tự kinh doanh có tỷ lệ gần như nhau với 19% đáp viên là công nhân, nhân viên (38 đáp viên) và 17% đáp viên làm nghề tự kinh doanh (34 đáp viên). Chỉ có 2 đáp viên làm công việc nội trợ tại gia chiếm tỷ lệ 1,0%.

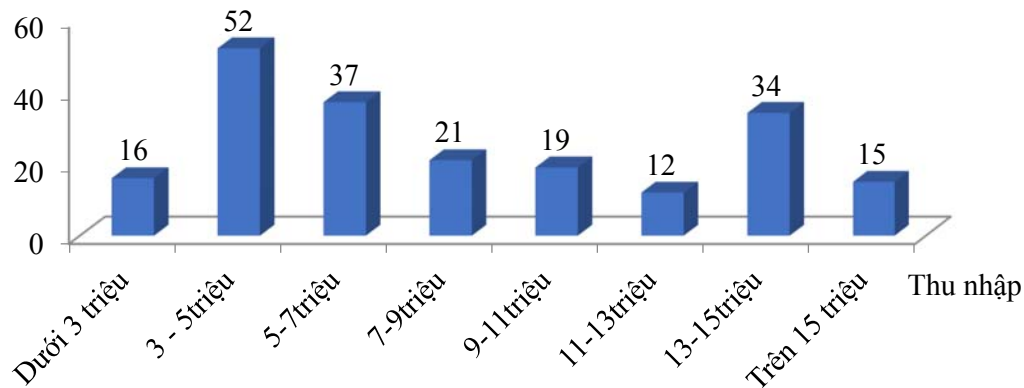
Bảng 5. Nghề nghiệp của đáp viên tham quan chợ nổi Cái Răng

Nghề nghiệp	Số lựa chọn	Tỷ trọng (%)
Học sinh, sinh viên	75	37,50
Công nhân, nhân viên	38	19,00
Cán bộ, công nhân viên nhà nước	51	25,50
Tự kinh doanh	34	17,00
Nội trợ	2	1,00
Tổng	200	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Từ số liệu điều tra cho thấy thu nhập của các đáp viên tập trung nhiều nhất là khoảng từ 3 đến 7 triệu đồng với số đáp viên có thu nhập trong khoảng 3 đến 7 triệu là 89 đáp viên chiếm tỷ lệ 44,5%.

Tiếp theo là tỷ lệ đáp viên có thu nhập từ 13 đến 15 triệu với 34 đáp viên chiếm tỷ lệ 17%. Tỷ lệ đáp viên có thu nhập từ 11 đến 13 triệu có tỷ lệ thấp nhất là 6% tương đương 12 đáp viên (xem hình 1).



Hình 1. Thu nhập của đáp viên tham quan chợ nổi Cái Răng

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Trong số 200 đáp viên được phỏng vấn, có 150 đáp viên là khách du lịch nội địa chiếm tỷ lệ 75% và 50 đáp viên là khách du lịch nước ngoài chiếm tỷ lệ 25%. Số liệu điều tra được thu thập đối với khách du lịch nội địa và khách nước ngoài sẽ cho kết quả nghiên cứu khách quan đối với cách nhìn nhận của khách du lịch trong nước và nước ngoài.

Kết quả của mô hình thử nghiệm lựa chọn (CE)

Áp dụng lý thuyết của mô hình MNL đã trình bày ở phần phân tích số liệu và sử dụng các công thức (5), (6), (7) và (8), bài nghiên cứu tìm ra được kết quả của mô hình MNL đối với các thuộc tính của các tour tham quan chợ nổi Cái Răng cũng như giá sẵn lòng trả trung bình của du khách đối với các thuộc tính và các tour tham quan chợ nổi. Từ số liệu thu thập được qua quá trình xử lý ta có được kết quả của mô hình logit đa lựa chọn (MNL) được trình bày ở bảng 6.

Bảng 6. Kết quả ước lượng mô hình logit đa thức cho các tour tham quan chợ nổi Cái Răng

Biến	Hệ số	Sai số chuẩn
<i>ASC</i>	1,24714 ***	0,23056
<i>Cost</i>	-0,00153 ***	0,00037
<i>Tqvaan</i>	1,38648 ***	0,12989
<i>Dchanvan</i>	0,75154 ***	0,12250
<i>Sinhhoat</i>	-0,27005 **	0,13679
Log-likelihood	-1.489,46402	
Prob>chi ²	0,00000	
Quan sát	1624	

Ghi chú: ** và *** Tương ứng với mức ý nghĩa 5% và 1%

Nguồn: tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Tất cả các tham số của mô hình đều khác 0 và có kết quả như mong đợi ở mức ý nghĩa 5%. Các tham số của biến *Tqvaan* và *Dchanvan* có tác động dương đến sự lựa chọn các tour tham quan chợ nổi của du khách với mức ý nghĩa 1%. Tham số của biến *Sinhhoat* lại có tác động làm giảm khả năng lựa chọn của du khách đối với các tour tham quan chợ nổi Cái Răng với mức ý nghĩa 5%. Điều này cho thấy được là du khách thích được tham quan chợ nổi, thưởng thức các món ăn ở chợ nổi và được dùng

chân nghỉ ngơi ngay trên chợ nổi hơn là được ở lại qua đêm và sinh hoạt cùng thương lái. Lý do có thể là du khách ngại việc phải ngủ lại trên thuyền hoặc lo sợ việc ở lại sinh hoạt cùng thương lái không an toàn đối với họ.

Áp dụng công thức (9) ta tính được giá sẵn lòng trả của du khách đối với các thuộc tính của tour được trình bày ở bảng 7.

Bảng 7. Nhu cầu của du khách đối với thuộc tính của các tour tham quan chợ nổi Cái Răng

Đơn vị tính: ngàn đồng

Thuộc tính	Trung bình	Khoảng tin cậy 95%	
		Cận dưới	Cận trên
<i>Tqvaan</i>	908,87***	451,96	1365,79
<i>Dchanvan</i>	492,66***	325,35	659,96
<i>Sinhhoat</i>	-117,02	-499,56	145,51

Ghi chú: ** và *** Tương ứng với mức ý nghĩa 5% và 1%; Khoảng tin cậy được ước lượng bằng phương pháp của Krinsky và Robb (1986).

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

Bảng 7 cho thấy kết quả ước tính MWTP cho mỗi thuộc tính trong các tour tham quan chợ nổi Cái Răng. Khách du lịch sẵn lòng trả 908.870 đồng cho thuộc tính tham quan và ăn uống (*Tqvaan*) với mức ý nghĩa 1%, mức giá này dao động trong khoảng từ 451.960 đồng đến 1.365.790 đồng với độ tin cậy 95%. Khách tham quan sẵn sàng trả 492.660 đồng cho thuộc tính dừng chân và ăn uống giữa buổi tham quan (*Dchanvan*) với mức ý nghĩa 1% và dao động trong khoảng tin cậy 95% từ 325.350 đồng đến 659.960 đồng. Đối với thuộc tính sinh hoạt cùng thương lái (*Sinhhoat*) mức sẵn lòng trả của du khách đối với thuộc tính này là âm, và không có ý nghĩa thống kê. Từ mức giá của du khách đối với các thuộc tính của các tour tham quan chợ nổi Cái Răng, ta có được mức giá sẵn lòng trả của du khách đối với mỗi tour tham quan chợ nổi được thể hiện ở bảng 8.

Bảng 8 cho thấy kết quả ước tính MWTP cho các tour tham quan chợ nổi Cái Răng. Khách du lịch sẵn lòng trả 908.870 đồng cho tour tham quan chợ nổi (Tour 1) với mức ý nghĩa 1%, giá sẵn lòng trả của du khách dao động trong khoảng tin cậy 95% từ 560.030 đồng đến 1.257.720 đồng. Khách tham quan sẵn sàng trả 1.401.530 đồng cho tour du lịch một ngày cùng chợ nổi (Tour 2) với mức ý nghĩa 1% và giá sẵn lòng trả của du khách dao động trong khoảng tin cậy 95% từ 950.830 đồng đến 1.852.230 đồng. Khách du lịch cũng sẵn lòng trả cho tour trải nghiệm chợ nổi (Tour 3) là 1.224.510 đồng với mức ý nghĩa 1%.

Bảng 8. Giá sẵn lòng trả của du khách đối với tour tham quan chợ nổi Cái Răng

Đơn vị tính: ngàn đồng

Tour	Trung bình	Khoảng tin cậy 95%	
		Cận dưới	Cận trên
1	908,87***	560,03	1.257,72
2	1.401,53***	950,83	1.852,23
3	1.224,51***	979,94	1.469,07

Ghi chú: *** Tương ứng với mức ý nghĩa 1%; Khoảng tin cậy được ước lượng bằng phương pháp của Krinsky và Robb (1986).

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2015

6. Kết luận và kiến nghị

Bài nghiên cứu áp dụng phương pháp mô hình lựa chọn để xác định nhu cầu của khách du lịch đối với các tour của chợ nổi Cái Răng. Kết quả của cuộc nghiên cứu cho thấy du khách sẵn lòng chi trả cho các tour tham quan chợ nổi Cái Răng. Du khách sẵn lòng trả 908.780 đồng cho thuộc tính tham quan và ăn uống, 492.750 đồng đối với thuộc tính dừng chân nghỉ ngơi giữa buổi và thưởng thức các món ăn đặc sản. Riêng đối với thuộc tính sinh hoạt cùng thương lái thì mức sẵn lòng trả của du khách là nhỏ hơn 0 và không có ý nghĩa thống kê. Mức giá sẵn lòng trả của du khách cho tour du tham quan chợ nổi là 908.780 đồng, tour một ngày cùng chợ nổi là 1.401.530 đồng và sẵn lòng trả 1.224.510 đồng cho tour trải nghiệm cùng chợ nổi.

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy du khách đánh giá chợ nổi Cái Răng là một điểm đến hấp dẫn. Bên cạnh đó chợ nổi là một nét văn hóa đặc sắc của vùng đồng bằng sông Cửu Long và chợ nổi Cái Răng là một nét đặc trưng riêng của thành phố Cần Thơ. Chính vì vậy cần phải có biện pháp để phát triển du lịch chợ nổi. Để phát huy hết tiềm năng phát triển du lịch của chợ nổi Cái Răng, các nhà quản lý du lịch cần:

- Thiết kế tour du lịch hấp dẫn hơn đối với du khách, các hoạt động trong tour du lịch phong phú hơn đa dạng hơn thay vì chỉ là tham quan, ngắm cảnh, chụp hình và thưởng thức những món ăn của chợ nổi trong thời gian chỉ từ một đến hai tiếng như hiện tại. Nên mở thêm tour du lịch một ngày cùng chợ nổi vì theo như kết quả nghiên cứu cho thấy khách du lịch thích tour tham quan này và sẵn lòng trả giá cao cho tour du lịch này.
- Đa dạng hơn các loại hình “dịch vụ du lịch” như xây dựng thêm cửa hàng mua sắm, kết nối tour với các điểm tham quan khác, xây dựng thêm nhà hàng gần chợ nổi. Xây dựng các điểm dừng chân ngay trên chợ nổi để khách tham quan có thể nghỉ ngơi giữa buổi tham quan góp phần tạo thêm một điểm hấp dẫn trong chuyến du lịch chợ nổi. Việc có thêm trạm dừng chân ngay trên chợ nổi là một trong những điểm hấp dẫn đối với du khách và kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng du khách sẵn lòng trả tiền cho yếu tố này là 492.660 đồng.
- Tăng cường công tác bảo vệ môi trường, cảnh quan sông nước, mỹ quan chợ nổi; phát huy tính hiếu khách của người dân; tạo điều kiện cho hoạt động mua bán diễn ra nhộn nhịp hơn.
- Bên cạnh đó cũng cần tạo điều kiện để người dân sinh sống ở chợ nổi tham gia và hoạt động du lịch để góp phần nâng cao đời sống của cư dân nơi đây. Tạo sự yên ổn trong cuộc sống của người dân là cũng góp phần cho du lịch chợ nổi phát triển.

Tài liệu tham khảo

1. Bascomb, B., & Taylor, M. (2008). Ecotourism and Sustainability in a Q'eqchi 'Maya Community, Guatemala. *FOCUS on Geography*, 51(3), 11-16.
2. Davenport, J., & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: a review. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, 67(1), 280-292.
3. Dixit, S. K., & Narula, V. K. (2010). Ecotourism in Madhav National Park: Visitors' perspectives on environmental impacts. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 109-115.
4. Herliczek, J. (1996). Where is ecotourism going?: If ecotravel is booming, asks a photo-journalist, how sustainable is it?. *Amicus Journal*, 18, 31-35.
5. Khai, H.V. & Yabe, M. (2014), *Choice modeling: assessing the non-market environmental values of the biodiversity conservation of swamp forest in Vietnam*, Int J Energy Environ Eng (2014).
6. Krinsky I. & Robb A.L. (1986), *On Approximating the Statistical Properties of Elasticities*. *Rev Econ Stat* 68(4):715–719, doi:10.2307/1924536
7. Lancaster, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *The journal of political economy*, 132-157.
8. Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2000). *Stated choice methods: analysis and applications*. Cambridge University Press.

9. McFadden, D. (1974). Conditional logit analysis of qualitative choice behavior, in P. Zarembka, ed., *Frontiers in Econometrics*, Academic Press, New York.
10. Petrin, A., & Train, K. (2003). *Omitted product attributes in discrete choice models* (No. w9452). National Bureau of Economic Research.
11. Thurstone, L. L. (1927). A law of comparative judgment. *Psychological review*, 34(4), 273.

Phụ lục A. Ví dụ: Lựa chọn 4

Nếu bạn được cung cấp các tour du lịch, bạn sẽ chọn tour nào?

TOUR 1
THAM QUAN
CHỢ NỒI CÁI RĂNG
150.000 đồng

TOUR 2
MỘT NGÀY CÙNG
CHỢ NỒI
600.000 đồng

TOUR 3
TRẢI NGHIỆM
CÙNG CHỢ NỒI
1.000.000 đồng

Không tham gia.

Phụ lục B. Thiết lập thuộc tính và mức độ

Mục đích chính của bài nghiên cứu là tìm hiểu thị hiếu của khách du lịch về sự phát triển của chợ nổi Cái Răng. Vì vậy, lựa chọn một thí nghiệm đã được phát triển để xác định quan tâm của khách du lịch trong các tour du lịch giả thuyết mà chợ nổi Cái Răng có thể cung cấp. Thí nghiệm lựa chọn liên quan đến việc yêu cầu người tiêu dùng lựa chọn giữa một số tour du lịch khác nhau, với mỗi tour du lịch được mô tả bởi các thuộc tính và giá cả. Để khám phá sở thích du lịch liên quan đến hoạt động du lịch, nghiên cứu này xem xét hai thuộc tính: loại tour du lịch và giá cả.

Thuộc tính 1: Loại tour

Chợ nổi Cái Răng là một điểm đến không thể bỏ qua của du khách khi đến Cần Thơ nói riêng và đồng bằng sông Cửu Long nói chung. Mọi hoạt động của chợ diễn ra sôi nổi, náo nhiệt như một đô thị thu nhỏ trên sông, tạo thành nét chấm phá đặc thù trên bản đồ du lịch. Bài viết muốn xác định khách du lịch sẽ lựa chọn tour tham quan chợ nổi như thế nào cũng như là chi trả bao nhiêu cho các tour tham quan chợ nổi Cái Răng.

Thông thường, các tour tham quan chợ nổi sẽ bắt đầu vào lúc 6 hoặc 7 giờ sáng và chỉ kéo dài khoảng 1 – 2 tiếng (chỉ trong thời gian chợ hoạt động). Khách du lịch chỉ tham quan quanh khu chợ nổi và thưởng thức một số loại thức ăn như các loại trái cây tươi hoặc các loại đồ ăn sáng được bán trên các ghe di động ở chợ. Các hoạt động này hầu như quá quen thuộc với khách du lịch khi đến với chợ nổi, chính vì vậy đôi khi gây ra sự nhàm chán cho du khách. Bài viết đã giả định đưa ra một số tour du lịch mà trong phạm vi các công ty du lịch cũng như chợ nổi Cái Răng có thể đáp ứng được cho khách du lịch. Do số lượng các thông tin mô tả trong mỗi tour du lịch khi hiển thị nhiều thuộc tính sẽ yêu cầu người phỏng vấn phải giải thích thông tin khảo sát quá nhiều và sẽ làm cho các cuộc điều tra trở nên khó khăn. Vì lý do này, số lượng các tour du lịch được giới hạn trong ba loại như sau: (1) tham quan chợ nổi; (2) một ngày cùng chợ nổi; và (3) tour du lịch trải nghiệm chợ nổi.

(1) Tour 1: Tham quan chợ nổi

Chuyến đi một ngày này sẽ giới thiệu về lịch sử và văn hóa của chợ nổi Cái Răng; Nó giống như các tour du lịch hiện đang được cung cấp bởi các công ty du lịch. Các hoạt động trong tour này bao gồm:

- Tour bắt đầu từ 7h sáng đến 9h sáng;
- Tham quan chợ nổi: Ngắm khung cảnh chợ nổi, quan sát quá trình trao đổi mua bán của người dân ở chợ nổi;
- Thưởng thức các món ăn được bán ngay trên chợ nổi (Chi phí này du khách tự chi trả).

(2) Tour 2: Một ngày cùng chợ nổi

Tour này được thiết kế dựa trên thực trạng của các chuyến du lịch tham quan chợ nổi hiện nay. Khách du lịch chỉ tham quan chợ nổi trong thời gian ngắn mà không có địa điểm dừng chân nghỉ ngơi ở chợ nổi. Tour sẽ thêm vào chuyến tham quan địa điểm cho khách du lịch dừng chân, nghỉ ngơi. Địa điểm dừng chân sẽ là thuyền của thương lái liên kết với công ty du lịch hoặc là thuyền do công ty du lịch đã bố trí sẵn. Hoạt động trong tour này bao gồm:

- Tour bắt đầu từ 6h sáng đến 9h sáng;
- Tham quan chợ nổi: Ngắm khung cảnh chợ nổi, quan sát quá trình trao đổi mua bán của người dân ở chợ nổi;
- Thưởng thức các món ăn được bán ngay trên chợ nổi;
- Có điểm dừng chân, nghỉ ngơi, ăn uống ngay trên chợ nổi (điểm dừng chân này sẽ là một nhà hàng nổi được xây dựng gần khu chợ nổi hoặc ngay khu chợ nổi).

(3) Tour 3: Tour du lịch trải nghiệm chợ nổi

Tour này được đưa ra nhằm mục đích muốn tìm hiểu xem khách du lịch có hứng thú với cuộc sống của thương lái ở chợ nổi hay không. Tour sẽ là một trải nghiệm cho khách du lịch khám phá chợ nổi với toàn bộ thời gian hoạt động của các thương lái ở chợ nổi từ lúc chợ mới họp cho đến khi tan chợ. Các hoạt động của tour này bao gồm:

- Tour bắt đầu từ 4h30 sáng đến 9h sáng.

- Tham quan chợ nổi: Ngắm khung cảnh chợ nổi, quan sát quá trình trao đổi mua bán của người dân ở chợ nổi;
- Thưởng thức các món ăn được bán ngay trên chợ nổi;
- Có điểm dừng chân ngay trên chợ nổi (điểm dừng chân này sẽ là một nhà hàng nổi được xây dựng gần khu chợ nổi hoặc ngay khu chợ nổi).
- Thưởng thức các món ăn đặc sản của vùng và nghe đờn ca tài tử;

Thuộc tính 2: giá

Đối với 3 tour được đưa ra có 3 mức giá khác nhau cho mỗi tour. Các mức giá đưa ra dựa trên sự tham khảo giá tour du lịch khác nhau của các công ty du lịch và các chi phí tiềm năng của các tour du lịch giả định. Giá của các tour được thể hiện qua bảng 8.

Bảng 8. Giá sử dụng cho mỗi loại tour*

Đơn vị tính: nghìn đồng/người

	Thấp	Trung bình	Cao
Tour 1	150	200	300
Tour 2	400	500	600
Tour 3	600	800	1.000

*Ghi chú: * Giá không bao gồm chi phí ăn uống ngoài chương trình*

CÁC YẾU TỐ NÀO ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN CÁC QUỐC GIA ĐÔNG NAM Á?

Lê Long Hậu,^{1,*} Trần Lê Lam Uyên² và Lê Tấn Nghiêm³

^{1,3} Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

² Công ty cho thuê tài chính Leasing Hui

*Tác giả nhận phản hồi: (llhau@ctu.edu.vn)

TÓM TẮT

Sử dụng mô hình hồi qui với dữ liệu bảng, nghiên cứu này phân tích tác động của các yếu tố vĩ mô đến sự phát triển của thị trường chứng khoán 6 quốc gia khu vực Đông Nam Á (Thái Lan, Singapore, Philippines, Malaysia, Indonesia và Việt Nam) trong giai đoạn 1988 – 2012. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các yếu tố bao gồm mức thu nhập, sự phát triển của hệ thống ngân hàng và tính thanh khoản của thị trường chứng khoán có tác động tích cực đến sự phát triển của thị trường. Ngược lại, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy các yếu tố như tỷ lệ tiết kiệm trong nước, lãi suất và cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008 có tác động tiêu cực đến sự phát triển của thị trường chứng khoán các quốc gia này.

Từ khóa: yếu tố vĩ mô, thị trường chứng khoán, Đông Nam Á.

WHAT ARE THE DETERMINANTS OF STOCK MARKET DEVELOPMENT OF THE SOUTH-EAST ASIAN COUNTRIES?

ABSTRACT

Using the regression model for panel data, this paper is to examine the macroeconomic determinants of stock market development in 6 countries of Southeast Asia region, including Thailand, Singapore, Philippines, Malaysia, Indonesia and Vietnam for the period from 1988 to 2012. The results show that income, banking sector development and stock market liquidity have a positive impact on the stock market development of these countries. On the contrary, the results suggest that domestic savings, real interest rates and the World Economic Crisis in 2008 have a negative influence on the development of these stock markets.

Keywords: macroeconomic determinants, stock market, Southeast Asia.

1. GIỚI THIỆU

Đối với mỗi nền kinh tế, thị trường chứng khoán là một bộ phận quan trọng của thị trường tài chính với chức năng huy động các nguồn vốn trung và dài hạn, đồng thời là công cụ hữu hiệu giúp chính phủ điều hành kinh tế vĩ mô. Nghiên cứu của Levine và Zervos (1998) đã chứng minh được rằng khi thị trường chứng khoán được vận hành hiệu quả, không những chức năng phân phối vốn và phân tán rủi ro của thị trường được đảm bảo, mà thị trường còn tạo ra thêm nhiều dịch vụ tài chính, nhờ đó thúc đẩy đầu tư và tăng trưởng kinh tế. Thị trường chứng khoán ngày càng được khẳng định là một thước đo quan trọng cho sự phát triển của các nền kinh tế, bởi thông qua những chỉ số trên thị trường, “sức khỏe” của một nền kinh tế có thể phần nào được xác định. Chính vì vậy mà các nhà nghiên cứu đã hướng sự quan tâm tới những nhân tố có ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường này. Vai trò của thị trường chứng khoán đối với tăng trưởng kinh tế đã được phân tích trong nhiều nghiên cứu thực nghiệm (Atje và Jovanovic, 1993; Levine, 1997; Levine và Zervos, 1998), qua đó các tác giả đều kết luận rằng sự phát triển của thị trường chứng khoán thường song hành cùng tăng trưởng kinh tế. Thị trường chứng khoán ngày là kênh thu hút nguồn vốn trung, dài hạn và tập trung các nguồn vốn này cho đầu tư và phát triển kinh tế tại nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt là đối với các nước đang phát triển. Chính vì vậy, nhiều nghiên cứu đã được tiến hành tại các quốc gia và khu vực khác nhau trên thế giới nhằm xác định những yếu tố mang tính ảnh hưởng đến thị trường chứng khoán, đặc biệt là ở các nền kinh tế đang phát triển. Trong đó, một đại diện điển hình cho những nền kinh tế đang phát triển trên thế

giới là khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có nhiều nghiên cứu hướng đến thị trường khu vực này. Do đó, nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường này tại khu vực Đông Nam Á, nghiên cứu đã tiến hành phân tích tình hình phát triển của thị trường chứng khoán khu vực này trong giai đoạn 1988 – 2012. Trên cơ sở đó, đề ra một số gợi ý chính sách cho thị trường chứng khoán khu vực Đông Nam Á nói riêng và các nước đang phát triển nói chung.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Nhiều lý thuyết kinh tế và nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ ra một số yếu tố quan trọng tác động đến sự phát triển của thị trường chứng khoán. Đầu tiên là yếu tố thu nhập, đây là yếu tố đã được chứng minh có mối tương quan cao với quy mô thị trường chứng khoán và cũng là một thước đo của tăng trưởng kinh tế. Tăng trưởng thu nhập thúc đẩy sự phát triển của thị trường chứng khoán thông qua khối lượng vốn đi vào thị trường (Garcia và Liu, 1999). Ngoài ra, các quốc gia có mức thu nhập cao thường đi cùng với hệ thống pháp lý, nền giáo dục và môi trường kinh doanh tốt hơn, qua đó tác động tích cực đến sự phát triển của thị trường chứng khoán (La Porta và cộng sự, 1996). Tiếp đến là sự phát triển của hệ thống ngân hàng, một yếu tố đã được chứng minh có ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường chứng khoán, bởi hai thị trường đều có xu hướng phát triển đồng thời và hỗ trợ cho nhau (Demirguc-Kunt và Levine, 1996). Bên cạnh đó, tính thanh khoản cũng là một yếu tố quan trọng khác đối với sự phát triển của thị trường chứng khoán. Với một thị trường có tính thanh khoản cao, nhà đầu tư sẽ không mất quyền kiểm soát đối với các khoản tiết kiệm của mình, bởi họ có thể dễ dàng chuyển đổi cổ phần đang nắm giữ thành tiền mặt hoặc thay đổi các danh mục đầu tư. Do đó, thị trường có tính thanh khoản sẽ làm giảm rủi ro cũng như thúc đẩy các dự án đầu tư dài hạn với mức sinh lời cao (Bencivenga và cộng sự, 1996). Thêm vào đó, tỷ lệ tiết kiệm và đầu tư cũng có khả năng tác động đến sự phát triển của thị trường chứng khoán. Cụ thể, khi tỷ lệ tiết kiệm và tỷ lệ đầu tư trong nước tăng lên, thị trường chứng khoán cũng được kỳ vọng nhận thêm nguồn vốn dồi dào (Garcia và Liu, 1999; Yartey, 2010). Đầu tư từ nước ngoài cũng là một yếu tố có ảnh hưởng đến thị trường chứng khoán vì thường đi liền với các cải cách thể chế và pháp lý, điều kiện niềm yết cũng như tính đầy đủ và minh bạch thông tin, do đó được kỳ vọng sẽ tạo niềm tin lớn hơn, củng cố cơ sở tham gia thị trường cho các nhà đầu tư, dẫn đến những nguồn vốn dồi dào (Yartey, 2010). Bên cạnh những yếu tố trên, tính ổn định kinh tế vĩ mô và tác động từ những cuộc khủng hoảng kinh tế cũng có ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường. Khi môi trường kinh tế vĩ mô càng bất ổn thì doanh nghiệp càng ít được khuyến khích tham gia vào thị trường chứng khoán. Hơn nữa, lợi nhuận doanh nghiệp có thể bị ảnh hưởng bởi những thay đổi trong chính sách tiền tệ, chính sách tài chính và tỷ giá hối đoái, vì vậy thị trường chứng khoán ở các quốc gia có môi trường vĩ mô thiếu ổn định cũng sẽ có nhiều biến động hơn (Garcia và Liu, 1999). Còn các cuộc khủng hoảng kinh tế cũng được xem là một trong những nguyên nhân dẫn đến sự suy thoái của thị trường tài chính, do đó có ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của thị trường (Baur và Fry, 2006).

Dựa vào cơ sở trên, nghiên cứu này cũng sử dụng các yếu tố vĩ mô bao gồm thu nhập, mức phát triển của hệ thống ngân hàng, tính thanh khoản, tiết kiệm và đầu tư trong nước, đầu tư trực tiếp nước ngoài, tính ổn định kinh tế vĩ mô và tác động từ các cuộc khủng hoảng kinh tế, nhằm đánh giá tác động của những yếu tố trên đối với thị trường chứng khoán các quốc gia khu vực Đông Nam Á.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

2.2.1 Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng nguồn số liệu thứ cấp từ cơ sở dữ liệu của Ngân hàng Thế giới (World Development Indicators Database) trong giai đoạn 1988 – 2012. Số liệu được thu thập cho 6 quốc gia khu vực Đông Nam Á, bao gồm Thái Lan, Singapore, Philippines, Malaysia, Indonesia và Việt Nam.

2.2.2 Phương pháp phân tích số liệu

Dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm trước, chúng tôi xây dựng và ước lượng mô hình hồi qui sau đây:

Mức độ phát triển của thị trường chứng khoán (biến phụ thuộc): được đo lường bằng tỷ lệ vốn hóa của thị trường so với GDP của nền kinh tế (*VHTT*) (Garcia và Liu, 1999; Billmeier và Massa, 2009; Cherif và Gazdar, 2010; Yartey, 2010).

Các yếu tố tác động (biến độc lập) bao gồm:

Mức thu nhập (LnGDP): thể hiện mức độ phát triển của nền kinh tế, và được đo lường bằng lôgarit tự nhiên của GDP bình quân đầu người tính bằng đồng đô-la Mỹ (USD) (Garcia và Liu, 1999; Billmeier và Massa, 2009; Cherif và Gazdar, 2010; Yartey, 2010).

Giá trị tín dụng ngân hàng cho khu vực tư nhân (TDTN): đại diện cho mức độ phát triển của hệ thống ngân hàng, và được đo lường bằng tỷ số giữa lượng tín dụng ngân hàng cho khu vực tư nhân và tổng GDP (Garcia và Liu, 1999; Naceur và cộng sự, 2007; Yartey, 2010; Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh, 2013).

Tỷ lệ giá trị giao dịch (TL_GTDD): thể hiện tính thanh khoản của thị trường, và được đo lường bằng tỷ số giữa tổng giá trị giao dịch chứng khoán và tổng GDP (Garcia và Liu, 1999; Naceur và cộng sự, 2007; Cherif và Gazdar, 2010; Yartey, 2010).

Tỷ lệ luân chuyển chứng khoán (TL_LC): thể hiện tính thanh khoản của thị trường, được đo lường bằng tỷ số giữa tổng giá trị giao dịch chứng khoán và tổng giá trị vốn hóa thị trường (Garcia và Liu, 1999; Cherif và Gazdar, 2010; Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh, 2013).

Tỷ lệ tiết kiệm (TIET_KIEM) và *tỷ lệ đầu tư (DAU_TU)*: được đo lường bằng tỷ số giữa tổng giá trị tiết kiệm so với GDP và giá trị đầu tư trong nước so với GDP, tương ứng (Garcia và Liu, 1999; Naceur và cộng sự, 2007; Cherif và Gazdar, 2010; Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh, 2013).

Tỷ lệ lạm phát (LAM_PHAT) và *lãi suất thực (LS_THUC)*: là hai biến số đo lường mức ổn định vĩ mô của nền kinh tế (Naceur và cộng sự, 2007; Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh, 2013; Cherif và Gazdar, 2010).

Dòng vốn FDI (FDI): được đo lường bằng tỷ số giữa giá trị dòng vốn FDI và tổng GDP (Yartey, 2010).

Khủng hoảng kinh tế (KH97 và KH08): là biến giả đại diện cho các cuộc khủng hoảng, mang giá trị 1 cho các năm bắt đầu xảy ra khủng hoảng (1997 hoặc 2008) và mang giá trị 0 cho các năm còn lại.

Đối với phương pháp ước lượng, hồi qui với dữ liệu bảng được ước lượng bằng mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM), kiểm định Hausman được sử dụng để chọn lựa giữa hai mô hình. Bên cạnh đó, các kiểm định nhằm kiểm tra hiện tượng phương sai thay đổi, tự tương quan và đa cộng tuyến cũng được thực hiện nhằm đảm bảo tính phù hợp của mô hình.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đặc điểm dữ liệu

Kết quả thống kê mô tả cho thấy, nhìn chung các biến số đều có độ lệch chuẩn khá lớn do sự phát triển không đồng đều giữa các quốc gia. Các biến số thu nhập bình quân đầu người, tỷ lệ giá trị giao dịch và lạm phát đều có giá trị trung bình đều thấp hơn độ lệch chuẩn. Những yếu tố còn lại có độ lệch chuẩn không vượt cao hơn giá trị trung bình.

Bảng 1. Thống kê mô tả các biến số

Chỉ số	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Vốn hóa thị trường (%/GDP)	83	69	0	329
GDP bình quân đầu người (USD)	6.338	10.713	97	54.578
Tín dụng cho tư nhân (%/GDP)	74	41	14	166
Tỷ lệ giá trị giao dịch (%/GDP)	40	43	0	230
Tỷ lệ luân chuyển (%/Tổng vốn hóa)	51	29	8	153
Tiết kiệm (%/GDP)	32	12	3	54
Đầu tư (%/GDP)	28	7	11	44
Lạm phát (%)	5	6	-2	58
Lãi suất thực (%)	5	5	-25	18
FDI (%/GDP)	5	5	-3	27

Nguồn: Số liệu thu thập từ World Bank và tính toán của tác giả.

3.2. Kết quả hồi quy và thảo luận

Nhằm kiểm tra sự tác động nhất quán của các yếu tố vĩ mô đến sự phát triển của thị trường chứng khoán, nghiên cứu sẽ ước lượng 7 mô hình hồi quy khác nhau với cách thực hiện như sau: hai yếu tố mức thu nhập và lượng tín dụng cho khu vực tư nhân được giữ xuyên suốt trong các mô hình (đại diện cho sự phát triển của nền kinh tế vĩ mô và hệ thống ngân hàng ở các quốc gia). Đối với các yếu tố khác mà theo lý thuyết và các nghiên cứu trước có thể đo lường thông qua nhiều biến số thì chúng tôi lần lượt thay từng biến số vào trong các mô hình ước lượng. Cụ thể, các yếu tố còn lại bao gồm tính thanh khoản (thể hiện qua tỷ lệ giá trị giao dịch và tỷ lệ luân chuyển chứng khoán), tiết kiệm, đầu tư, tính ổn định kinh tế vĩ mô (thể hiện qua tỷ lệ lạm phát và lãi suất thực), dòng vốn FDI và các cuộc khủng hoảng kinh tế là các biến kiểm soát lần lượt được kết hợp và xem xét trong bảy mô hình.

Kết quả thực nghiệm của nghiên cứu được thể hiện qua kết quả hồi quy trong bảng 2. Kết quả hồi quy ở mô hình (1) bao gồm các yếu tố mức thu nhập, tín dụng ngân hàng cho khu vực tư nhân, tỷ lệ giá trị giao dịch, tỷ lệ tiết kiệm và lãi suất thực, cho thấy tất cả các biến số đều có ý nghĩa thống kê từ 1% đến 10%. Trong đó mức thu nhập, lượng tín dụng cho khu vực tư nhân và tỷ lệ giá trị giao dịch đều có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ vốn hóa thị trường. Cụ thể, khi mức thu nhập tăng thêm 1% thì tỷ lệ vốn hóa thị trường tăng thêm 0,094%. Kết quả trên tương đồng với những nghiên cứu trước của Garcia và Liu (1999), Billmeier và Massa (2009), Cherif và Gazdar (2010) và Yartey (2010). Thêm vào đó, sự phát triển của hệ thống ngân hàng cũng là một nhân tố thúc đẩy thị trường chứng khoán phát triển, cụ thể là khi lượng tín dụng ngân hàng cho khu vực tư nhân tăng thêm 1% thì vốn hóa thị trường tăng 0,317%.

Tương tự, tính thanh khoản đo lường bởi tỷ lệ giá trị giao dịch cũng đồng thời là một yếu tố có tác động tích cực đến vốn hóa thị trường, bởi khi tỷ lệ giá trị giao dịch tăng 1% thì mức vốn hóa thị trường cũng tăng thêm 0,665%. Những kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Garcia và Liu (1999), Naceur và cộng sự (2007), Cherif và Gazdar (2010), Yartey (2010) và Phan Đình Nguyên và Võ Thị Ha Hanh (2013). Ngoài ra, một chỉ số đo lường khác của tính thanh khoản là tỷ lệ luân chuyển chứng khoán được đưa vào mô hình (4) cho thấy mặc dù tỷ lệ này cũng thể hiện tác động tích cực đến sự phát triển của thị trường chứng khoán, nhưng lại không mang ý nghĩa thống kê. Do đó, trong trường hợp của nghiên cứu này, tỷ lệ giá trị giao dịch được xem là thước đo phù hợp hơn cho tính thanh khoản của thị trường so với tỷ lệ luân chuyển chứng khoán.

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường chứng khoán khu vực Đông Nam Á giai đoạn 1988 – 2012.¹

Mô hình	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Mức thu nhập	0,094 (2,45)*	0,096 (2,38)*	0,096 (3,10)**	0,180 (3,80)**	0,097 (2,39)*	0,097 (2,38)*	0,121 (3,26)**
Tín dụng cho khu vực tư nhân	0,317 (4,11)***	0,315 (3,88)**	0,287 (4,37)***	0,407 (2,43)*	0,308 (3,77)**	0,343 (3,68)**	0,288 (4,41)***
Tỷ lệ giá trị giao dịch	0,665 (4,96)***	0,667 (5,17)***	0,635 (6,83)***		0,652 (4,25)***	0,668 (4,88)***	0,667 (5,26)***
Tỷ lệ luân chuyển				0,173 (0,81)			
Tỷ lệ tiết kiệm	-0,738 (-2,47)*	-0,822 (-2,43)*			-0,798 (-2,23)*	-0,772 (-2,51)*	-0,869 (-2,57)**
Tỷ lệ đầu tư			0,575 (1,00)	1,354 (0,92)			
Lạm phát		-0,154 (-0,44)					
Lãi suất thực	-0,241 (-2,15)*		-0,446 (-4,66)***	-0,783 (-3,94)**			
FDI					0,445 (0,64)		
Khủng hoảng tài chính châu Á (1997)						-0,089 (-1,23)	
Khủng hoảng kinh tế thế giới (2008)							-0,159 (-2,19)*
Số quan sát	129	129	129	129	129	129	129
R ²	0,5616	0,5610	0,5680	0,2107	0,5619	0,5631	0,5713
Giá trị kiểm định F	425,66***	19,90***	335,83***	111,26***	318,58***	25,11***	72,41***
Mô hình ước lượng	FEM	FEM	FEM	FEM	FEM	FEM	FEM

*Ghi chú: ***, **, *: có ý nghĩa thống kê tương ứng ở mức 1%, 5% và 10%. Kết quả kiểm định t được ghi trong dấu ngoặc đơn phía dưới các hệ số ước lượng..*

Bên cạnh đó, mô hình (1) cũng cho thấy tỷ lệ tiết kiệm và lãi suất thực có tác động tiêu cực đến sự phát triển của thị trường chứng khoán và cũng có ý nghĩa về mặt thống kê ở mức 10%. Cụ thể, khi lãi suất thực và tỷ lệ tiết kiệm tăng 1% thì vốn hóa thị trường lần lượt giảm đi 0,241% và 0,738%. Tác động tiêu cực của lãi suất thực đến sự phát triển của thị trường chứng khoán cũng tương tự với kết quả nghiên cứu của Cherif và Gazdar (2010). Tuy nhiên, ảnh hưởng tiêu cực của tỷ lệ tiết kiệm đến sự phát triển của thị trường ngược với kết quả của các nghiên cứu trước (Garcia và Liu, 1999; Naceur và cộng

sự, 2007; Cherif và Gazdar, 2010 và Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh; 2013).² Lý giải cho điều này, số liệu thống kê cho thấy ở hầu hết các quốc gia trong giai đoạn nghiên cứu, tỷ lệ tiết kiệm không có xu hướng thay đổi, ngoại trừ ở Việt Nam tỷ lệ này có xu hướng gia tăng; trong khi đó vốn hóa thị trường ở các quốc gia lại có nhiều biến động, chủ yếu xuất phát từ ảnh hưởng của hai cuộc khủng hoảng lớn vào năm 1997 và 2008. Do thị trường chứng khoán các quốc gia đều có nhiều biến động trong các cuộc khủng hoảng, trong khi tỷ lệ tiết kiệm trong nước vẫn tương đối ổn định, nên chúng tôi cho rằng đây là nguyên nhân làm thay đổi tác động của tỷ lệ tiết kiệm lên vốn hóa thị trường (xem phụ lục). Nhằm kiểm chứng cho suy đoán này, chúng tôi loại bỏ các năm khủng hoảng (1997 và 2008) ra khỏi mẫu và ước lượng lại các mô hình. Kết quả cho thấy sự ảnh hưởng của yếu tố tỷ lệ tiết kiệm đã mất đi ý nghĩa thống kê, trong khi đó các sự tác động của các yếu tố còn lại vẫn không thay đổi (cả dấu và mức ý nghĩa thống kê).³ Điều này cho thấy có thể trong giai đoạn 1988 – 2012, các khoản tiết kiệm tại 6 quốc gia khu vực Đông Nam Á đã không được đầu tư vào thị trường chứng khoán, mà có thể chảy vào những kênh đầu tư khác. Nhằm đánh giá rõ hơn ảnh hưởng của tính ổn định kinh tế vĩ mô, yếu tố lạm phát được đưa vào mô hình (2) thay cho lãi suất thực. Kết quả cho thấy tỷ lệ lạm phát cũng có mối tương quan ngược chiều với vốn hóa thị trường, mặc dù không có ý nghĩa về mặt thống kê. Các yếu tố khác trong mô hình này đều hướng tác động như kỳ vọng và có ý nghĩa thống kê. Tiếp đến, tác động của yếu tố đầu tư được đưa vào xem xét ở mô hình (3) cho thấy rằng mặc dù tỷ lệ đầu tư cũng tương quan cùng chiều với mức vốn hóa thị trường, nhưng giống như lạm phát, yếu tố này cũng không có ý nghĩa thống kê. Một lần nữa, những yếu tố còn lại trong mô hình (mức thu nhập, tín dụng cho khu vực tư nhân, tỷ lệ giá trị giao dịch và lãi suất thực) đều có mang tác động như kỳ vọng và có ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, tác động của dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thể hiện trong mô hình (5) cho thấy rằng dòng vốn FDI có tác động tích cực đến mức vốn hóa thị trường, tuy không có ý nghĩa về mặt thống kê. Kết quả trên tương đồng với kết quả nghiên cứu của Yartey (2010). Mô hình (6) và (7) xem xét tác động của hai cuộc khủng hoảng tài chính châu Á (1997) và khủng hoảng kinh tế thế giới (2008) thông qua biến giả cho từng cuộc khủng hoảng. Kết quả hồi quy cho thấy cả hai cuộc khủng hoảng đều có tác động tiêu cực đến sự phát triển của các thị trường chứng khoán, tuy nhiên chỉ có cuộc khủng hoảng năm 2008 là có ý nghĩa. Kết quả trên tương đồng với kết quả nghiên cứu của Phan Dinh Nguyen và Vo Thi Ha Hanh (2013).

4. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHÍNH SÁCH

Kết quả của nghiên cứu này đã chỉ ra rằng trong tổng số 11 yếu tố vĩ mô được nghiên cứu thì có 6 yếu tố tác động đến sự phát triển của thị trường chứng khoán các nước Đông Nam Á. Trong đó, các yếu tố mức thu nhập, sự phát triển của hệ thống ngân hàng và tỷ lệ giá trị giao dịch mang tác động cùng chiều; ngược lại, tỷ lệ tiết kiệm, lãi suất và cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008 mang tác động ngược chiều đến sự phát triển của thị trường chứng khoán 6 quốc gia khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, nếu loại trừ tác động từ các cuộc khủng hoảng, tỷ lệ tiết kiệm sẽ mất đi ý nghĩa thống kê, do đó không còn ảnh hưởng đến vốn hóa thị trường. Các yếu tố còn lại gồm tỷ lệ luân chuyển chứng khoán, tỷ lệ đầu tư trong nước, lạm phát và cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997 tuy có tác động đúng như kỳ vọng ban đầu nhưng lại không có ý nghĩa về mặt thống kê trong nghiên cứu này.

Từ kết quả thực nghiệm, nghiên cứu đi đến đề xuất một số gợi ý về chính sách đối với thị trường chứng khoán khu vực Đông Nam Á cũng như thị trường ở khu vực những quốc gia đang phát triển nói chung. Trước hết, mức thu nhập bình quân đầu người và sự phát triển của hệ thống ngân hàng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của thị trường chứng khoán, do đó tiến trình tự do hóa tài chính ở các quốc gia cần được tiến hành song song với tự do hóa nền kinh tế. Quá trình này tạo ra sự tăng trưởng kinh tế cùng với một môi trường minh bạch, linh hoạt và hiệu quả cho hệ thống tài chính, nhờ đó thu hút đầu tư, kích thích sự cạnh tranh lành mạnh, mang đến động lực phát triển cho thị trường. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích tiềm năng, tự do hóa tài chính cũng có mặt trái là nguyên nhân dẫn đến khủng hoảng tài chính, điển hình ở khu vực Đông Nam Á là trường hợp của Thái Lan năm 1997. Do đó, tùy theo điều kiện kinh tế, chính trị của mỗi quốc gia, tiến trình tự do hóa tài chính nên được thực thi một cách thận trọng theo những biện pháp khác nhau nhằm tối đa hóa lợi ích và giảm thiểu rủi ro đổ vỡ. Bên cạnh đó, tính thanh khoản cũng được chứng minh có tác động tích cực đến thị trường chứng khoán. Vì thế, việc nâng cao tính thanh khoản là rất cần thiết trong quá trình thúc đẩy sự phát triển thị trường. Tại khu vực Đông Nam Á, vào năm 2012, Sở Giao dịch Chứng khoán ASEAN đã được thành lập để kết nối 7 sàn giao dịch thị trường chứng khoán ở 6 quốc gia trong khu vực. Sáu quốc gia này đồng thời

cũng là những quốc gia được nghiên cứu trong nghiên cứu. Sự liên kết xuyên biên giới này được xem là bước đi quan trọng nhằm làm tăng tính linh hoạt cũng như củng cố vị thế của thị trường chứng khoán khu vực trên tầm quốc tế. Đây cũng là một động lực để các quốc gia xem xét và điều chỉnh những quy định về giao dịch để phù hợp với thông lệ quốc tế, chẳng hạn như các quy định về tính minh bạch, tỷ lệ sở hữu đối với nhà đầu tư nước ngoài, tỷ lệ cổ phần tự do chuyển nhượng, thời hạn thanh toán và chi phí giao dịch. Do đó, việc các quốc gia cùng nhau thiết lập một thị trường chung nhằm thúc đẩy sự luân chuyển của các dòng vốn cũng là một biện pháp đáng xem xét, đặc biệt là đối với thị trường chứng khoán khu vực những quốc gia đang phát triển. Ngoài ra, lãi suất thực khi tăng cao đã được chứng minh có ảnh hưởng tiêu cực đối với thị trường chứng khoán. Tác giả cho rằng nguyên nhân xảy ra hiện tượng trên là do khi lãi suất tăng, hệ thống ngân hàng sẽ chiếm ưu thế hơn so với thị trường chứng khoán. Các nhà đầu tư khi đó sẽ ưu tiên đưa vốn vào các ngân hàng thay vì đầu tư vào thị trường chứng khoán. Hơn nữa, lãi suất thực tăng cao còn dẫn đến sự sụt giảm lợi nhuận của các doanh nghiệp bởi chi phí lãi vay gia tăng, do đó dễ dẫn đến sự sụt giảm giá cổ phiếu. Chính vì thế mà các quốc gia cần cân nhắc chính sách điều chỉnh mức lãi suất phù hợp nhằm thúc đẩy cả thị trường vốn và thị trường tiền tệ phát triển, tránh gây ra hiện tượng thay thế giữa các thị trường.

Các ghi chú:

1. Kết quả kiểm định Wald (Greene, 2003) cho thấy có hiện tượng phương sai thay đổi trong mô hình tác động cố định, trong khi kiểm định Wooldridge (2002) cũng cho thấy có hiện tượng tự tương quan trong tất cả các mô hình hồi quy. Do đó để xử lý những vấn đề này, nghiên cứu ước lượng mô hình với sai số chuẩn có điều chỉnh. Ngoài ra, hệ số nhân tử phóng đại phương sai (VIF) của tất cả các biến trong mô hình đều nhỏ hơn 10 cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến không ảnh hưởng nhiều đến kết quả của mô hình (Gujarati, 2003). Tất cả những kết quả này chúng tôi sẵn sàng cung cấp khi có yêu cầu.
2. Về phương diện kỹ thuật, dấu âm (-) của biến tỷ lệ tiết kiệm (TIET_KIEM) có thể là kết quả của hiện tượng nội sinh trong mô hình. Tuy nhiên, kiểm định Durbin-Wu-Hausman không thể bác bỏ được giả thuyết H_0 rằng biến tỷ lệ tiết kiệm (TIET_KIEM) là ngoại sinh. Chúng tôi sẵn sàng cung cấp kết quả khi có yêu cầu.

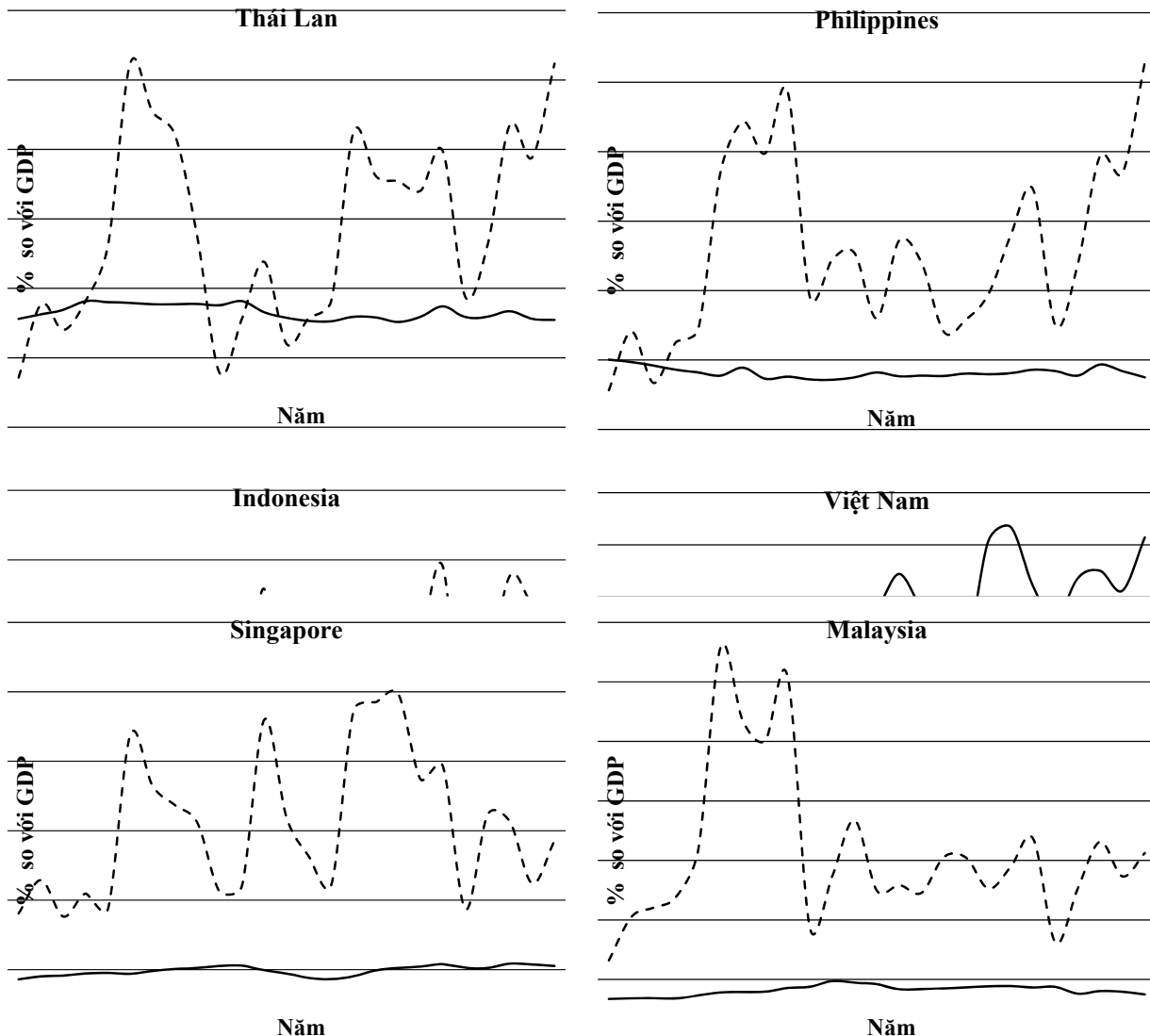
TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Atje, R., Jovanovic, B., (1993), 'Stock markets and development', *European Economic Review*, 37, 630–640.
2. Baur, D., Fry, R. (2006)., 'Endogenous Contagion – A Panel Data Analysis', *CAMA Working Papers 2006-09*. Australian National University, Centre for Applied Macroeconomic Analysis.
3. Bencivenga, V.R., Smith, B.D., Starr, R.M., (1996), 'Equity markets, transactions costs, and capital accumulation: an illustration', *The World Bank Economic Review*, 10(2), 241-265.
4. Billmeier, A., Massa, I., (2009), 'What drives stock market development in emerging markets, institutions, remittances, or natural resources', *Emerging Markets Review*, 10, 23–35.
5. Cherif, M., Gazdar, K., (2010), 'Macroeconomic and institutional determinants of stock market development in MENA region: New results from a panel data analysis', *International Journal of Banking and Finance*, 7(1), 139–159.
6. Demirgüç-Kunt, A., Levine, R., (1996), 'Stock market development and financial intermediaries: stylized facts', *The World Bank Economic Review*, 10(2), 291-321.
7. Garcia, F.V., Lin, L., (1999), 'Macroeconomic determinants of stock market development', *Journal of Applied Economics*, 2(1), 29–59.
8. Greene, W.H., (2003), *Econometric analysis*. Pearson Education India.
9. Gujarati, D.N., (2003), *Basic econometrics*. 4th ed. Tata McGraw-Hill Education.
10. Hausman, J.A., (1978), 'Specification tests in econometrics', *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 46(6), 1251-1271.
11. Levine, R., (1997), 'Financial development and economic growth: Views and agenda', *Journal of Economic Literature*, 35(2), 688–726.
12. Levine, R., Zervos, S., (1998), 'Stock markets, banks, and economic growth', *American Economic Review*, 88, 537–558.

13. Naceur, S.B., Ghazouani, S., Omran, M., (2007), 'The determinants of stock market development in the Middle-Eastern and North African Region', *Managerial Finance*, 33(7), 477–489.
14. Phan Dinh Nguyen, Vo Thi Ha Hanh, (2013), 'Determinants of Stock Market Development in Southeast Asian Countries', *Journal of Economics and Development*, 14(1), 101-112.
15. Porta, R.L., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R.W., (1996), *Law and finance*, working paper No. 5661. National Bureau of Economic Research.
16. Wooldridge, J.M., (2002), *Econometric analysis of cross section and panel data*, MIT press.
17. World Bank Group (Ed.), (2010), *World development indicators 2010*, World Bank Publications.
18. World Development Indicators Database (1988-2012), *The World Bank*.
19. Yartey, C.A., (2010), 'The institutional and macroeconomic determinants of stock market development in emerging economies', *Applied Financial Economics*, 20(21), 1615–1625.

PHỤ LỤC

Thông kê xu hướng biến đổi của vốn hóa thị trường và tỷ lệ tiết kiệm trong nước



NHU CẦU CỦA NÔNG DÂN ĐỐI VỚI BẢO HIỂM NUÔI TÔM TẠI BẠC LIÊU

Phan Đình Khôi^{1*} và Huỳnh Việt Khải¹

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: (pdkhoi@ctu.edu.vn)

TÓM TẮT

Bài viết này sử dụng phương pháp định giá ngẫu nhiên để ước lượng mức sẵn lòng trả (WTP) cho bảo hiểm con tôm và đề xuất mức phí hợp lý cho bảo hiểm con tôm tại Bạc Liêu. Số liệu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp 130 hộ nuôi tôm tại huyện Hòa Bình và thành phố Bạc Liêu trong năm 2014. Kết quả phân tích chỉ ra rằng có hơn 53,8% đáp viên sẵn lòng trả cho bảo hiểm với mức giá sẵn lòng trả trung bình trong khoảng từ 6,86 triệu đồng/1000m²/vụ đến 7,23 triệu đồng/1000m²/vụ. Giá trị WTP trung bình ước tính này cao hơn rất nhiều so với mức phí bảo hiểm thí điểm cho tôm tại địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Kết quả này cho thấy chương trình đã có ảnh hưởng tích cực đến mức độ chấp nhận bảo hiểm để phòng ngừa rủi ro trong hoạt động nuôi tôm của các hộ nông dân sau khi chương trình thí điểm kết thúc.

Từ Khóa: Phương pháp đánh giá ngẫu nhiên, Bảo hiểm con tôm, Sẵn lòng trả, Bạc Liêu

THE DEMAND FOR SHRIMP FARMING INSURANCE IN BAC LIEU

ABSTRACT

This study applied the contingent valuation method to estimate the willingness to pay (WTP) for shrimp farming insurance and proposed a range of reasonable insurance premium for shrimp farming insurance in Bac Lieu. The data was collected by direct interviews with 130 shrimp farmers in Hoa Binh District and Bac Lieu City. The results revealed that over 53.8% of respondents are willing to pay for shrimp farming insurance at the average willingness to pay in the range of VND 6.86 million to VND 7.23 million per 1000m² per crop. The estimated values of WTP were much higher than the proposed fee in the pilot shrimp farming insurance program in Bac Lieu province. The result implies that the pilot shrimp farming insurance program has positively influenced on the farmers' level of acceptance of insurance to encounter risks in shrimp farming.

Keywords: Contingent valuation method, Shrimp farming insurance, Willingness to pay, Bac Lieu.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nuôi tôm được cho là hoạt động nuôi trồng thủy sản cho lợi nhuận cao và là ước mơ làm giàu của hàng triệu hộ gia đình ở các tỉnh ven biển ở Đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, hoạt động nuôi tôm đòi hỏi giá trị đầu tư lớn và thường xuyên đối mặt với rủi ro dịch bệnh nên nguy cơ thua lỗ hoặc trắng tay sau mỗi vụ. Đặc biệt là trong điều kiện thời tiết bất lợi do biến đổi khí hậu khả năng mất mùa hoặc năng suất kém là rủi ro lớn nhất ảnh hưởng nhiều hộ nuôi tôm. Đây chính là rào cản lớn nhất có thể làm cho sản lượng của ngành nuôi tôm sụt giảm trong nhiều năm tới. Do đó, để đảm bảo hoạt động nuôi diễn ra theo hướng sản xuất thương mại bền vững người nuôi tôm cần một sự đảm bảo cho tài sản và công sức của họ, một giải pháp hữu hiệu giúp hoạt động nuôi tôm của hộ được diễn ra liên tục.

Bảo hiểm nông nghiệp là một trong những biện pháp hữu hiệu đã được triển khai từ lâu ở một số nước trên thế giới nhằm hạn chế rủi ro cho nông dân. Nhiều tài liệu nghiên cứu đã chỉ ra vai trò của các chương trình bảo hiểm nông nghiệp trong giảm thiểu rủi ro cho nông dân ở nhiều nước trên thế giới. Iturrioz cùng cộng sự (2009) nghiên cứu tổng thể về bảo hiểm nông nghiệp chỉ ra rằng những nông hộ đã từng bị mất mùa và những hộ có thu nhập cao lại có xu hướng tham gia bảo hiểm nhiều hơn. Bên cạnh đó mức phí bảo hiểm có quan hệ nghịch chiều với khả năng tham gia bảo hiểm. Đây là hai yếu tố

cơ bản để hình thành cung cầu của thị trường bảo hiểm và đây cũng chính là cơ sở để các nhà hoạch định chính sách điều tiết cung cầu nhằm hướng đến phát triển thị trường bảo hiểm nông nghiệp.

Ở Việt Nam, có rất ít nghiên cứu về bảo hiểm nuôi tôm khá hạn chế do thiếu thông tin cũng như mức độ triển khai bảo hiểm ở các địa bàn. Từ khi chương trình bảo hiểm con tôm tại các tỉnh Sóc Trăng, Bạc Liêu và Cà Mau là một trong những chương trình trọng điểm quốc gia được triển khai giai đoạn 2011 – 2013, với mục tiêu chủ yếu của chương trình là tìm ra một công cụ tài chính hữu hiệu nhằm giảm thiểu thiệt hại cho người nuôi tôm và đồng thời đảm bảo người nuôi tôm có đủ nguồn lực để tái sản xuất sau mỗi vụ nuôi. Bạc Liêu là tỉnh được chọn thí điểm chương trình bảo hiểm con tôm tại ba huyện thị có diện tích canh tác lớn là Hòa Bình, Đông Hải và Thành phố Bạc Liêu. Một số nghiên cứu về bảo hiểm nuôi tôm được thực hiện. Nguyễn Quốc Nghi (2012) nghiên cứu về nhu cầu tham gia bảo hiểm sản lượng của hộ nuôi tôm sú ở huyện Đông Hải, tỉnh Bạc Liêu cho thấy mặc dù các hộ nuôi tôm sú nhận thức được tác hại của các loại rủi ro đối với sản xuất, nhưng tỷ lệ không sẵn lòng tham gia bảo hiểm sản lượng còn rất cao cho thấy các chương trình bảo hiểm chưa tạo được niềm tin cho người nông dân. Qua kết quả kiểm định cho thấy trình độ học vấn của chủ hộ, diện tích nuôi tôm, chi phí đầu tư, tập huấn kỹ thuật và tổng số rủi ro là những nhân tố chính ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia bảo hiểm sản lượng của hộ nuôi tôm sú ở huyện Đông Hải, tỉnh Bạc Liêu. Gần đây, Phan Đình Khôi và Quách Vũ Hiệp (2014) nghiên cứu quyết định tham gia chương trình bảo hiểm tôm chỉ ra mối tương quan thuận giữa làm việc tại địa phương và tiếp cận thông tin bảo hiểm, và diện tích ao nuôi với quyết định tham gia bảo hiểm của nông hộ. Trong khi đó, trình độ học vấn càng cao có xu hướng ít tham gia vào loại hình bảo hiểm này.

Để chương trình thí điểm này dễ dàng tiếp cận với người nuôi tôm hơn, Quyết định 315/QĐ-TTg, được ban hành nhằm hỗ trợ 100% phí bảo hiểm cho nông dân nghèo, hỗ trợ 90% cho nông dân cận nghèo và hỗ trợ 60% cho nông dân không thuộc diện nghèo, cận nghèo tham gia thí điểm bảo hiểm nông nghiệp (Sở NN&PTNN Bạc Liêu, 2013). Tuy nhiên trong thời gian qua dịch bệnh hoành hành đã ảnh hưởng đến mức thu nhập của các hộ nông dân tại Bạc Liêu qua đó ảnh hưởng trực tiếp đến mức chi trả cho bảo hiểm con tôm. Chỉ tính riêng 7 tháng đầu năm 2013, hơn 1.500 ha tôm nuôi bị chết chỉ mức độ thiệt hại 20-25% sản lượng (Cục Thống kê Bạc Liêu, 2013). Nguyên nhân chủ yếu do thời tiết diễn biến bất lợi, lại thiếu nước sạch phục vụ cho việc nuôi tôm. Thêm vào đó, do con giống kém chất lượng, người nuôi thiếu kỹ thuật, không tuân thủ lịch thời vụ, dịch bệnh trên tôm chưa được khống chế đã làm chính người nuôi tôm điêu đứng. Do đó, cần có sự kết hợp chặt chẽ giữa người nông dân và các công ty bảo hiểm cùng với sự hỗ trợ của nhà nước. Để đạt được điều trên cần phải tìm hiểu thái độ, nguyện vọng, nhu cầu của người dân, cụ thể là xác định mức độ sẵn lòng của họ trong việc tham gia bảo hiểm và đặt biệt là mức phí của bảo hiểm.

Các lược khảo tài liệu trên đã cho thấy các vấn đề về bảo hiểm nông nghiệp ở các nước và ở Việt Nam còn nhiều bất cập. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có nghiên cứu thực nghiệm đo lường mức chi trả của nông hộ cho bảo hiểm con tôm tại Bạc Liêu. Vì vậy, vấn đề quan trọng đặt ra là làm thế nào để xác định mức sẵn lòng trả cho bảo hiểm con tôm của hộ nuôi tôm tại Bạc Liêu. Đây là thông tin quan trọng giúp cho các nhà hoạch định chính sách sử dụng để xây dựng chương trình bảo hiểm cho tôm nuôi trong thời gian tới.

Bài viết này nhằm mục tiêu là ước lượng mức sẵn lòng trả cho bảo hiểm con tôm của các hộ nuôi tôm tại Bạc Liêu và đề xuất mức phí hợp lý cho bảo hiểm con tôm tại Bạc Liêu. Phần còn lại của bài viết gồm 4 mục. Mục 2 trình bày phương pháp nghiên cứu bao gồm mô hình lý thuyết và mô hình ước lượng, và cách thu thập số liệu. Mục 3 thảo luận kết quả và mục 4 kết luận và đề xuất một số khuyến nghị làm cơ sở để xây dựng mức giá bảo hiểm nuôi tôm hợp lý trên địa bàn.

2. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH VÀ THU THẬP SỐ LIỆU

Phương pháp định giá ngẫu nhiên (CVM) được sử dụng để ước lượng mức sẵn lòng chi trả cho mức phí bảo hiểm nuôi tôm ở Bạc Liêu. Phương pháp CVM được tác giả Robert sử dụng lần đầu tiên vào năm 1963 nhằm ước tính lợi ích từ hoạt động giải trí ngoài trời của các khu vực hoang vắng tại tiểu bang Maine, miền Đông Bắc Hoa Kỳ (Robert, 1963). Đến năm 1971 tác giả Ridker đã ứng dụng phương pháp này vào việc tính toán các vấn đề ô nhiễm không khí (Ridker, 1971). Từ năm 1970 đến nay phương pháp CVM đã được sử dụng phổ biến trong lĩnh vực kinh tế để đo lường lợi ích của nhiều loại đối tượng

như: việc vui chơi, giải trí, săn bắn, chất lượng nguồn nước (Huỳnh Việt Khải, 2015); ước lượng giá trị kinh tế của các chương trình bảo tồn đa dạng sinh học (Phan Đình Khôi và Tăng Thị Ngân, 2014); và đánh giá nhận thức, thái độ con người về hàng hóa dịch vụ môi trường (Fernandez và Subade, 2005; Laroche *et al.*, 2001).

Mô hình phân tích để ước lượng mức giá sẵn lòng trả bảo hiểm tôm bắt đầu bằng hàm lợi ích của hộ nuôi tôm. Gọi V_{ij} là lợi ích của hộ nuôi tôm thứ j có được khi mua bảo hiểm con tôm nhằm phòng ngừa tổn thất giảm thu nhập do rủi ro theo phương án thứ i . Trong đó, $i = 1$ là lợi ích được đảm bảo trong trường hợp có bảo hiểm và $i = 0$ là lợi ích trong trường hợp không có bảo hiểm. Theo đó, V_{ij} là một hàm số của các thuộc tính của lợi ích khi mua bảo hiểm, với M_j là thu nhập từ hoạt động nuôi tôm của hộ thứ j ; Z_j là một vector các đặc điểm kinh tế của hộ và các thuộc tính cơ bản gắn với hoạt động nuôi tôm; và ε_{ij} là các sai số ngẫu nhiên. Dựa vào mô hình tham số ngẫu nhiên của Haab và McConnell (2002), V_{ij} được viết như sau:

$$V_{ij} = V_i(M_j, Z_j, \varepsilon_{ij}) \quad (1)$$

Hộ nuôi tôm thứ j lựa chọn mua bảo hiểm cải thiện lợi ích trong điều kiện có rủi ro với một mức giá gợi ý phải trả là t_j (triệu đồng/1000m²/vụ). Lợi ích mang lại từ bảo hiểm so với trường hợp không có bảo hiểm được xác định như sau:

$$V_{1j} = V_1(M_j - t_j, Z_j, \varepsilon_{1j}) > V_0(M_j, Z_j, \varepsilon_{0j}) \quad (2)$$

Do lợi ích trong điều kiện rủi ro bao gồm phần quan sát được và không quan sát được, ta chỉ có thể ước lượng được quyết định mua bảo hiểm thông qua ước lượng hàm xác suất dựa theo sự chọn lựa có hoặc không, khi đó:

$$Pr(yes_j) = Pr(V_1(M_j - t_j, Z_j, \varepsilon_{1j}) > V_0(M_j, Z_j, \varepsilon_{0j})) \quad (3)$$

Với giả định hàm lợi ích tuyến tính và được chia tách bao gồm phần quan sát được và phần sai số ngẫu nhiên:

$$V_{ij} = V_i(M_j, Z_j, \varepsilon_{ij}) = U_i(M_j, Z_j) + \varepsilon_{ij} \quad (4)$$

Kết quả xác suất lựa chọn từ phương trình (3) sẽ là:

$$Pr(yes_j) = Pr(U_1(M_j - t_j, Z_j) + \varepsilon_{1j} > U_0(M_j, Z_j) + \varepsilon_{0j}) \quad (5)$$

Giả định hàm lợi ích có dạng tuyến tính:

$$U_{1j}(M_j) = \sum_{k=1}^m \alpha_{1k} Z_{jk} + \beta_1(M_j) \quad (6)$$

Khi đó, phần quan sát được của lợi ích từ việc mua bảo hiểm là:

$$U_{1j}(M_j - t_j) = \sum_{k=1}^m \alpha_{1k} Z_{jk} + \beta_1(M_j - t_j) \quad (7)$$

Và lợi ích không có bảo hiểm là:

$$U_{0j}(M_j) = \sum_{k=1}^m \alpha_{0k} Z_{jk} + \beta_0(M_j) \quad (8)$$

Thay đổi trong lợi ích quan sát được sẽ là:

$$U_{1j} - U_{0j} = \sum_{k=1}^m (\alpha_{1k} - \alpha_{0k}) Z_{jk} + \beta_1 (M_j - t_j) - \beta_0 M_j \quad (9)$$

Khi lợi ích cận biên của thu nhập trong hai tình huống lựa chọn có bảo hiểm và không có bảo hiểm bằng nhau, $\beta_1 = \beta_0$, ta có:

$$U_{1j} - U_{0j} = \sum_{k=1}^m \alpha_{0k} Z_{jk} - \beta t_j \quad (10)$$

Xác suất lựa chọn mua bảo hiểm là:

$$P(yes_j) = Pr(\sum_{k=1}^m \alpha_{0k} Z_{jk} - \beta t_j + \varepsilon_{ij} > 0) \quad (11)$$

Ước lượng mức sẵn lòng trả (*WTP*) cho bảo hiểm ở phương trình (11) có thể được thực hiện dựa theo phương pháp ước lượng tham số được thực hiện với điều kiện:

$$\alpha_1 Z_j + \beta(M_j - t_j) + \varepsilon_{j1} = \alpha_0 Z_j + \beta M_j + \varepsilon_{j0} \quad (12)$$

Phương trình (13) cho mức sẵn lòng trả *WTP* là:

$$WTP = \frac{\alpha Z_j}{\beta} + \frac{\varepsilon_j}{\beta} \quad (13)$$

Giả định rằng $\frac{\varepsilon_j}{\beta} \sim N(0, \frac{\sigma^2}{\beta^2})$, khi đó *WTP* trung bình là:

$$Mean / Median WTP = E(WTP | \alpha, \beta, Z_j) = \frac{\alpha Z_j}{\beta} \quad (15)$$

Trong nghiên cứu này, phương pháp ước tính *WTP* sử dụng các số liệu của hộ tham gia và không tham gia mua bảo hiểm để xác định mức sẵn lòng chi trả đối với bảo hiểm con tôm. Các yếu tố độc (X_j) lập sử dụng trong mô hình ước lượng bao gồm tập hợp các đặc điểm của chủ hộ, đặc điểm của hộ và đặc điểm của hoạt động nuôi tôm (xem Bảng 1). Mô hình ước lượng *WTP* là hàm xác suất chấp nhận chi trả mức phí *Bid* để tham gia bảo hiểm con tôm được viết dưới dạng:

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 Bid + \beta_2 Dientich + \beta_3 Quanhe + \beta_4 Thongtin + \beta_5 Tietkiem + \beta_6 Tuoi + \beta_7 Thunhap + \beta_8 Thamgia + \beta_9 Gioitinh + \varepsilon$$

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng cách sử dụng bảng câu hỏi phỏng vấn trực tiếp 130 hộ nuôi tôm theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Số liệu được thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 2 đến tháng 3 năm 2014 tại địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Phương pháp điều tra phỏng vấn trực tiếp được thực hiện theo các bước như sau: (1) thiết kế bảng hỏi sao cho phù hợp với mục đích nghiên cứu; (2) phỏng vấn trực tiếp các đối tượng nghiên cứu phù hợp với tiêu chí đề ra của chương trình.

Theo đó, bảng câu hỏi được xây dựng nhằm đánh giá lại thực trạng thí điểm chương trình bảo hiểm con tôm. Trước khi đặt câu hỏi *WTP* cho các đáp viên, bảng câu hỏi sẽ cung cấp các thông tin mức giá cũng như chính sách hỗ trợ của nhà nước. Khoản tiền (hay mức giá *Bid*) được đưa ra khảo sát (dựa trên kết quả điều tra thử) là 2,5; 4,5; 6,5; 8,5; 10,5 triệu đồng/1000m²/vụ. Bên cạnh đó, bảng câu hỏi cũng hỏi thêm các câu hỏi lý do không sẵn lòng trả khi đáp viên không sẵn lòng chi trả. Phương pháp này mang lại tỉ lệ trả lời cao và thông tin đầy đủ và có thể kiểm soát.

Bảng 1. Diễn giải các biến độc lập và kỳ vọng trong phân tích hồi qui

Tên biến	Giải thích Biến số	Đơn vị tính	Kỳ vọng
<i>Y</i>	Quyết định sẵn lòng chi mức phí Bid để tham gia bảo hiểm con tôm	$Y = 1$: Sẵn lòng chi trả $Y = 0$: Không sẵn lòng chi trả	
<i>Bid</i>	Giá sẵn lòng chi cho bảo hiểm con tôm	Nhận giá trị 2,5; 4,5 ; 6,5; 8,5; 10,5 triệu đồng	-
<i>Dientich</i>	Diện tích đất nuôi tôm	m ²	+
<i>Quanhe</i>	Có quan hệ với chính quyền địa phương	Có = 1 Không = 0	+
<i>Thongtin</i>	Có thông tin về bảo hiểm con tôm	Có = 1 Không = 0	+
<i>Tietkiem</i>	Tiết kiệm của hộ	Có = 1 Không = 0	+
<i>Tuoi</i>	Tuổi của chủ hộ	Năm	+
<i>Thunhap</i>	Thu nhập từ sản xuất của hộ trên 1000m ² nuôi tôm	Triệu đồng	+
<i>Thamgia</i>	Tham gia vụ trước	Có = 1 Không = 0	+
<i>Gioitinh</i>	Giới tính của chủ hộ	Nam=1 Nữ=0	+/-

*Ghi chú : Dấu “+” thể hiện mối quan hệ tỷ lệ thuận với biến phụ thuộc.
 Dấu “-” thể hiện mối quan hệ tỷ lệ nghịch với biến phụ thuộc.*

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Kết quả khảo sát ở Bảng 2 cho thấy hộ nuôi tôm có diện tích ao nuôi trung bình khoảng 18.000 m² với chủ hộ có tuổi trung bình là khoảng 43 tuổi. Thu nhập bình quân của hộ ở mức 36 triệu đồng với mức dao động khá lớn, thu nhập cao nhất đạt trên 1 tỉ đồng. Đa phần hộ có tiết kiệm để tái đầu tư và phòng ngừa rủi ro. Hơn 90% hộ được phỏng vấn biết về chương trình bảo hiểm nuôi tôm và tỉ lệ tham gia bảo hiểm ở các vụ trước đạt trên 50%.

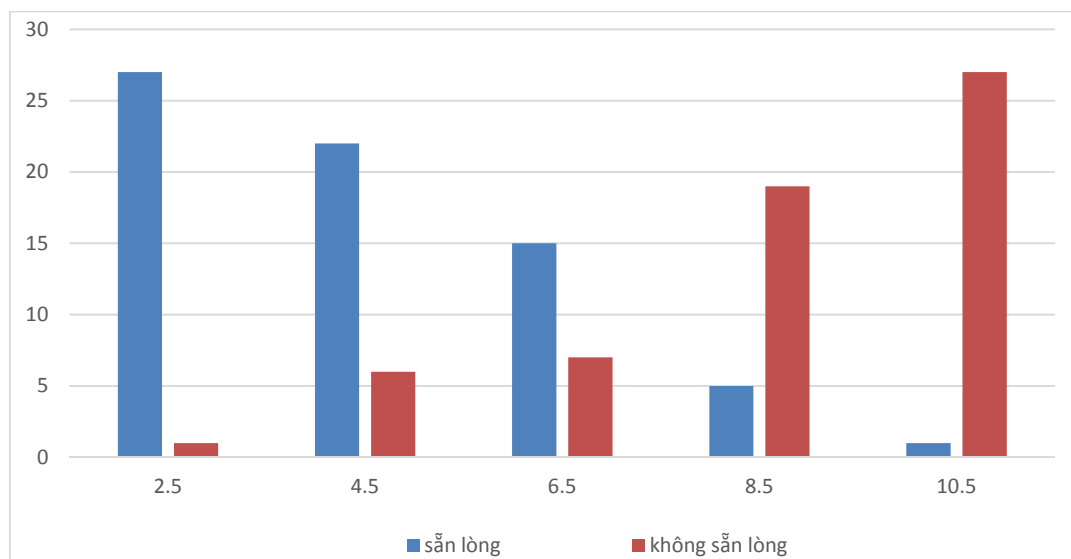
Hình 1 cho thấy mối tương quan nghịch giữa mức giá và mức sẵn lòng chi trả, cụ thể là có 38,57% sẵn lòng chi trả ở mức giá thấp nhất là 2,5 triệu đồng và chỉ có 1,43% đồng ý trả ở mức cao nhất 10,5 triệu đồng. Kết quả này phù hợp với giả thuyết đặt ra, khi mức giá càng cao thì tỷ lệ chấp nhận chi trả càng thấp. Bên cạnh đó, các đáp viên không sẵn lòng cũng được hỏi các mức giá mà họ cho là phù hợp, bảng câu hỏi cũng hỏi thêm các lý do không sẵn lòng trả khi đáp viên không sẵn lòng chi trả để tham gia tôm nuôi.

Bảng 2. Đặc điểm của hộ nuôi tôm

Các Biến	Trung Bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị Min/Max
<i>Dientich</i>	18.678,46	16.424,69	1.000-85.000
<i>Quanhe</i>	0,615	0,488	0-1
<i>Thongtin</i>	0,900	0,301	0-1
<i>Tietkiem</i>	0,815	0,389	0-1
<i>Tuoi</i>	43,538	9,03	28-65
<i>Thunhap</i>	36,130	24,861	1,149175
<i>Thamgia</i>	0,523	0,501	0-1
<i>Gioitinh</i>	0,885	0,321	0-1

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2014.

Một số đáp viên không sẵn lòng trả sẽ được yêu cầu cho biết lý do. Bảng 3 cho thấy có tới 39,04% đáp viên chọn lý do “Thủ tục phiền phức (khi tham gia, khi bồi thường)” và đây cũng là lý do mà các đáp viên chọn nhiều nhất. Bên cạnh đó có 34,21% đáp viên chọn lý do “Không muốn bị áp đặt thực hiện theo 1 quy trình (sản xuất) nhất định”, 16,67% đáp viên chọn lý do “Không biết thông tin về chương trình bảo hiểm nông nghiệp” chỉ có 4,82% (tương đương 11 đáp viên) chọn lý do “Phí tham gia bảo hiểm cao”, các lý do khác không có đáp viên nào chọn.



Hình 1. Tỷ lệ sẵn lòng chi trả ở các mức giá

Bảng 3. Một số lý do không sẵn lòng tham gia chương trình bảo hiểm nuôi tôm

Lý do	Tần suất	Tỷ lệ(%)
1. Thủ tục phiền phức (khi tham gia, khi bồi thường)	89	39,04
2. Không muốn bị áp đặt theo 1 quy trình sản xuất nhất định	78	34,21
3. Sản xuất nhỏ lẻ	38	16,67
4. Không có thông tin về chương trình bảo hiểm nuôi tôm	12	5,26
5. Phí tham gia bảo hiểm cao	11	4,82

Nguồn: Số liệu điều tra nông hộ, 2014

Bảng 4 trình bày kết quả hồi qui mô hình 1 và mô hình 2. Trong đó, mô hình 1 được phân tích dựa trên tổng số quan sát là 130. Mô hình 2 phân tích theo số liệu đã điều chỉnh theo thu nhập của hộ nuôi tôm với tổng số quan sát 121. Cách xác định quan sát trong mô hình 2 được thực hiện theo các bước sau: Trước tiên xác định các lý do không sẵn lòng chi trả cho chương trình. Tiếp theo, xem xét lại các lý do này cho phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của đáp viên. Trên cơ sở đó xác định số lượng đáp viên thuộc nhóm đáp viên không sẵn sàng chi trả xét theo mức thu nhập. Những đáp viên trả lời lý do là Phí bảo hiểm cao sẽ được xem xét với thu nhập và lợi nhuận tương ứng của từng hộ, nếu thu nhập của các hộ này ở mức trung bình trở lên và hộ có lợi nhuận từ hoạt động sản xuất cao hơn mức phí bảo hiểm thì xem như những đáp viên này không sẵn sàng chi trả xét theo mức thu nhập. Tuy nhiên, qua việc kiểm tra mẫu xét thấy trong tổng số 11 đáp viên chọn lý do này thì có 2 đáp viên có mức thu nhập thấp hơn mức trung bình và không có lợi nhuận. Điều này cho thấy họ không sẵn lòng ủng hộ chương trình là ý kiến phù hợp. Vì vậy, tác giả sẽ tiến hành loại bỏ 9 quan sát sẽ bị loại ra khỏi mẫu điều tra của mô hình 1, nên mô hình 2 sẽ ước lượng mức sẵn lòng trả có điều chỉnh trên số quan sát còn lại là 121 quan sát tương ứng với 121 đáp viên trả lời.

Kết quả ước lượng mô hình hồi qui probit về sự sẵn lòng trả của các đáp viên cho việc tham gia BHNN. Các yếu tố có ý nghĩa thống kê ở cả mô hình 1 và mô hình 2 bao gồm: mức chi trả *Bid*, tuổi của chủ hộ (*Tuoi*), tham gia BHNN mùa vụ 2013 (*Thamgia*), diện tích canh tác (*Dientich*), quan hệ địa phương (*Quanhe*), thông tin bảo hiểm (*Thongtin*), thu nhập (*Thunhap*). Trong đó mức *Bid* có tác động ngược chiều với mức sẵn lòng trả, còn các yếu tố còn lại có mối quan hệ cùng chiều với mức sẵn lòng trả. Điều này phù hợp với giả thuyết đã đưa ra trước đó, khi mức *Bid* càng cao thì tỷ lệ đáp viên sẵn lòng chi trả càng giảm và ngược lại, tuy nhiên biến *Quanhe* có mối quan hệ ngược chiều với mức sẵn lòng trả, trái với dự đoán trước đó của tác giả.

Bảng 4. Kết quả mô hình mức sẵn lòng trả của hộ nuôi tôm tại Bạc Liêu

	Mô hình 1		Mô hình 2	
	Hệ số	Hiệu ứng biên	Hệ số	Hiệu ứng biên
<i>Bid</i>	-0,68050***	-0,2606	-0,91560***	-0,2521
<i>Dientich</i>	0,00003**	0,00001	0,00006***	0,00001
<i>Quanhe</i>	-1,15500**	-0,4035	-1,62530**	-0,3687
<i>Thongtin</i>	2,05000**	0,6287	3,44360***	0,8581
<i>Tietkiem</i>	0,00660	0,0025	0,10040	0,0284
<i>Tuoi</i>	0,07320***	0,0280	0,11380***	0,0313
<i>Thunhap</i>	0,01740	0,0066	0,02850**	0,0078
<i>ThamgiaBH2013</i>	1,40230***	0,5029	1,52540**	0,4318
<i>Gioitinh</i>	0,72550	0,2832	1,17190*	0,4086
Hệ số chặn	-2,33500*		-4,59590**	
PseudoR ²	0,6434		0,7008	
Phần trăm dự báo đúng	90,77		93,39	
Số quan sát	130		121	

*Ghi chú: ***, ** và * : có ý nghĩa ở mức sai số 1%, 5% và 10%.*

Kết quả ước lượng của mô hình 1 ở Bảng 5 cho thấy giá trị WTP trung bình của các hộ nông dân là 6,86 triệu đồng/1000m²/vụ và dao động trong khoảng từ 6,27 – 7,42 triệu đồng/1000m²/vụ (ở mức ý nghĩa 1%). Giá trị này cao hơn chút ít so với mức giá hiện tại tương đương 6,5 triệu đồng/1000m²/vụ, tuy nhiên nếu xét trên giá trị thực tế mà các hộ nông dân tại địa bàn chỉ ra chỉ khoảng 40% (nhà nước hỗ trợ 60%) tương đương 2,5 triệu đồng/1000m²/vụ là cao hơn rất nhiều.

Bảng 5. Kết quả ước lượng giá trị WTP trung bình

Đơn vị: 1 triệu đồng

	Mean/Median (WTP)	Lower bound	Upper bound	ASL
Mô hình 1	6,86	6,27	7,42	0,0000
Mô hình 2	7,23	6,69	7,70	0,0000

Ghi chú: ASL, mức ý nghĩa cho kiểm định giả thuyết: $H_0: WTP \leq 0$, $H_1: WTP > 0$

Tuy nhiên, sau khi loại trừ những đáp viên không sẵn sàng chi trả xét theo mức thu nhập thì giá trị WTP, kết quả ước lượng của mô hình 2 ở Bảng 5 cho thấy giá trị WTP trung bình của mỗi hộ nông dân ước tính là 7,23 triệu đồng/1.000m²/vụ và dao động trong khoảng từ 6,69 đến 7,7 triệu đồng/1000m²/vụ (ở mức ý nghĩa 1%). Như vậy, sau khi xem xét và điều chỉnh hợp lý thì giá trị WTP trung bình tăng hơn đáng kể so với mô hình 1.

Kết quả này ngụ ý rằng chương trình BHNN đang đem lại lợi ích thiết thực cho các hộ nuôi tôm, do vậy hộ nuôi tôm chấp nhận chi trả để mua bảo hiểm cho con tôm cao hơn mức phí hiện tại. Đây là cơ sở quan trọng cho việc hoạch định chính sách trong tương lai.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Bảo hiểm nuôi tôm được triển khai thí điểm trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu nhằm mục tiêu chia sẻ rủi ro trong hoạt động nuôi tôm. Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia bảo hiểm và mức sẵn lòng trả đối với bảo hiểm nuôi tôm. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố mức phí BH, diện tích canh tác, quan hệ địa phương, thông tin hỗ trợ, tuổi của chủ hộ, thu nhập, tham gia bảo hiểm và giới tính của chủ hộ có ảnh hưởng trực tiếp tới mức sẵn lòng chi trả của các nông hộ tại địa bàn tỉnh. Trong đó những nhân tố phí BH, quan hệ địa phương, thông tin hỗ trợ, tham gia bảo hiểm có ảnh hưởng lớn đến mức sẵn lòng chi trả của hộ đối với việc tham gia bảo hiểm.

Nghiên cứu này còn chỉ ra rằng có hơn 53,8% hộ được hỏi đồng ý chi trả để được tham gia bảo hiểm. Giá trị WTP trung bình ước tính trong khoảng từ 6,86 triệu đồng /1000m²/vụ. Tuy nhiên, sau khi loại trừ những đáp viên không sẵn sàng chi trả xét theo mức thu nhập giá trị WTP được ước tính lên đến 7,23 triệu đồng/1000m²/vụ. Giá trị này cao hơn rất nhiều so với mức phí được đưa ra bởi chương trình thí điểm bảo hiểm nuôi tôm tại địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Kết quả này cho thấy chương trình thí điểm bảo hiểm nuôi tôm đã ít nhiều ảnh hưởng tích cực đến mức độ chấp nhận bảo hiểm để phòng ngừa rủi ro trong hoạt động nuôi tôm của hộ nông dân. Ngoài ra, giá trị ước lượng WTP trung bình này có thể là thông tin rất hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách thực hiện phân tích hiệu quả cho chương trình.

Để chương trình bảo hiểm con tôm thực hiện hiệu quả, người nuôi tôm cần phải chấp hành nghiêm chỉnh các qui trình kỹ thuật, lịch thời vụ, cần phải ghi chép rõ ràng quá trình nuôi, khai báo kịp thời cho cơ quan chức năng, đồng thời chung tay tố giác những hành vi trục lợi từ bảo hiểm. Về phía đơn vị cung cấp bảo hiểm, công ty bảo hiểm Bảo Việt Bạc Liêu cần tích cực tuyên truyền, nâng cao nhận thức và tự giác tham gia bảo hiểm, tăng cường trang thiết bị, đội ngũ tư vấn và chất lượng phục vụ. Đặc biệt, để nâng cao tỉ lệ tái bảo hiểm công ty cần tổ chức hoạt động bồi thường nhanh chóng kịp thời cho hộ nuôi tôm. Đối với các cơ sở bán tôm giống, cần xuất hóa đơn cụ thể chính xác cho hộ nuôi tôm, để dễ dàng khi kê khai chi phí.

Ngoài ra, những hoạt động hỗ trợ từ các cấp chính quyền cần được triển khai. Một là, thị trường hóa bảo hiểm con tôm như các loại hình bảo hiểm khác, mặc dù còn mang nhiều tính chất đặc thù nhưng bảo hiểm con tôm dần dần cho thấy tầm quan trọng không thua kém gì các loại hình bảo hiểm khác vì vậy cần đầu tư hợp lý để phát triển lâu dài. Hai là, giảm tiền tới xóa bỏ hỗ trợ, từ kết quả phân tích cho thấy mức sẵn lòng của các hộ nuôi tôm là cao hơn rất nhiều so với thực tế, vì vậy việc xóa hỗ trợ sẽ làm giảm chi ngân sách đáng kể trong tương lai, góp phần thực hiện các mục tiêu quan trọng khác của đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thống kê Bạc Liêu, 2013. *Báo cáo tình hình sản xuất Nông-Lâm-Thủy sản ước năm 2012*. Bạc Liêu, tháng 12 năm 2013.
2. Fernandez, C. J., Subade, R., & Parreño, P. E., 2005. Will mangrove reforestation provide net benefits: a case in Sibunag, Guimaras. *Science Diliman*, Vol.17(2).
3. Haab and McConnell, 2002. *Valuing Environmental and Natural Resources: The Econometrics of Non-Market*. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
4. Huynh Viet Khai, 2015. Assessing Consumer Preferences for Organic Vegetables: A Case Study in the Mekong Delta, Vietnam. *Information Management and Business Review*, Vol. 7(1), 41-47.
5. Iturrioz, R., Birbaumer, G., Barrera Violeth, J., Cardona Ayala, C., Salinas, C., Boucher, F. & Tiburcio, B., 2009. *Agricultural insurance*. The World Bank.
6. Laroche, M., Bergeron, J. & Barbaro-Forleo, G., 2001. Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*, Vol.18(6), 503-520.
7. Nguyễn Quốc Nghi, 2012. *Nhu cầu tham gia bảo hiểm sản lượng của hộ nuôi tôm sú ở huyện Đông Hải, tỉnh Bạc Liêu*. Kỷ yếu khoa học Đại Học Cần Thơ năm 2012.
8. Phạm Lê Thông, 2013. *Mức phí sẵn lòng trả cho bảo hiểm giá lúa của các nông hộ ở Cần Thơ*. Kỷ yếu khoa học Đại Học Cần Thơ năm 2013.
9. Phan Đình Khôi và Quách Vũ Hiệp, 2014. “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia bảo hiểm tôm nuôi của hộ nông dân tại tỉnh Bạc Liêu”, *Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ*, số 35d, tr. 97 – 104.
10. Phan Đình Khôi và Tăng Thị Ngân, 2014. “Mức sẵn lòng đóng góp của người dân Đồng bằng sông Cửu Long cho chương trình bảo tồn đa dạng sinh học tại vườn chim Bạc Liêu”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 208, tháng 10, tr.17 – 26.
11. Ridker, R. G., 1971. *Economic Costs of Air Pollution Studies*: Praeger Publishers.
12. Robert, K. D., 1963. *The Value of Outdoor Recreation: An Economic Study of the Maine Woods*. (PhD dissertation), Harvard University.
13. Sở NN&PTNT Bạc Liêu, 2013. *Báo cáo sơ kết tình hình thực hiện thí điểm BH tôm nuôi theo Quyết định 315/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính Phủ*. Bạc Liêu, tháng 01 năm 2013. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Bạc Liêu.

PHÂN TÍCH ĐÓNG GÓP CỦA TFP TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ KHU VỰC CÔNG NGHIỆP – XÂY DỰNG CỦA TỈNH KIÊN GIANG TRONG GIAI ĐOẠN 2001–2015

Nguyễn Hữu Đặng

Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ
nhdang@ctu.edu.vn; Tel: +84-918-181-436

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích đóng góp của năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP) trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang dựa trên dữ liệu trong giai đoạn 2001-2015 được thu thập từ Niên giám thống kê của tỉnh Kiên Giang bằng hàm sản xuất Cobb–Douglas. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tốc độ tăng trưởng TFP bình quân của khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2001-2015 là 0,64%/năm và đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng là 7,36%. Tuy nhiên, đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng đang cải thiện đáng kể và đạt 29,16% trong giai đoạn 2001-2015.

Từ khóa: tăng trưởng TFP, đóng góp của TFP, Công nghiệp – Xây dựng

AN ANALYSIS OF THE CONTRIBUTION OF TFP ON ECONOMIC GROWTH OF INDUSTRY –
CONSTRUCTION AREAS OF KIEN GIANG PROVINCE DURING 2001-2015

ABSTRACT

The study attempt to identify the contribution of TFP on economic growth of industry – construction areas of Kien Giang province during 2001-2015 by using the Cobb-Douglas production function. The results revealed that on average, the TFP grew 0.64%/year and contributed a share of 7.36% to the GDP growth in period 2001-2015. In addition, the contribution of TFP has been improving significantly in recent period and reached 29.16% in period 2011-2015.

Keywords: TFP growth, contribution of TFP, industry – construction areas

1. GIỚI THIỆU

Theo mô hình tăng trưởng Tân cổ điển (Alfred Marshall, 1890), tăng trưởng GDP được hình thành từ ba yếu tố: vốn, lao động và năng suất tổng hợp nhân tố (TFP - Total Factor Productivity). Nếu tăng trưởng chỉ dựa vào vốn thì tăng trưởng chỉ đạt được trong ngắn hạn (Solow, 1956); tăng trưởng kinh tế phải dựa vào không chỉ tích lũy vốn sản xuất mà còn phụ thuộc nhiều vào tích lũy vốn con người (lao động) (Park, 1992). Theo Kaldor (1961), tiến bộ kỹ thuật quyết định tăng trưởng kinh tế. Lucas (1993), Sen (1999) và Stiglitz (2000) đã chỉ ra rằng, bên cạnh việc duy trì một tốc độ tương đối cao thì chất lượng tăng trưởng kinh tế cần bảo đảm nâng cao TFP, nâng cao năng lực cạnh tranh, bảo vệ môi trường và hoàn thiện thể chế.

Tại Việt Nam, Thủ tướng đã ban hành Quyết định số 712/QĐ-TTg ngày 21/05/2010 về việc phê duyệt Chương trình quốc gia “Nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hoá của doanh nghiệp Việt Nam đến năm 2020” có xác định mục tiêu của giai đoạn từ 2016 – 2020, chương trình sẽ góp phần nâng tỉ trọng đóng góp TFP trong tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trong nước (GDP) lên 35% vào năm 2020.

Hiện nay, trên thế giới có khá nhiều các nghiên cứu về TFP. Nổi bật như các nghiên cứu của Ozyurt (2009), Vander Eng (2009), Jajri (2007), Amador và Coimbra (2007), Nachega và Fontaine (2006), Baier *et al.* (2002),... Các tác giả này đã phân tích và làm nổi bật lên được sự đóng góp của TFP vào tăng trưởng của các nền kinh tế, từ các nước Đông Nam Á đến các nước châu Á, châu Phi, các nước G7,... Ở Việt Nam, những nghiên cứu về đóng góp của các yếu tố sản xuất TFP đến tăng trưởng kinh tế của Việt Nam và cho các địa phương cũng đã được một số tác thực hiện nhằm đề xuất các giải pháp chiến lược đẩy mạnh tăng trưởng, tăng đóng góp của TFP trong tăng trưởng kinh tế, tạo bước đi bền vững cho tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Điển hình như các nghiên cứu của Đặng Hoàng Thống và Võ Thành Danh (2011), Trần Thọ Đạt (2004, 2010), Cù Chí Lợi (2008), Lê Xuân Bá và Nguyễn Thị Tuệ Anh (2006), Tăng Văn Khiên (2005), Nguyễn Thị Cảnh (2004),...

Kiên Giang là tỉnh có lợi thế lớn về kinh tế biển gắn với ngành du lịch và khai thác, chế biến thủy hải sản. Trong 3 khu vực kinh tế kinh tế của tỉnh (bao gồm khu vực Nông – Lâm – Ngư nghiệp, khu vực Công nghiệp – Xây dựng và khu vực Thương mại – Dịch vụ) thì khu vực Công nghiệp – Xây dựng chiếm 26,92% trong tổng sản phẩm trên địa bàn (RGDP) tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2011-2015.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2001-2010 là 14,44%/năm, tăng trưởng vốn đầu tư bình quân giai đoạn này là 27,28%/năm, trong khi đó, tốc độ tăng trưởng lao động tăng bình quân là 7,50%/năm. Dấu hiệu trên cho thấy tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang chủ yếu dựa vào vốn. Theo Solow (1996), nếu tăng trưởng chỉ dựa vào vốn thì tăng trưởng chỉ đạt được trong ngắn hạn. Do vậy, bên cạnh tạo môi trường đầu tư tốt để thu hút đầu tư tạo đà cho tăng trưởng trong ngắn hạn, tỉnh cần có các giải pháp phù hợp nhằm đẩy mạnh tăng trưởng TFP khu vực Công nghiệp – Xây dựng để góp phần duy trì tăng trưởng kinh tế ổn định, bền vững trong dài hạn. Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích tăng trưởng năng suất các yếu tố tổng hợp (TFP) khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang.

2. SỐ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Số liệu

Toàn bộ số liệu trong nghiên cứu là số liệu thứ cấp bao gồm: tổng sản phẩm trên địa bàn thuộc khu vực Công nghiệp – Xây dựng, trữ lượng vốn, lao động trong giai đoạn 1996 – 2015 được thu thập từ Niên giám thống kê tỉnh Kiên Giang.

2.2. Phương pháp tiếp cận

Ở cấp độ nền kinh tế, TFP được đánh giá dựa trên hai chỉ số chính là tốc độ tăng TFP và tỉ trọng đóng góp của tốc độ tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế. Để tính tốc độ tăng trưởng của TFP, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều sử dụng 02 phương pháp tiếp cận (Tăng Văn Khiên, 2005; Dilip Saikia, 2009) gồm: phương pháp hạch toán tăng trưởng (Growth Accounting Approach) và phương pháp dùng hàm sản xuất (Production Function Approach). Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp hàm sản xuất để tính TFP cho khu vực Công nghiệp – Xây dựng tỉnh Kiên Giang.

Phương pháp hàm sản xuất được nhiều tác giả sử dụng như Tăng Gia Khiên (2005) để tính TFP Việt Nam trong giai đoạn 1991-1999; Dilip Saikia (2009) tính TFP ngành nông nghiệp của Ấn Độ trong giai đoạn 1950-1995. Các tác giả đều sử dụng phương pháp tiếp cận hàm sản xuất Cobb-Douglas (Cobb-Douglas Production Function Approach) có dạng sau:

$$Y = A.K^{\alpha}.L^{\beta} \quad (1)$$

Trong đó:

Y là giá trị của GDP;

A là năng suất các yếu tố tổng hợp;

K là trữ lượng vốn; L lao động làm việc;

α hệ số đóng góp của vốn;

β hệ số đóng góp của lao động (với $\alpha + \beta = 1$).

Lấy Log 2 vế của phương trình 1, ta được

$$\ln Y = \ln A + \alpha \ln K + \beta \ln L \quad (2)$$

Phương trình (2) được ước lượng bằng công cụ STATA theo phương pháp bình phương bé nhất (OLS-Ordinary Least Square) với điều kiện ($\alpha + \beta = 1$) để tìm hệ số α và β .

Tốc độ tăng TFP được tính theo công thức sau:

$$\dot{I}_{TFP} = \dot{I}_Y - \beta \dot{I}_L - \alpha \dot{I}_K \quad (3)$$

Trong đó :

$\dot{I}_{TFP}$: Tốc độ tăng của TFP

I_Y : Tốc độ tăng đầu ra (GDP)

I_K : Tốc độ tăng của vốn cố định

I_L : Tốc độ tăng của lao động

α và β là hệ số đóng góp của vốn cố định và lao động, được ước lượng từ phương trình (2)

Đóng góp của TFP vào tăng trưởng GDP được tính như sau:

$$\text{Đóng góp của TFP} = (\dot{I}_{TFP} / I_Y) \times 100\% \quad (4)$$

Trong đó:

$\dot{I}_{TFP}$: tốc độ tăng TFP

I_Y : tốc độ tăng đầu ra (hoặc GDP)

2.3 Xác định các dữ liệu trong tính toán TFP khu vực Công nghiệp – Xây dựng

- *Số liệu tổng sản phẩm trên địa bàn khu vực Công nghiệp – Xây dựng (Y)*: Số liệu này có đầy đủ trong Niên giám thống kê hàng năm của Cục Thống kê tỉnh Kiên Giang. Để thống nhất hệ thống giá so sánh, các dữ liệu tính theo giá so sánh 1994 được quy đổi thành giá so sánh 2010 theo hướng dẫn tại Thông tư 02/2012/TT-BKHĐT, ngày 04/04/2012 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

- *Số liệu lao động làm việc khu vực Công nghiệp – Xây dựng (L)*: Trong thực tế việc thống kê chính xác nguồn lao động là rất phức tạp, nó bao gồm cả những người lao động có trong danh sách trả công, trả lương và những người lao động không có trong danh sách trả công, trả lương. Những lao động này đều có đóng góp vào tốc độ tăng trưởng của GDP. Chính vì vậy để khắc phục tình trạng thiếu hụt về số liệu lao động, Tổ chức Năng suất châu Á (APO) khuyến nghị là phải tính cả những lao động tự làm những công việc không được trả công. Để thống nhất trong tính toán, nghiên cứu này sử dụng chỉ tiêu lao động trên 15 tuổi đang làm việc trong lĩnh vực thuộc khu vực Công nghiệp – Xây dựng được công bố trong Niên giám thống kê hàng năm của Cục thống kê.

- *Xác định giá trị trữ lượng vốn khu vực Công nghiệp – Xây dựng (K) (capital stock)*: Giá trị trữ lượng vốn được sử dụng để tính TFP là trữ lượng vốn đang được sử dụng cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế, chỉ tiêu này không có trong Niên giám thống kê ở tỉnh Kiên Giang và cả nước. Chỉ tiêu vốn đầu tư trong Niên giám thống kê là chỉ tiêu vốn đầu tư gộp phát sinh trong năm (Thông tư số 02/2011/TT-BKHĐT, ngày 10/01/2011).

+ *Xác định giá trị trữ lượng vốn tại năm gốc (K₀)*: Dựa trên chuỗi dữ liệu thống kê của địa phương đang có, năm gốc được chọn là năm 1996 (K₀). Nghiên cứu này sử dụng phương pháp kê khai thường xuyên (perpetual method) đã được nhiều nước thành viên của APO sử dụng (Nguyễn Thị Việt Hồng, 2004), để thống nhất phương pháp tính toán với các địa phương khác trong cả nước như Viện Năng suất Việt Nam (2010), Đặng Hoàng Thống (2007), Trịnh Minh Tâm (2009); K₀ được xác định theo công thức sau:

$$K_0 = \frac{I_0}{\delta + d} \quad (5)$$

Trong đó: I₀ là tổng vốn đầu tư gộp tại năm gốc (1996) theo giá so sánh 2010, chỉ tiêu này có sẵn trong Niên giám thống kê nhưng phải quy đổi theo giá so sánh 2010 từ giá so sánh 1994; δ là tỷ lệ tăng trưởng của trữ lượng vốn hàng năm, được giả định là 6%; d là tỷ lệ khấu hao TSCĐ hàng năm, được giả định 5% Trần Thọ Đạt (2004) áp dụng tính TFP Việt Nam trong báo cáo của APO (2004).

+ *Xác định trữ lượng vốn tại các năm t (K_t)*: Giá trị trữ lượng vốn tại năm t được xác định theo công thức sau:

$$K_t = K_{t-1} + I_t - D_t \quad (6)$$

Trong đó: K_t là giá trị của trữ lượng vốn có đến cuối năm t; K_{t-1} là giá trị của trữ lượng vốn có đến cuối năm t-1; I_t là giá trị của vốn đầu tư gộp trong năm t, chỉ tiêu này có trong Niên giám thống kê tỉnh Kiên Giang theo giá hiện hành và được quy đổi ra giá so sánh 2010 theo hướng dẫn tại Thông tư

02/2012/TT-BKHĐT, ngày 4/4/2012 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư. D_t là giá trị khấu hao của trữ lượng vốn tại năm t và được xác định theo công thức sau:

$$D_t = D_{t-1} \times \text{tỷ lệ khấu hao} \quad (7)$$

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Thực trạng về năng suất của lao động xã hội

Năng suất lao động xã hội là chỉ tiêu phản ánh hiệu suất làm việc của người lao động, được đo lường bằng tổng giá trị sản phẩm bình quân của một lao động tại một địa phương trong một năm (GSO, 2010). Chỉ tiêu này phản ánh tổng hợp kết quả của các yếu tố tham gia vào quá trình sản xuất hàng hoá và cung cấp dịch vụ tính cho một người lao động.

Bảng 1: Năng suất lao động của khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2010-2015 theo giá giá so sánh 2010

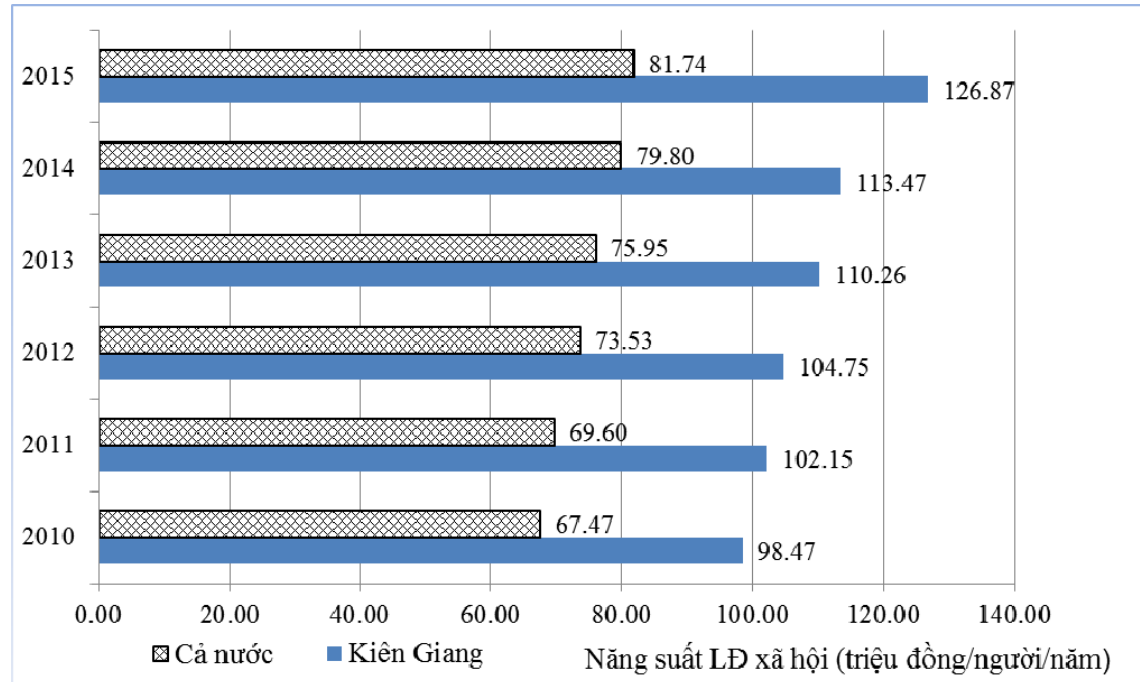
Năm	GDP (Triệu đồng)	Lao động (Người)	Năng suất LĐ (Triệu đồng/người)	Tốc độ tăng (%/năm)
2010	10.693.386	108.588	98,47	
2011	11.887.095	116.371	102,15	13,74
2012	13.187.185	125.892	104,75	12,55
2013	14.859.279	134.771	110,26	5,26
2014	15.900.841	140.135	113,47	2,91
2015	17.974.927	141.682	126,87	1,18
Giai đoạn 2011-2015			111,50	5,25

(Nguồn: Niên giám Thống kê tỉnh Kiên Giang và số liệu tính toán của tác giả, 2016)

Theo giá so sánh 2010, đến năm 2015, năng suất lao động khu vực Công nghiệp - Xây dựng của tỉnh đạt 126,87 triệu đồng/lao động/năm, bằng 1,89 lần năng suất lao động chung của tỉnh (năng suất lao động chung của tỉnh năm 2015 là 67,15 triệu đồng/người), bằng 1,24 lần so với năm 2010. Năng suất lao động trung bình khu vực Công nghiệp - Xây dựng trong giai đoạn 2011-2015 là 111,59 triệu đồng/lao động/năm, bằng 1,93 lần năng suất lao động chung của tỉnh (57,70 triệu đồng/người/năm) (Bảng 1).

Hình 1 cho thấy năng suất lao động khu vực Công nghiệp - Xây dựng của tỉnh theo giá so sánh đều cao hơn 15-20% so với năng suất trung bình cùng ngành của cả nước ở tất cả các năm trong giai đoạn 2010-2015. Trong giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng năng suất lao động khu vực Công nghiệp - Xây dựng của tỉnh đạt trung bình là 5,25%/năm, thấp hơn mức tăng năng suất lao động xã hội chung của tỉnh Kiên Giang (tốc độ tăng chung của tỉnh là 7,56%/năm), gấp 1,34 lần so với tốc độ tăng năng suất lao động cùng ngành của cả nước (cả nước là 3,92%/năm).

Qua đánh giá chỉ tiêu năng suất lao động khu vực Công nghiệp - Xây dựng theo giá so sánh cho thấy, Kiên Giang có lợi thế về năng suất lao động, hiệu quả sử dụng lao động cao hơn mặt bằng chung của cả nước và khoảng cách này ngày càng xa trong các giai đoạn khảo sát vì tốc độ tăng năng suất lao động của tỉnh Kiên Giang luôn cao hơn tốc độ tăng năng suất lao động của cả nước.



Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Kiên Giang và Việt Nam

Hình 1: Năng suất lao động xã hội khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang và cả nước giai đoạn 2010 - 2015 theo giá so sánh 2010

3.2 Hiệu quả sử dụng vốn (ICOR)

Trong nghiên cứu này, hiệu quả sử dụng vốn được đo lường bằng hệ số ICOR (Incremental Capital - Output Ratio). Hệ số ICOR cho biết, để tăng thêm 1 đồng tổng sản phẩm (GDP) thì cần bao nhiêu đồng vốn đầu tư. Nếu hệ số ICOR càng thấp thì hiệu quả sử dụng vốn đầu tư càng cao và ngược lại.

Bảng 2. Hệ số ICOR của khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2011-2015 theo giá so sánh 2010

Năm	GDP (Triệu đồng)	Vốn đầu tư (Triệu đồng)	ICOR (Lần)
2011	11.887.095	7.197.705	6,34
2012	13.187.185	8.755.358	6,73
2013	14.859.279	10.050.759	6,01
2014	15.900.841	11.321.755	10,87
2015	17.974.927	13.500.522	6,51
Giai đoạn 2011 – 2015			7,29

(Nguồn: Niên giám Thống kê tỉnh Kiên Giang và số liệu tính toán của tác giả, 2016)

Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy, hệ số ICOR bình quân của khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang trong giai đoạn 2011 – 2015 là 7,29 lần, nghĩa là để tạo ra 1 đồng GDP cho khu vực Công nghiệp – Xây dựng thì cần 7,29 đồng vốn đầu tư. Hệ số ICOR này tương đương với hệ số ICOR cùng lĩnh vực của cả nước. Nếu so với hệ số ICOR của khu vực Nông – Lâm – Ngư nghiệp (đạt 4,19) và của toàn tỉnh (đạt 4,32) thì khu vực Công nghiệp – Xây dựng có hệ số ICOR cao hơn, hay nói

cách khác là hiệu quả sử dụng vốn đầu tư khu vực Công nghiệp – Xây dựng thấp hơn so với hiệu quả sử dụng vốn đầu tư khu vực Nông – Lâm – Ngư nghiệp và của toàn tỉnh.

Hệ số ICOR khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2011 - 2015, có xu hướng tăng giảm không ổn định. Cụ thể: Hệ số ICOR khu vực Công nghiệp – Xây dựng năm 2011 và năm 2012 lần lượt là 6,34 và 6,53; hệ số ICOR năm 2013 của khu vực Công nghiệp – Xây dựng có sự giảm nhẹ về mức 6,01; đến năm 2014, khu vực Công nghiệp – Xây dựng có hệ số ICOR là 10,87, cao hơn 4,86 lần so với hệ số ICOR của năm 2013. Đến năm 2015, hệ số ICOR khu vực Công nghiệp – Xây dựng đã được cải thiện về mức 6,51.

3.3 Đánh giá tăng trưởng kinh tế, tăng trưởng vốn, lao động và TFP

Tăng trưởng kinh tế: Qua Bảng 1 cho thấy, GDP khu vực Công nghiệp – Xây dựng tỉnh Kiên Giang có sự tăng trưởng ổn định trong giai đoạn 2001 – 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân là 13,28%/năm. Trong đó: Giai đoạn 2001 – 2005 là giai đoạn mà khu vực Công nghiệp – Xây dựng có tốc độ tăng trưởng cao nhất (đạt 15,61%/năm), nhanh hơn 5,36%/năm so với tốc độ tăng trưởng khu vực Công nghiệp – Xây dựng của cả nước (đạt 10,25%/năm); Tăng trưởng GDP khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2006 – 2010 là 13,27%/năm, cao gấp đôi so với tốc độ tăng trưởng của cả nước (đạt 6,38%/năm); Đến giai đoạn 2011 – 2015, kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh có tốc độ tăng trưởng bình quân là 10,97%/năm, cao hơn so với tốc độ tăng trưởng đối với khu vực này của cả nước (đạt 6,25%/năm).

Tăng trưởng trữ lượng vốn đầu tư (vốn): Do tác động của chính sách thu hút đầu tư của tỉnh vào các ngành công nghiệp nên trong giai đoạn 2001 – 2005 nên đã làm cho tốc độ tăng trưởng trữ lượng vốn đầu tư vào khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn này đã tăng với tốc độ 21,98%/năm, cao hơn so với tốc độ tăng trưởng trữ lượng vốn đầu tư của cả tỉnh trong giai đoạn 2001 – 2005. Trong giai đoạn 2006 – 2010, tăng trưởng trữ lượng vốn đầu tư khu vực Công nghiệp – Xây dựng đã tăng với tốc độ 32,99%/năm, đây là giai đoạn tăng cường vốn của tỉnh. Tốc độ tăng trưởng trữ lượng vốn đầu tư đối với khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2011 – 2015 đã có xu hướng giảm dần, quy mô vốn trong giai đoạn này chỉ tăng bình quân 11,41%/năm, thấp hơn so với tốc độ tăng vốn của toàn tỉnh.

Tăng trưởng lao động: Quy mô lao động có xu hướng tăng trong giai đoạn 2001 – 2015 với tốc độ tăng trưởng bình quân là 6,83%, điều này chứng tỏ khu vực Công nghiệp – Xây dựng đang thu hút ngày càng nhiều lao động vào làm việc. Giai đoạn 2001 – 2005, tốc độ tăng lao động bình quân là 8,75%/năm. Trong giai đoạn 2006 – 2010 và giai đoạn 2011 – 2015, quy mô lao động có tốc độ tăng trưởng lần lượt là 6,25%/năm và 5,50%/năm.

Tăng trưởng TFP: Tốc độ tăng trưởng TFP bình quân của khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2001 – 2015 là 0,64%/năm; trong đó trong giai đoạn 2001-2005 là 1,83%/năm và có tốc độ tăng trưởng âm trong giai đoạn 2006 – 2010 (-3,12%/năm). Đến giai đoạn 2011 – 2015, TFP của khu vực Công nghiệp – Xây dựng đã tăng trở lại với tốc độ tăng trưởng bình quân là 3,23%/năm. Đây là sự chuyển biến theo hướng nền kinh tế tập trung vào chất lượng tăng trưởng: như chất lượng lao động, chất lượng về vốn, nghiên cứu triển khai, khoa học kỹ thuật và hiệu quả kinh tế. Có thể nói đây là dấu hiệu tích cực trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng.

Bảng 3: Tăng trưởng của GDP, vốn, lao động và TFP khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2001-2015 theo phương pháp hàm sản xuất Cobb-Douglas

DVT: %

Năm	Tăng trưởng kinh tế	Tăng trưởng vốn	Tăng trưởng lao động	Tăng trưởng TFP
2001	13,15	7,02	0,53	10,15
2002	13,10	15,48	2,96	5,39
2003	18,25	23,13	11,94	2,06
2004	16,98	24,24	23,76	-6,96
2005	16,55	40,03	4,56	-1,48
2006	14,82	48,53	2,83	-5,35
2007	14,53	41,68	2,34	-2,74
2008	11,59	24,96	2,68	0,46
2009	12,36	30,73	11,93	-6,71
2010	13,07	19,04	11,46	-1,27
2011	11,17	18,64	7,17	-0,35
2012	10,94	19,90	8,18	-1,69
2013	12,68	4,61	7,05	6,56
2014	7,01	2,52	3,98	3,59
2015	13,04	11,41	1,10	8,03
Giai đoạn				
2001-2005	15,61	21,98	8,75	1,83
2006-2010	13,27	32,99	6,25	-3,12
2011-2015	10,97	11,41	5,50	3,23
2001-2015	13,28	22,13	6,83	0,64

Ghi chú: Hệ số đóng góp của vốn (α) và hệ số đóng góp của lao động (β) được ước lượng từ hàm sản xuất Cobb-Douglas bằng phương pháp OLS lần lượt là 0,3796 và 0,6204.

(Nguồn: Niên giám Thống kê tỉnh Kiên Giang và số liệu tính toán của tác giả, 2016)

3.4 Đóng góp của TFP vào tăng trưởng kinh tế

Trong giai đoạn 2001 – 2015, nhìn trên tổng thể, tăng trưởng kinh tế của tỉnh Kiên Giang chủ yếu dựa vào vốn với mức đóng góp 61,12% trong tăng trưởng kinh tế của tỉnh; kế đến là lao động với mức đóng góp là 31,15%; đóng góp của TFP chiếm 7,36% (Bảng 4). Kết quả này cho thấy chất lượng tăng trưởng kinh tế chưa cao, hiệu quả sử dụng vốn thấp.

Đóng góp của tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2001 – 2005 đạt 15,94%. Tuy nhiên, giai đoạn 2006 – 2010 là giai đoạn tăng cường vốn cao nên tăng vốn đóng góp vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng giai đoạn này lên tới 92,91%; đóng góp của lao động chiếm 30,10% và đóng góp của TFP là -23,01%. Tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng trong giai đoạn 2006 – 2010 được xem như không có đóng góp của tăng TFP. Từ sau năm 2012, trữ lượng vốn đầu tư bắt đầu phát huy được hiệu quả, tăng trưởng TFP dần được cải thiện, điều này có nghĩa là TFP đã có vai trò trong tăng trưởng kinh tế khu vực Công Nghiệp – Xây

dụng. Đóng góp của tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng ở năm 2013 và 2014 lần lượt là 51,70% và 51,15%. Đến năm 2015, tăng TFP đã đóng góp lên tới 61,53% vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng. Xét chung cho cả giai đoạn 2011 – 2015, đóng góp của tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng là 29,16%, tăng lao động đóng góp vào tăng trưởng kinh tế khu vực này 32,41% và đóng góp của tăng vốn vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng giai đoạn 2011 – 2015 là quan trọng nhất với tỷ trọng đóng góp là 38,60%.

Bảng 4: Đóng góp của vốn, lao động và TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây của tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2001-2015 theo phương pháp hàm sản xuất Cobb-Douglas

DVT: %

Năm	Đóng góp của vốn	Đóng góp của lao động	Đóng góp của TFP
2001	20,27	2,52	77,21
2002	44,86	14,02	41,13
2003	48,10	40,60	11,30
2004	54,19	86,81	-41,00
2005	91,83	17,10	-8,93
2006	124,27	11,83	-36,10
2007	108,90	9,97	-18,87
2008	81,70	14,35	3,94
2009	94,40	59,90	-54,30
2010	55,31	54,42	-9,73
2011	63,31	39,80	-3,11
2012	69,07	46,41	-15,48
2013	13,79	34,51	51,70
2014	13,62	35,23	51,15
2015	33,22	5,25	61,53
Giai đoạn			
2001-2005	51,85	32,21	15,94
2006-2010	92,91	30,10	-23,01
2011-2015	38,60	32,24	29,16
2001-2015	61,12	31,51	7,36

Ghi chú: Hệ số đóng góp của vốn (α) và hệ số đóng góp của lao động (β) được ước lượng từ hàm sản xuất Cobb-Douglas bằng phương pháp OLS lần lượt là 0,3796 và 0,6204.

(Nguồn: Niên giám Thống kê tỉnh Kiên Giang và số liệu tính toán của tác giả, 2016)

4. KẾT LUẬN

Trong giai đoạn 2001 – 2015, tổng sản phẩm trên địa bàn khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang theo giá so sánh 2010 đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng bình quân là 13,28%/năm. Nghiên cứu đã áp dụng phương pháp hàm sản xuất để xác định TFP khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang. Tỷ trọng đóng góp của tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang đang dần cao lên, điều này chứng tỏ chất lượng tăng trưởng khu vực Công nghiệp – Xây dựng đang có sự chuyển biến tích cực. Trong giai đoạn 2011 - 2015, đóng góp của tăng TFP vào tăng trưởng kinh tế khu vực Công nghiệp – Xây dựng của tỉnh Kiên Giang

theo phương pháp hàm sản xuất là 29,16%. Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của tỉnh Kiên Giang đang đang ở mức cao hơn so với bình quân chung của toàn tỉnh và có sự tăng giảm qua các năm. Năng suất lao động bình quân khu vực Công nghiệp – Xây dựng ngày càng được nâng lên và cao hơn năng suất trung bình cùng ngành của cả nước. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất: Kiên Giang cần tăng cường hơn nữa các hoạt động đối ngoại, quảng bá hình ảnh của tỉnh nhằm học hỏi kinh nghiệm quốc tế, tìm kiếm cơ hội hợp tác và xúc tiến thương mại, đầu tư; Điều chỉnh cơ cấu đầu tư theo hướng đầu tư theo chiều sâu, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư; Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và nhu cầu đầu tư ứng dụng khoa học và công nghệ của doanh nghiệp, hộ sản xuất; Doanh nghiệp tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động tham gia các lớp đào tạo nâng cao trình độ, nâng cao tay nghề và phát triển kỹ năng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Amador, J., and Coimbra, C., 2008. Total Factor Productivity in the G7 Countries: Difference or Alike? Bank for International Settlements (ed.). The IFC's contribution to the 56th ISI Session, Lisbon, August 2007. 28: 3-11.
2. Baier, S.L., Dwyer, G.P., and Tamura, R., 2002. How Important Are Capital and Total Factor Productivity for Economic Growth?. *Economic Inquiry*. 44(1): 23-49.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2012. Thông tư 02/2012/TT-BKHĐT, ngày 04/04/2012 về Quy định năm 2010 làm năm gốc thay cho năm gốc 1994 để tính các chỉ tiêu thống kê theo giá so sánh.
4. Cù Chí Lợi, 2008. Chất lượng tăng trưởng kinh tế Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, Số 336: 3-9.
5. Đặng Hoàng Thống và Võ Thành Danh, 2011. Phân tích các yếu tố tác động đến tăng trưởng của Thành phố Cần Thơ: cách tiếp cận Tổng năng suất các yếu tố. *Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ*. Số 17b: 120-129.
6. Jajri, I., 2007. Determinants of Total Factor Productivity Growth in Malaysia. *Journal of Economic Cooperation*, 28(3): 41-58.
7. Khandwalla, P. (1970). *Environment and the organization structure of firms*, McGill University, Montreal, Faculty of Management.
8. Kim, Jong-il., 2002. Total Factor Productivity Growth in East Asia: Implications for the Future. *Asian Economic Papers*. 1(2): 50-70.
9. Lê Xuân Bá và Nguyễn Thị Tuệ Anh, 006. Tăng trưởng kinh tế Việt Nam 15 năm (1991–2005): từ góc độ phân tích đóng góp của các yếu tố sản xuất. Nhà xuất bản Khoa học và kỹ thuật. Hà Nội. 211 trang.
10. Nachege, J. C., and Fontaine, T., 2006. Economic Growth and Total Factor Productivity in Niger. *IMF Working Paper*. 6(208): 1-30.
11. Nguyễn Thị Cảnh, 2009. Kinh tế Việt Nam qua các chỉ số phát triển và những tác động của quá trình hội nhập. *Tạp chí Phát triển kinh tế*. Số 21: 11-17.
12. Nguyễn Thị Việt Hồng, 2006. Giới thiệu phương pháp tính giá trị tài sản cố định và thử nghiệm vào Việt Nam. *Thông tin Khoa học thống kê*. Số 4: 20-24.
13. Ozyurt, S., 2007. Total Factor Productivity Growth in Chinese Industry: 1952-2005. *Oxford development studies*. 37(1): 1-17.
14. Solow, R., 1956. A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*. 70(1): 65-94.
15. Tăng Văn Khiên, 2005. Tốc độ tăng năng suất các nhân tố tổng hợp phương pháp tính và ứng dụng. Nhà xuất bản Thống kê. Hà Nội. 131 trang.
16. Trần Thọ Đạt, (2005). Các mô hình tăng trưởng kinh tế. Nhà xuất bản Thống kê. Hà Nội. 286 trang.
17. Vander Eng, P., 2009. Total Factor Productivity and Economic Growth in Indonesia. *Working Papers in Trade and Development*, 1(2009):1-45.
18. Viện Năng suất Việt Nam, 2016. Báo cáo Năng suất Việt Nam 2015.

TÁC ĐỘNG CỦA FDI ĐẾN CÁN CÂN THƯƠNG MẠI CỦA VIỆT NAM: TIẾP CẬN BẰNG MÔ HÌNH LỰC HẤP DẪN

Lê Văn Thứ¹ và Nguyễn Hữu Đặng^{2,*}

¹Công ty TNHH Sản phẩm Tiêu dùng Toshiba Việt Nam

²Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: nhdang@ctu.edu.vn; Tel: +84-918-181-436

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm phân tích tác động của FDI đến cán cân thương mại của Việt Nam bằng mô hình Lực hấp dẫn. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng bao gồm 280 quan sát được thu thập từ 20 quốc gia có vốn FDI lớn nhất vào Việt Nam trong giai đoạn 2000-2013. Thông qua hồi quy dữ liệu bảng theo phương pháp REM và pooled OLS, nghiên cứu đã cho thấy, FDI tác động tích cực đến cán cân thương mại của Việt Nam trong giai đoạn 2000-2013. Bên cạnh đó, GDP của Việt Nam và GDP của quốc gia đầu tư cũng có tác động tích cực đến cán cân thương mại. Ngược lại, cán cân thương mại Việt Nam bị tác động tiêu cực bởi yếu tố khoảng cách giữa Việt Nam với quốc gia có giao thương với Việt Nam.

Từ khóa: FDI Việt Nam, mô hình Lực hấp dẫn, cán cân thương mại Việt Nam.

THE IMPACT OF FDI ON TRADE BALANCE OF VIETNAM: THE GRAVITY MODEL APPROACH

ABSTRACT

The study attempts to analyze the impact of FDI on trade balances of Vietnam by using the gravity model approach. This study has been performed on a sample of 280 observations collected from the top 20 countries, which have the biggest FDI value in Vietnam during the period of 2000-2013. The study analyzed the effects of FDI on trade balances in Vietnam during period 2008-2013. The results revealed that there is positively relationship between FDI and trade balances during sample period. In addition, the GDPs of both traded countries also have positive impact on trade balance of Vietnam. Otherwise, the distance between the traded countries is negative relationship with trade balance.

Keywords: Foreign direct investment, Gravity model, export and import

1. GIỚI THIỆU

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với các quốc gia trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa. FDI cung cấp nguồn vốn ổn định để đầu tư cho nước nhận đầu tư (Moosa, 2000); cải thiện năng suất lao động và góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Tian *et al.*, 2004; Borensztein *et al.*, 1995;); tăng số việc làm tại nước tiếp nhận đầu tư (Keynes, 1936); góp phần thúc đẩy chuyển giao công nghệ, giúp các doanh nghiệp bản địa tiếp cận và ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất (Xu và Sheng, 2012; Petri, 2012); cải thiện năng suất lao động địa phương (Blomstrom và Kokko, 1998); và cải thiện sức cạnh tranh của nền kinh tế ở các quốc gia tiếp nhận vốn FDI (Cave, 1971; Kindleberger, 1969).

Cán cân thương mại là khoản chênh lệch giữa kim ngạch xuất khẩu và kim ngạch nhập khẩu trong một năm. FDI có mối quan hệ tích cực hay tiêu cực với cán cân thương mại tùy thuộc vào động cơ của FDI. Nếu FDI theo chiều dọc, nghĩa là các sản phẩm được hoàn thiện các khâu lắp ráp ở nước nhận đầu tư, sau đó được xuất ngược trở lại nước đầu tư hoặc sang nước khác thì FDI và cán cân thương mại có mối quan hệ tích cực. Nếu FDI theo chiều ngang, nghĩa là các doanh nghiệp FDI đầu tư sản xuất thành phẩm tại nhiều quốc gia với mục đích tiêu thụ sản phẩm và thôn tính thị trường thì FDI có mối quan hệ tiêu cực với cán cân thương mại.

Fukasaku *et al.* (2000) nghiên cứu tác động của FDI đến xuất nhập khẩu của các Nước Mỹ La Tinh và Đông Nam Á, kết quả nghiên cứu cho thấy, FDI tác động tích cực đến xuất nhập khẩu. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu của Liu *et al.* (2009) cho thấy, FDI có tác động làm tăng kim ngạch xuất nhập khẩu của hầu hết các quốc gia ASEAN. Kết quả tương tự cũng được phát hiện trong nghiên cứu của Pramadhani *et al.* (2005) đối với FDI của Indonesia trong giai đoạn 1990-2004; của Hsiao và Hsiao

(2006) đối với FDI của Trung Quốc, Đài Loan, Hong Kong, Singapore, Malaysia, Philippines và Thái Lan trong giai đoạn 1986-2004; của Ozturk và Acaravci (2010) đối với FDI của Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn 1998-2009.

Tuy nhiên, một số nghiên cứu lại cho thấy FDI có tác động tiêu cực đến xuất nhập khẩu. Blomström *et al.* (1988) và Swenson (2004) phát hiện FDI có tác động tiêu cực đến xuất khẩu trong một số ngành. Blonigen *et al.* (2004) phát hiện rằng, FDI theo hướng tránh thuế có tác động rất tiêu cực đến xuất khẩu của các doanh nghiệp bản địa tại Mỹ hơn các loại hình FDI khác. Tran và Dinh (2014) nghiên cứu tác động của FDI đến cán cân thương mại tại các quốc gia đang phát triển và các nền kinh tế đang trong quá trình chuyển đổi tại Châu Á giai đoạn 1991-2011. Hai tác giả kết luận rằng, sự gia tăng FDI làm gia tăng thâm hụt thương mại tại các quốc gia khảo sát, nhưng nếu năng lực sản xuất nội địa mạnh lên sẽ làm giảm thâm hụt thương mại.

Tại Việt Nam, từ khi Việt Nam tiến hành công cuộc đổi mới vào năm 1986, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam đã tăng mạnh mẽ. Năm 1990, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ có 2,4 tỷ USD nhưng đến năm 2015 đã đạt 327,76 tỷ USD, tăng 136 lần sau 30 năm. Sự gia tăng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam có sự đóng góp đáng kể của các doanh nghiệp FDI. Tại Việt Nam, đã có một số nghiên cứu về mối quan hệ giữa FDI với xuất nhập khẩu và cán cân thương mại trong giai đoạn 1986-1997 và các mốc thời gian khác. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào về mối quan hệ giữa FDI với cán cân thương mại bằng mô hình lực hấp dẫn (Gravity model approach). Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích tác động của FDI đến cán cân thương mại Việt Nam bằng mô hình Lực hấp dẫn. Kết quả nghiên cứu cung cấp các căn cứ khoa học về tầm quan trọng của FDI đối với cán cân thương mại của Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết

Mô hình Lực hấp dẫn có nguồn gốc từ Định luật vạn vật hấp dẫn của Newton (1687) và lần đầu tiên được Tinbergen (1962) và Polyhonen (1963) sử dụng khái niệm này để xem xét mô hình thương mại hai chiều giữa các quốc gia Châu Âu. Theo mô hình Lực hấp dẫn, khối lượng thương mại hai chiều giữa hai quốc gia, cũng giống như lực hấp dẫn giữa hai đối tượng, phụ thuộc trực tiếp vào quy mô nền kinh tế (đo lường bằng GDP) và tỷ lệ nghịch với khoảng cách giữa chúng (yếu tố liên quan đến chi phí vận chuyển). Vì vậy, phương trình Lực hấp dẫn có dạng như sau:

$$Trade_{ij} = \alpha \cdot \frac{GDP_i \cdot GDP_j}{Dist_{ij}} \quad (1)$$

Tinbergen (1962) là tác giả đầu tiên ứng dụng Luật hấp dẫn để thiết lập mô hình nghiên cứu về thương mại quốc tế, sau này được gọi là mô hình Lực hấp dẫn. Mục tiêu của Tinbergen là thiết lập một mô hình đơn giản để xác định mối quan hệ thương mại quốc tế trong trường hợp giả định là không có bất kỳ rào cản thương mại nào và giải thích chênh lệch thương mại dựa trên mô hình thương mại thông thường. Mô hình Lực hấp dẫn được viết như sau:

$$E_{ij} = \alpha_0 Y_i^{\alpha_1} Y_j^{\alpha_2} D_{ij}^{\alpha_3} \quad (2)$$

Trong đó, E_{ij} đại diện cho giá trị xuất khẩu của nước i đến nước j, Y_i là GNP của nước i, Y_j là GNP của quốc gia j, D_{ij} là khoảng cách giữa nước i và nước j. Tinbergen sử dụng mô hình (2) để nghiên cứu mối quan hệ thương mại của 18 quốc gia Tây Âu. Tác giả cũng thêm vào phương trình các biến giả đại diện cho các yếu tố có tác động đến thương mại quốc tế như biên giới, thành viên Khối thịnh vượng chung Vương Quốc Anh, nhóm đối tác thương mại tự do.

Anderson (1979) tiếp tục phát triển mô hình Lực hấp dẫn bằng cách thêm một số biến có liên quan đến xuất nhập khẩu, mô hình có dạng sau:

$$M_{ijk} = \alpha_k Y_i^{\beta_k} Y_j^{\gamma_k} N_j^{\xi_k} N_i^{\epsilon_k} d_{ij}^{\mu_k} U_{ijk} \quad (3)$$

Trong đó, M_{ijk} là dòng tiền của hàng hóa k từ nước i đến nước j , Y_i và Y_j là GDP của quốc gia i và quốc gia j ; N_i và N_j là dân số tại quốc gia i và quốc gia j , d_{ij} là khoảng cách giữa quốc gia i và quốc gia j và U_{ijk} là sai số.

Bergstrand (1985) tiếp tục phát triển mô hình Lực hấp dẫn dựa vào mô hình cân bằng từng phần sử dụng trong thương mại quốc tế về cung xuất khẩu và cầu nhập khẩu. Mô hình của Bergstrand có dạng sau:

$$PX_{ij} = \beta_0 (Y_i)^{\beta_1} (Y_j)^{\beta_2} (D_{ij})^{\beta_3} (A_{ij})^{\beta_4} u_{ij} \quad (4)$$

Trong đó, PX_{ij} là dòng tiền từ quốc gia i đến quốc gia j (cán cân thương mại), $Y_i(Y_j)$ đại diện cho GDP danh nghĩa của quốc gia $i(j)$, D_{ij} là khoảng cách từ thủ đô của quốc gia i đến quốc gia j , A_{ij} là các yếu tố khác có tác động tích cực hoặc tiêu cực đến thương mại giữa quốc gia i và quốc gia j và u_{ij} là sai số.

Kanwana (2007) tiếp tục phát triển mô hình Lực hấp dẫn để xác định mối quan hệ giữa FDI và xuất nhập khẩu tại ASEAN tại thời điểm Hiệp định Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) có hiệu lực. Gần đây, Zwinkels và Beugelsdijk (2010) sử dụng mô hình lực hấp dẫn để nghiên cứu mối quan hệ giữa xuất khẩu với FDI của Mỹ với các quốc gia đối tác của Mỹ. Qua quá trình phát triển, mô hình Lực hấp dẫn từ mô hình gốc ban đầu với 3 biến giải thích (GDP của quốc gia xuất khẩu và quốc gia nhập khẩu, khoảng cách giữa 2 quốc gia), mô hình Lực hấp dẫn được nhiều tác giả phát triển thêm các biến FDI và được sử dụng như một biến chính để giải thích cho mối quan hệ của FDI với xuất nhập khẩu.

2.2 Số liệu và phương pháp phân tích

2.2.1 Số liệu

Nghiên cứu này dựa chuỗi dữ liệu thời gian (time series) về các chỉ tiêu FDI tại Việt Nam, cán cân thương mại, GDP Việt Nam và GDP các quốc gia đầu tư, khoảng cách địa lý của 20 đối tác thương mại chủ yếu của Việt Nam trong giai đoạn 2000-2013 với tổng cộng là 280 quan sát. Dữ liệu được thu thập từ Niên giám thống kê của Việt Nam và từ cơ sở dữ liệu của Ngân hàng Thế giới (WB).

2.2.2 Mô hình thực nghiệm

Trong nghiên cứu này, mối quan hệ giữa FDI với cán cân thương mại được xác định dựa cách tiếp cận mô hình Lực hấp dẫn tương tự như Timbergen (1962), Anderson (1979), Kanwana (2007), Zwinkels và Beugelsdijk (2010), mô hình Lực hấp dẫn trong nghiên cứu này được xây dựng như sau:

$$BALANC_{jt} = \alpha_0 FDI_{jt}^{\alpha_1} GDPVN_{it}^{\alpha_2} GDPFDI_{jt}^{\alpha_3} D_{ij}^{\alpha_4} A_j^{\alpha_5} B_j^{\alpha_6} u_{ij} \quad (5)$$

Trong đó, $BALANC_{jt}$ đại diện cho cán cân thương mại giữa Việt Nam (nước i) và nước j tại thời gian t ; FDI_{jt} là giá trị FDI từ nước j vào Việt Nam; Y_i đại diện cho GDP Việt Nam; Y_j đại diện cho GDP nước j ; D_{ij} đại diện cho khoảng cách địa lý của Việt Nam đến nước j ; A_j là biến giả, đại diện cho nước đầu tư thuộc thành viên ASEAN; B_j là biến giả, đại diện cho quốc gia đầu tư có chung đường biên giới với Việt Nam; u_{ij} là sai số.

Lấy Logarit 2 vế của phương trình (5), phương trình thực nghiệm biểu thị mối quan hệ giữa FDI với cán cân thương mại như sau:

$$\ln BALANC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln FDI_{jt} + \alpha_2 \ln GDPVN_{it} + \alpha_3 \ln GDP_{jt} + \alpha_4 D_j + \alpha_5 A_j + \alpha_6 B_j + u_{ijt} \quad (6)$$

Bảng 1: Mô tả các biến trong mô hình (6)

Tên biến	Ký hiệu biến	Diễn giải
<i>Kim ngạch XNK</i>	$BALANC_{it}$	Khoảng chênh lệch giữa giá trị xuất khẩu và giá trị nhập khẩu của Việt Nam tại thời gian t (triệu USD)
<i>Vốn đầu tư nước ngoài</i>	FDI_{ijt}	Giá trị FDI của nước j tại Việt Nam tại thời gian t (triệu USD)
<i>GDP Việt Nam</i>	$GDPVN_{it}$	GDP Việt Nam tại thời gian t (triệu USD)
<i>GDP của quốc gia đầu tư</i>	$GDPFDI_{jt}$	GDP_{jt} đại diện cho GDP của nước j tại thời gian t (triệu USD)
<i>Khoảng cách</i>	D_{ij}	Khoảng cách giữa cảng biển chính của Việt Nam và cảng biển chính của nước j (km)
<i>Quốc gia ASEAN</i>	A_j	Nước j là quốc gia thành viên ASEAN (1=Quốc gia thành viên ASEAN; 0= trường hợp khác)
<i>Biên giới</i>	B_j	Quốc gia có chung đường biên giới với Việt Nam (1=Quốc gia chung đường biên giới; 0= trường hợp khác)-

FDI: phản ánh dòng vốn FDI của nước chủ đầu tư vào nước tiếp nhận đầu tư. Theo lý thuyết vòng đời quốc tế của sản phẩm, FDI và xuất nhập khẩu có mối quan hệ bổ sung (Anwar và Nguyen, 2011; Wongpit, 2011; Zwinkels và Beugelsdijk, 2010; Liu *et al.*, 2009; Xuan và Xing, 2008; Hekamon, 2007; Aizenman và Noy, 2006). Ngược lại, lý thuyết thương mại quốc tế và tính lưu động của yếu tố sản xuất kết luận rằng FDI và xuất nhập khẩu có mối quan hệ thay thế. Nếu xét theo loại hình FDI, FDI theo chiều dọc và xuất nhập khẩu có mối quan hệ bổ sung (Helpman, 1984). Tuy nhiên, FDI theo chiều ngang và xuất nhập khẩu lại có mối quan hệ thay thế (Markusen, 1984; Hekamon, 2007).

GDP Việt Nam (GDPVN): phản ánh qui mô thị trường của quốc gia tiếp nhận đầu tư, cũng là yếu tố đại diện cho lợi thế sở hữu O trong mô hình OLI của nước tiếp nhận đầu tư. Một thị trường có qui mô càng lớn ngụ ý rằng triển vọng kinh doanh sẽ tốt cho các MNEs. Hơn nữa, qui mô thị trường càng lớn dẫn đến nhu cầu trao đổi hàng hóa càng gia tăng dẫn đến xuất khẩu và nhập khẩu cũng tăng theo (Wongpit, 2011; Zwinkels và Beugelsdijk, 2010; Khan, 2000). Lập luận này kỳ vọng rằng GDP Việt Nam tác động tích cực đến xuất nhập khẩu.

GDP của các quốc gia đầu tư chủ yếu (GDP): phản ánh thu nhập của quốc gia đầu tư. Điều này chứng tỏ rằng, các quốc gia có thu nhập cao, nhu cầu trao đổi hàng hóa với các nước khác cũng cao. Do đó, GDP của nước đầu tư được kỳ vọng có tác động tích cực đến xuất nhập khẩu của Việt Nam (Khan, 2000; Zwinkels và Beugelsdijk, 2010; Anwar và Nguyen, 2011).

Khoảng cách địa lý (D): Yếu tố này đại diện cho chi phí vận chuyển giữa các quốc gia mà cụ thể là giữa Việt Nam với các quốc gia đầu tư chủ yếu. Khoảng cách địa lý thuộc yếu tố về lợi thế địa điểm L trong mô hình OLI của Dunning (1988). Khoảng cách càng xa làm cho chi phí vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu tăng. Hệ quả là các quốc gia có khoảng cách càng xa sẽ hạn chế thương mại song phương giữa các quốc gia này (Wongpit, 2011; Khan, 2000; Zwinkels và Beugelsdijk, 2010; Anwar và Nguyen, 2011). Như vậy, tác động của khoảng cách lên xuất nhập khẩu được kỳ vọng là tiêu cực.

Quốc gia thành viên ASEAN (A): đại diện cho mức độ hội nhập kinh tế của Việt Nam đối với kinh tế khu vực ASEAN. Nếu Việt Nam hội nhập sâu rộng vào kinh tế khu vực ASEAN, xuất nhập khẩu của Việt Nam sẽ tăng lên. Do đó, xuất nhập khẩu và yếu tố quốc gia đầu tư thuộc thành viên ASEAN được kỳ vọng có mối quan hệ tích cực (Khan, 2000; Zwinkels và Beugelsdijk, 2010; Kanwana, 2007).

Quốc gia đầu tư có chung đường biên giới với Việt Nam (B): chỉ tiêu này nhằm xem xét tác động của biên giới đường bộ ảnh hưởng đến giá trị thương mại hai quốc gia. Biên biên giới cũng được Khan (2000) đưa vào mô hình Lực hấp dẫn để nghiên cứu.

2.2.3 Kiểm định lựa chọn mô hình ước lượng

Kiểm định Hausman được sử dụng để lựa chọn mô hình ước lượng theo dạng tác động cố định (FEM) hay tác động ngẫu nhiên (REM) dựa vào mối tương quan giữa ε_i và các biến X. Nếu ε_i và các biến X có tương quan thì mô hình FEM phù hợp, nếu ngược lại thì mô hình REM là phù hợp (Mai Văn Nam, 2008), với giả thuyết:

$H_0: Cov(\varepsilon_i, X_i) = 0$: Dùng mô hình REM

$H_1: Cov(\varepsilon_i, X_i) \neq 0$: Dùng mô hình FEM

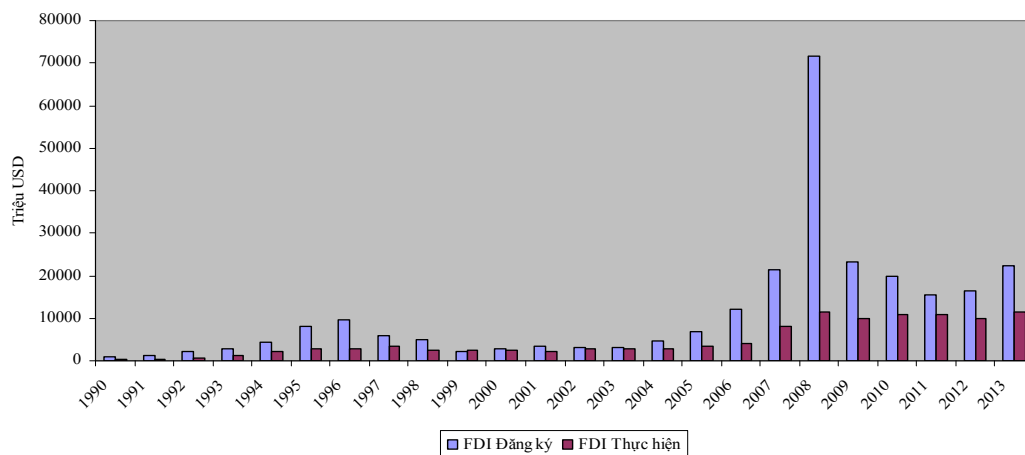
Trong trường hợp kiểm định Hausman cho kết quả REM là phù hợp. Tiếp theo, sử dụng kiểm định Lagrange Multiplier (LM) để lựa chọn giữa mô hình REM hay mô hình Pooled OLS. Giả thuyết H_0 trong kiểm định LM là phương sai của các thực thể là không đổi, hay sự thay đổi giữa các quốc gia là bằng 0 hay nói cách khác, không có sự khác biệt giữa các quốc gia được khảo sát. Nếu giả thuyết H_0 được chấp nhận, hay nói cách khác phương pháp hồi qui Pooled OLS là phù hợp, tác giả sử dụng kiểm định Breusch-Pagan để kiểm tra xem có sự tồn tại của phương sai sai số thay đổi hay không với giả thuyết H_0 là phương sai không đổi. Nếu giả thuyết H_0 bị bác bỏ hay phương sai thay đổi, tác giả sử dụng phương pháp hồi qui Pooled OLS Robust để khắc phục vấn đề này.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 FDI và Cán cân thương mại Việt Nam

3.1.1 Tổng quan về FDI vào Việt Nam giai đoạn 1990-2013

Đối với các quốc gia đang phát triển, việc thiếu nguồn vốn để đầu tư trong nước và công nghệ lỗi thời gây cản trở rất lớn đến tăng trưởng kinh tế. FDI được xem như là một giải pháp hiệu quả để giải quyết vấn đề này. Hình 1 mô tả FDI được cấp phép vào Việt Nam giai đoạn 1990-2013.



Hình 1: FDI vào Việt Nam giai đoạn 1990-2013

Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

Kể từ năm 1990, Việt Nam đã thu hút được một lượng lớn FDI. Vốn FDI đăng ký chính thức tại Việt Nam tăng từ 839 triệu USD năm 1990 lên 9,6 tỷ USD năm 1996. Trong đó, vốn FDI thực hiện tăng một cách nhanh chóng từ 400 triệu USD năm 1990 lên 2,9 tỷ USD năm 2006. Lý do dẫn đến sự gia tăng nhanh chóng của FDI đăng ký và FDI thực hiện trong giai đoạn đầu của quá trình đổi mới này là: Các nhà đầu tư nước ngoài bị thu hút bởi tiềm năng của một nền kinh tế chuyển đổi và một thị trường rộng lớn chưa được khai thác; Việt Nam có lợi thế về nguồn lao động dồi dào, lao động giá rẻ và tỷ lệ biết

chữ cao; có một lượng lớn dòng vốn FDI đầu tư vào các thị trường mới nổi, trong đó khu vực Đông Nam Á là điểm đến chính của dòng FDI, nhiều quốc gia trong khu vực có nền kinh tế phát triển mạnh như Malaysia, Singapore, Thái Lan đã bắt đầu xuất khẩu vốn;...

Từ năm 1997 đến 1999, FDI đăng ký có sự sụt giảm nhanh chóng, cụ thể, giảm lần lượt 49% (năm 1997), 16% (năm 1998) và 59% (năm 1999). Nguyên nhân chính là do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á, 05 nhà đầu tư chính vào Việt Nam gồm Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Singapore, Malaysia đều đối mặt với một nền kinh tế khó khăn; Cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á cũng khiến các nhà đầu tư giảm tiêu chí mở rộng sang thị trường Châu Á, dẫn đến sự mất giá đồng tiền của các nước Đông Nam Á,...

Từ năm 2000 đến 2002, giá trị FDI đã tăng trở lại với mức tăng 25,8% năm 2000 và 22,6% năm 2001 nhưng vẫn thấp hơn 2/3 so với năm 1996. Có nhiều lý do dẫn đến sự sụt giảm này. Đầu tiên là sự sụp đổ của nền kinh tế toàn cầu sau sự cố bong bóng công nghệ cao ở Mỹ. Ngoài ra, cùng với sự trì trệ kéo dài của kinh tế Nhật Bản cũng tác động đến các quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Trong giai đoạn này, hiệp định thương mại hai chiều BTA giữa Việt Nam và Mỹ đã được thực thi. Parker et al (2002) chỉ ra rằng BTA không có tác động tích cực đến vốn FDI đăng ký mới của Mỹ vào Việt Nam, cụ thể vốn FDI đăng ký của Mỹ giảm mạnh từ 159,5 triệu USD năm 2002 xuống còn 47,1 triệu USD năm 2004. Tuy nhiên, vốn FDI thực hiện của Mỹ có tác động tích cực, tăng mạnh mẽ từ 61,3 triệu USD năm 2002 lên 162,4 triệu USD năm 2004.

Giai đoạn 2006-2008, Việt Nam đã chứng kiến sự trở lại mạnh mẽ của FDI. Năm 2006, cả nước đã thu hút được 12 tỷ USD vốn đăng ký mới, tăng tăng 75% so với năm 2005, vượt mức kỷ lục cao nhất 9,6 tỷ USD năm 1996. Tiếp tục trong năm 2007, FDI tăng ngoạn mục, tăng 77% so với năm 2006 đạt 21 tỷ USD, và FDI xác lập mốc kỷ lục trong năm 2008 với gần 72 tỷ USD, tăng 234% so với năm 2007. Sự bùng nổ FDI giai đoạn 2006-2008 là do Việt Nam vừa gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), những điều khoản thương mại cam kết trong WTO mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp nước ngoài đổ vốn vào Việt Nam. Đến năm 2008, số sổ dự án có vốn nước ngoài có 77,65% các dự án FDI được cấp phép và 59,84% số dự án đăng ký, doanh nghiệp nước ngoài thành lập với hình thức liên doanh được cấp phép chỉ chiếm 19% và chiếm 25,9% tổng vốn đăng ký, phần còn lại bao gồm các doanh nghiệp hợp đồng hợp tác kinh doanh (BBC), công ty cổ phần, chi nhánh công ty nước ngoài và các dự án BOT/BT/BTO.

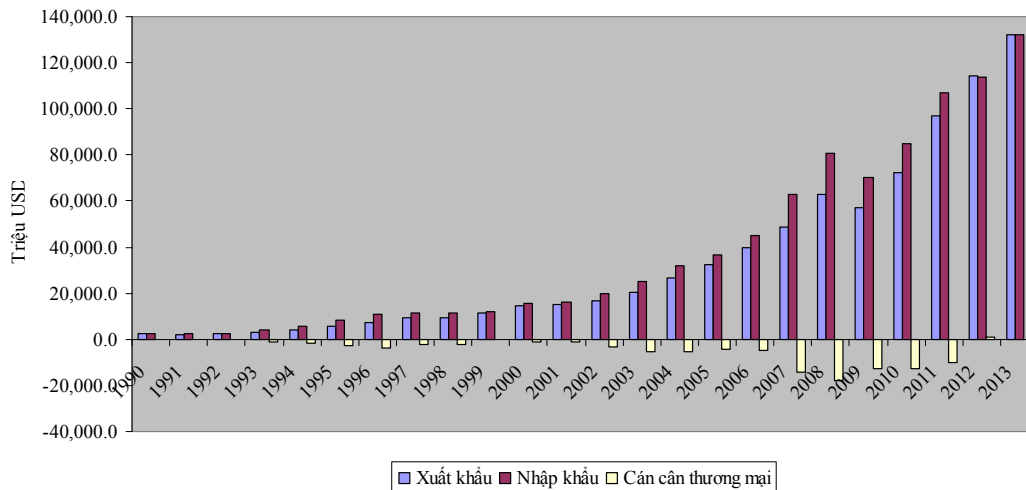
Tuy nhiên, FDI có sự sụt giảm rất mạnh trong giai đoạn năm 2009 - 2011. Cụ thể, FDI giảm 67,7% so với năm 2008 và tiếp tục giảm trong 2 năm tiếp theo với tốc độ giảm lần lượt là 13,94% và 21,46%. Khủng hoảng kinh tế Thế giới 2008 và khủng hoảng nợ công Châu Âu đã làm giảm nguồn vốn FDI từ các nước Bắc Mỹ và Liên minh Châu Âu đến các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Đến năm 2012 và 2013, FDI có sự gia tăng trở lại với mức tăng lần lượt là 4,7% và 36,73%. Sự tăng trưởng trở lại của FDI là do kinh tế vĩ mô Việt Nam đã ổn định và nền kinh tế đầu tàu thế giới là Mỹ đã có sự chuyển biến tích cực.

Đến nay, Việt Nam đã thu hút FDI từ các nhà đầu tư đến từ hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó, FDI đến từ các nước Đông Á chiếm 72%, EU chiếm 21% và Bắc Mỹ chiếm 7% trong giai đoạn 1990-2013. Trong top 10 quốc gia đầu tư vào Việt Nam, Nhật Bản là nhà đầu tư lớn nhất với 2186 dự án với tổng vốn đăng ký là 35179,9 triệu USD. Tiếp theo sau là các quốc gia top 5 nhà đầu tư lớn nhất như Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan và Quần đảo Virgin thuộc Anh. Nhìn chung, FDI từ top 10 quốc gia đầu tư chiếm gần 83% FDI trong tổng FDI được cấp phép vào Việt Nam giai đoạn 1990-2013.

3.1.2 Tổng quan về cán cân thương mại của Việt Nam giai đoạn 1990-2013

Việt Nam gia nhập WTO đồng nghĩa với việc hội nhập kinh tế thế giới ngày càng sâu rộng nên mức độ giao thoa và tác động của biến động kinh tế bên ngoài đến Việt Nam càng mạnh mẽ và tức thời. Từ quốc gia có nhập siêu trong thời gian dài, Việt Nam đã chuyển sang xuất siêu trong hai năm 2012 và 2013. Hình 2 mô tả tình hình xuất nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam cho giai đoạn 1990-2013.

Nhìn chung, tình trạng nhập siêu của Việt Nam trong giai đoạn trước năm 2012 đã có sự gia tăng khá nhanh. Năm 2000, mức thâm hụt cán cân thương mại là 1,2 tỷ USD, chỉ chiếm 3,7% GDP. Mức thâm hụt cán cân thương mại có sự tăng dần ở các năm tiếp theo. Đến năm 2008, cán cân thương mại Việt Nam thâm hụt 18 tỷ USD và chiếm gần 20% GDP (đây là mức thâm hụt cao nhất trong giai đoạn 1990 – 2013). Trong giai đoạn 2009 – 2011, tình trạng thâm hụt cán cân thương mại đã có sự sụt giảm nhưng vẫn ở mức cao với giá trị thâm hụt trung bình là 11,8 tỷ USD, chiếm 10,8% GDP. Ở năm 2012, tốc độ tăng nhập khẩu hàng hóa là 6,6% và tốc độ tăng của xuất khẩu hàng hóa đạt 18,2%, điều này đã dẫn đến sự đảo chiều của cán cân thương mại, từ quốc gia có nhập siêu trong suốt thời gian dài, Việt Nam đã có cán cân thương mại ở trạng thái xuất siêu, cán cân thương mại Việt Nam năm 2012 đạt thặng dư là 748 triệu USD. Đến năm 2013, Việt Nam vẫn là quốc gia xuất siêu với giá trị thặng dư là 0,3 triệu USD.



Hình 2: Xuất nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam giai đoạn 1990-2013

Nguồn: Tổng cục Thống kê

3.2 Thống kê mô tả các biến

Kết quả thống kê mô tả của các biến nghiên cứu được trình bày ở Bảng 2.

Bảng 2: Kết quả thống kê mô tả các biến trong mô hình

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Cán cân thương mại	Triệu USD	2.031,1	0,0	34.721,8	3.610,0
FDI	Triệu USD	633,3	1,5	14.964,2	1.574,1
GDP Việt Nam	Triệu USD	79.589,6	31.172,5	171.390,0	79.589,6
GDP QG chủ đầu tư	Triệu USD	1.814.115,0	4.222,9	16.768.100,0	2.985.020,0
Khoảng cách	Km	9.513,1	918,0	18.458,0	6.638,4
Quốc gia thành viên ASEAN	[1;0] ⁽¹⁾	0,35	0	1	0,489
Quốc gia có chung đường biên giới với Việt Nam	[1;0] ⁽²⁾	0,10	0	1	0,308

Ghi chú: ⁽¹⁾ biến giả, 1: quốc gia đối tác là thành viên ASEAN, 0: trường hợp khác; ⁽²⁾ biến giả, 1: quốc gia đối tác có chung đường biên giới với Việt Nam, 0: trường hợp khác.

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả, 2016

Thâm hụt cán cân thương mại bình quân hàng năm giữa Việt Nam với một quốc gia đối tác giai đoạn 2000-2013 có giá trị là 2.031,1 triệu USD. FDI bình quân giai đoạn 2000-2013 mà Việt Nam nhận được từ 20 quốc gia có FDI lớn nhất vào Việt Nam đạt 633,3 triệu USD/năm/quốc gia, FDI của một quốc gia có giá trị thấp nhất là 1,5 triệu USD và cao nhất là 14,96 tỷ USD. Trong giai đoạn 2000-2013, GDP Việt Nam đạt 79,6 tỷ USD/năm và GDP quốc gia đầu tư chủ yếu vào Việt Nam bình quân đạt 1.814.1 tỷ USD/năm/quốc gia. Khoảng cách trung bình từ cảng biển Việt Nam đến cảng biển quốc gia đầu tư chủ yếu là 9.513 km. Cho đến thời điểm hiện tại, có tổng cộng 7/11 quốc gia thuộc ASEAN có vốn FDI tại Việt Nam (gồm Thái Lan, Singapore, Lào, Malaysia, Indonesia, Phillipine và Brunei), chiếm 35% trong 20 có FDI lớn nhất vào Việt Nam. Trong các quốc gia có FDI tại Việt Nam, chỉ có 2 quốc gia là Trung Quốc và Lào là có đường biên giới chung với Việt Nam.

3.3 Tác động của FDI đến cán cân thương mại của Việt Nam

Kết quả kiểm định Hausman để lựa chọn phương pháp ước lượng tác động cố định (FEM) hay tác động ngẫu nhiên (REM) cho thấy, giá trị kiểm định $p\text{-value} = 0,8899 > 5\%$, điều này chứng tỏ cách tiếp cận mô hình REM thích hợp hơn so với cách tiếp cận mô hình FEM.

Bảng 3: Tác động của FDI đến cán cân thương mại của Việt Nam giai đoạn 2000-2013

Tên biến	Ký hiệu biến	Biến phụ thuộc: $\ln BALANC$	
		REM	OLS Robust
Hệ số góc		-3,6096*	-3,6096*
		(2,1122)	(1,8989)
FDI	LnFDI	0,1834***	0,1834**
		(0,070)	(0,0763)
GDP Việt Nam	LnGDPVN	0,7607***	0,7607***
		(0,1894)	(0,1837)
GDP quốc gia chủ đầu tư	LnGPD	0,5573***	0,5573***
		(0,0714)	(0,1559)
Khoảng cách	LnD	-0,7956***	-0,7956***
		(0,1551)	(0,1826)
Quốc gia thành viên ASEAN	A	0,1327	0,1327
		(0,3389)	(0,2616)
Quốc gia có chung đường biên giới với Việt Nam	B	0,5302	0,5302*
		(0,3932)	(0,3100)
	R^2	0,4571	0,4571
	Prob (F-Statistic)	0,0000	0,0000
	Số quan sát	280	280
	Prob (LM test)	1,0000	

Ghi chú: *, **, *** có ý nghĩa thống kê lần lượt ở mức 10%, 5% và 1%. Số liệu trong ngoặc đơn là sai số chuẩn.

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả, 2016.

Tiếp đến, kiểm định Lagrange Multiplier (LM) (với giả thuyết H_0 : phương sai của các thực thể không đổi) được sử dụng để lựa chọn giữa phương pháp ước lượng REM hay Pooled OLS. Nếu giả thuyết H_0 bị bác bỏ, phương pháp ước lượng REM sẽ được chọn, ngược lại chọn phương pháp Pooled OLS. Kết quả kiểm định LM cho thấy, giá trị kiểm định $p\text{-value} = 1,000 > 5\%$, do đó, mô hình OLS sẽ

được sử dụng để phân tích hồi qui. Để khắc phục hiện tượng phương sai sai số thay đổi nên phương pháp hồi qui OLS Robust sẽ được áp dụng.

Bảng 3 trình bày kết quả ước lượng mô hình Lực hấp dẫn về tác động của FDI đến cán cân thương mại Việt Nam bằng cách áp dụng phương pháp ước lượng Pooled OLS thông qua kết quả kiểm định LM. Chỉ số $R^2=0.4571$, điều này chứng tỏ các biến trong mô hình Lực hấp dẫn giải thích được 45,71% sự biến động của cán cân thương mại. Nhìn chung, giai đoạn 2000-2013, FDI, GDP Việt Nam, GDP quốc gia đầu tư chủ yếu và yếu tố biên giới (B) đều tác động tích cực đến cán cân thương mại. Riêng biến khoảng cách (D) tác động tiêu cực đến cán cân thương mại.

Kết quả phân tích ở Bảng 3 mục Pooled OLS Robust cho thấy, FDI và cán cân thương mại có mối quan hệ bổ sung trong giai đoạn 2000-2013. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, chênh lệch giữa giá trị xuất khẩu với giá trị nhập khẩu tăng 0,18% khi FDI tăng 1% (mức ý nghĩa 1%). Kể từ khi thực hiện công cuộc đổi mới đến trước năm 2012, nền kinh tế Việt Nam hầu như đều trong tình trạng thâm hụt cán cân thương mại. Năm 2000, mức thâm hụt thương mại là 1,2 tỷ USD, chỉ chiếm 3,7% GDP nhưng có sự tăng dần vào các năm tiếp theo và đến năm 2008, cán cân thương mại thâm hụt 18 tỷ USD và chiếm gần 20% GDP. Tình trạng thâm hụt thương mại giai đoạn 2009-2011 có sự sụt giảm nhưng vẫn ở mức cao (giá trị thâm hụt trung bình là 11,8 tỷ USD, chiếm 10,8% GDP).

Yếu tố biên giới làm cho cán cân thương mại thâm hụt thêm 0,53%. Trong 20 quốc gia đối tác thương mại với Việt Nam được khảo sát, chỉ có Lào và Trung Quốc có chung đường biên giới với Việt Nam nhưng kim ngạch xuất nhập khẩu đối với Lào là không đáng kể. Do đó, mức gia tăng thâm hụt 0,53% đến từ việc thâm hụt thương mại với Trung Quốc. Kết quả này là hệ quả của tình trạng nhập siêu từ Trung Quốc trong thời gian dài với giá trị lớn, góp phần làm trầm trọng thêm tình trạng thâm hụt cán cân thương mại Việt Nam. Tình trạng nhập siêu từ Trung Quốc có nhiều nguyên nhân. Thứ nhất, hầu hết hàng hóa của Trung Quốc có giá rẻ; Trung Quốc duy trì chính sách hỗ trợ xuất khẩu dưới nhiều hình thức khác nhau; và ngành công nghiệp phụ trợ Việt Nam chưa phát triển. Thứ hai, hàng hóa Việt Nam tính cạnh tranh kém. Thứ ba, hàng hóa Việt Nam xuất sang Trung Quốc chủ yếu là khoáng sản, nông lâm thủy sản có giá trị thấp (chiếm 70% tổng kim ngạch xuất khẩu sang Trung Quốc). Thứ tư, Việt Nam hầu như không có hàng rào kỹ thuật đối với hàng nhập khẩu Trung Quốc.

4. KẾT LUẬN

Kết quả ước lượng mô hình Lực hấp dẫn thông qua hai phương pháp hồi qui Pooled OLS và REM cho thấy, FDI tăng 1% sẽ làm gia tăng cán cân thương mại Việt Nam thêm 0,18%. Các yếu tố GDP Việt Nam, GDP quốc gia chủ đầu tư và yếu tố biên giới đều tác động tích cực đến cán cân thương mại. Ngược lại, yếu tố khoảng cách tác động tiêu cực đến cán cân thương mại, khoảng cách càng xa làm giảm sự chênh lệch giữa xuất khẩu và nhập khẩu. Dựa trên kết quả phân tích, một số giải pháp định hướng FDI được đề xuất nhằm hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu, kiểm soát nhập khẩu và cải thiện cán cân thương mại như: đẩy mạnh thu hút FDI lĩnh vực sản xuất phục vụ xuất khẩu, chính sách ưu đãi thuế xuất nhập khẩu hợp lý hơn để thu hút các dự án FDI theo hướng xuất khẩu, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ xuất nhập hàng hóa, tăng cường thu hút FDI công nghệ cao, khuyến khích đầu tư FDI vào lĩnh vực nông nghiệp nhằm nâng cao giá trị gia tăng...

Mặc dù nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về tác động của FDI đến cán cân thương mại Việt Nam, giúp các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách có những giải pháp thu hút FDI nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua gia tăng kim ngạch xuất khẩu và các giải pháp cải thiện thâm hụt cán cân thương mại Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này chỉ xem xét tác động của FDI đến cán cân thương mại giữa Việt Nam và quốc gia chủ đầu tư, chưa đánh giá được tác động của FDI đến cán cân thương mại của Việt Nam đối với các quốc gia khác. Hạn chế nêu trên cũng là gợi ý cho hướng nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anderson, J.E., 1979. A Theoretical Foundation for the Gravity Equation. *American Economic Review*. 69(1): 106-116.
2. Anwar, S. and Nguyen, L.P., 2011. Foreign direct investment and trade: The case of Vietnam. *Research in International Business and Finance*. 25: 39-52.

3. Aizenman, J. and Noy, I., 2006. FDI and Trade – Two way linkage?. *The Quarterly Review of Economics and Finance*. 46: 317-337.
4. Blomström, M., Lipsey, R.E. and Kulchicky, K., 1988. US and Swedish direct investment and exports. *Trade Policy Issues and Empirical Analysis*. University of Chicago Press. Chicago. 259–297.
5. Blonigen, B.A., Tomlin, K., and Wilson, W.W., 2004. Tariff-Jumping FDI and domestic firms profits. *The Canadian Journal of Economics*. 37(3): 656-677.
6. Borensztein, E., De Gregorio, J., and Lee, J.W., 1995. How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?, NBER Working Paper No 5057. 22 pp.
7. Dunning, J.H., 1988. Explaining international production. Unwin Hyman. London. 378 pp.
8. Helpman, E., 1984. A simple theory of international trade with multinational corporations. *Journal of Political Economy*. 92(3): 451-471.
9. Khan, M.A., 2000. Foreign Direct Investment in Pakistan: The Role of International Political Relations. Working Paper Series. University of Oxford Department of International Development.
10. Liu, X., Shu, C. and Sinclair, P., 2009. Trade, foreign direct investment and economic growth in Asian economies, *Applied Economics*. 41(13): 1603-1612.
11. Markusen, J.R., 1984. Multinationals, multi-plant economies, and the gains from trade, *Journal of International Economics*. 16: 205-26.
12. Moosa, I., 2002. *Foreign Direct Investment Theory: Evidence and Practice*. Palgrave Macmillan. London. 274 pp.
13. Newton, I., 1687. *Philosophiæ naturalis principia mathematica*. Available through: University of Cambridge - Cambridge Digital Library.
14. Tinbergen, J., 1962. Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Police. *Journal of Farm Economics*. 46(1): 271-273.
15. Tran, T.D.A and Dinh, T.T.B., 2014. FDI inflows and trade imbalances: evidence from developing Asia. *The European Journal of Comparative Economics*. 11(1): 147-169.
16. Wongpit, P., 2011. Impact of FDI on manufacturing exports in Thailand, Graduate School of International Cooperation Studies, Kobe University.
17. Xuan, N.T. and Xing, Y., 2008. Foreign direct investment and exports. *Economics of Transition*. 16(2): 183–197.
18. Zwinkels, R.C.J. and Beugelsdijk, S., 2010. Gravity equations: Workhorse or Trojan horse in explaining trade and FDI patterns across time and space?. *International Business Review*. 19: 102-115.

KHẢ NĂNG ĐIỀU CHỈNH KHE HỞ LÃI SUẤT CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Chu Văn Nguyên

Khoa Kinh tế, Tài chính, Kế toán, Điện toán doanh nghiệp, và Ngoại thương.
Trường Đại học Houston-Downtown, U.S.A.
e-mail: nguyenchu@uhd.edu; Tel. +01-713-222-5334

TÓM TẮT

Mức độ điều chỉnh khe hở lãi suất ngắn hạn của các ngân hàng thương mại Việt Nam tương đối cao nhưng không hoàn hảo, trong khi đó hệ số điều chỉnh dài hạn mang trị số âm khi Ngân hàng Nhà nước điều chỉnh lãi suất trong giai đoạn từ tháng 1 năm 1996 đến cuối tháng ba 2016. Không có sự liên hệ dài hạn giữa chính sách tiền tệ phản chu kỳ của ngân hàng trung ương và mức độ lãi suất cho vay trên thị trường tài chính Việt Nam. Độ trễ hiệu quả (impact lag) của chính sách tiền tệ trong nền kinh tế Việt Nam chỉ là 3 tháng, một thời gian tương đối ngắn so với các nền kinh tế khác. Hệ lụy của các vấn đề này là do ngân hàng trung ương bị uỷ thác trách nhiệm phải đáp ứng nhiều mục tiêu không nhất quán như là trợ cấp doanh nghiệp nhà nước kém hiệu quả, bao gồm cả các ngân hàng thương mại nhà nước với một số lượng nợ khó đòi rất lớn; tài trợ các dự án phát triển công do chỉ định của quốc hội; tài trợ thâm hụt ngân sách quốc gia, và thâm hụt cán cân mậu dịch với Trung Quốc; cũng như đảm bảo những nghĩa vụ tài chính công quốc tế khác. Chính sách tiền tệ không nhất quán này đã đưa đến thực trạng bất ổn là giai đoạn lạm phát cao tiếp theo ngay đó là giai đoạn khan hiếm tín dụng cùng lãi suất cao trên thị trường tài chính và tỉ lệ thất nghiệp cao trong thị trường lao động. Kết quả nghiên cứu này không giống như kết quả kỳ vọng của chính sách tuy vậy sẽ là bằng chứng rất hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách tiền tệ phản chu kỳ khi họ hoạch định và triển khai chính sách tiền tệ bởi vì đây là những khó khăn được cảnh báo mà họ phải vượt qua khi hoạch định và triển khai chính sách tiền tệ quốc gia.

Từ khóa: chính sách tiền tệ phản chu kỳ; khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại; lãi suất cho vay; lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ; ngân hàng thương mại.

THE VIETNAMESE INTEREST RATE PASS-THROUGH

ABSTRACT

The empirical results reveal sluggish adjustments or lending rate stickiness in the short run while the long-run rate pass-through is negative over the January 1996 through March 2016 period. The impact lag of the Vietnamese countercyclical monetary policy is only 3 months which is relatively very short compared to other economies. The bounds test results indicate that there is no long term relationship between countercyclical monetary policy and market rates. These findings may be attributable to the fact that the State Bank of Vietnam has been mandated by law important responsibilities to satisfy multiple and **conflicting** objectives such as: subsidizing inefficient state-owned enterprises, including state-owned commercial banks with huge non-performing loan portfolios; funding public development projects; addressing national budget deficits as well as the large trade deficit with the People's Republic of China and dealing with other governmental international financial obligations in a transitional economy. To discharge its enormous responsibilities, the State Bank of Vietnam resorted to an "on-again, off-again" monetary policy modus operandi resulting in periods of high inflation followed by periods of tight credit and high interest rates and unemployment. These empirical results may not be desirable from the countercyclical monetary policy perspective. They are, however, very useful for monetary policy makers in formulating and implementing countercyclical monetary policy because these forewarn the policy makers of their formidable challenges.

Keywords: central bank policy related rate; commercial banks; interest rate pass-through; lending rate; countercyclical monetary policy.

1. Giới thiệu

Trung gian tài chính là một hoạt động quan trọng của đầu tư và tăng trưởng kinh tế (Schumpeter 1912; Patrick 1966; McKinnon 1973). Các ngân hàng thương mại là một phần của cơ chế truyền dẫn chính sách tiền tệ thông qua hoạt động huy động vốn từ những đơn vị kinh tế có thặng dư tín dụng hoặc có khả năng vay mượn từ ngân hàng trung ương; và thông qua hoạt động cho vay các đơn vị đầu tư vào các dự án kinh doanh để tạo ra lợi nhuận. Lãi suất các ngân hàng thương mại thu trên tài khoản cho khách hàng vay được gọi là lãi suất cho vay. Trong khi đó, lãi suất các ngân hàng thương mại phải trả khi huy động vốn từ ngân hàng trung ương sẽ được gọi là lãi suất chiết khấu của ngân hàng trung ương hay lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ.

Với vai trò môi giới hay trung gian, các ngân hàng thương mại được hưởng một khoảng chênh lệch được gọi là "*phí trung gian*" hay "*phí môi giới*". Phí trung gian hay phí môi giới có thể đo lường bằng khoảng cách (hoặc mức chênh lệch) giữa lãi suất cho vay và lãi suất chiết khấu của ngân hàng trung ương. Trong các nghiên cứu thực nghiệm, phí trung gian hay phí môi giới còn có thể được đo lường bằng mức chênh lệch giữa lãi suất cho vay và chi phí tài chính trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Một ngân hàng có thể cho khách hàng vay với lãi suất 5% trong khi phải trả cho ngân hàng trung ương lãi suất chiết khấu (hay chi phí tài chính trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng) chỉ 2%, tạo ra phí trung gian cho ngân hàng là 3%.

Theo lý thuyết, các ngân hàng hoạt động trong thị trường tự do sẽ xem xét tất cả các nguồn rủi ro trong quá trình xác định và thiết lập mức chênh lệch giữa lãi suất cho vay và chi phí tài chính trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Nếu các ngân hàng thương mại áp dụng mức phí trung gian quá cao hoặc quá thấp, áp lực thị trường sẽ điều chỉnh đưa mức chênh lệch này về trạng thái cân bằng.

Khi nền kinh tế rơi vào trình trạng đình trệ hoặc phát triển nóng quá mức, các nhà lập chính sách triển khai và thực thi *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* hoặc *chính sách tiền tệ ngược chu kỳ* để điều tiết những thăng trầm của chu kỳ kinh tế. Khi thực thi *chính sách tiền tệ phản chu kỳ*, ngân hàng trung ương áp dụng lãi suất chiết khấu hay lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ để kích thích hoạt động kinh tế quốc gia trong khi phí trung gian hay phí môi giới vẫn được xác định ở mức cân bằng trước khi ngân hàng trung ương điều chỉnh lãi suất chiết khấu. Do đó, khi thực thi chính sách tiền tệ phản chu kỳ, ngân hàng trung ương tạo ra một kẽ hở lãi suất là mức chênh lệch giữa lãi suất cho vay và lãi suất chiết khấu liên quan đến chính sách tiền tệ mới của ngân hàng trung ương so với phí môi giới tại mức cân bằng trước đó. Nói cách khác, trong quá trình thực thi chính sách tiền tệ phản chu kỳ, ngân hàng trung ương tạo một kẽ hở lãi suất giữa phí trung gian hiện hữu và phí trung gian đang ở mức cân bằng trước đó. Kết quả là áp lực thị trường sẽ buộc ngân hàng thương mại phải điều chỉnh kẽ hở lãi suất này để đưa phí trung gian về mức cân bằng mới. Tùy theo chủ đích của *chính sách tiền tệ phản chu kỳ*, kẽ hở lãi suất có thể mang dấu đại số âm hay dương.

Illes và Lombardi (2013) lập luận rằng phương thức điều chỉnh kẽ hở lãi suất của các ngân hàng thương mại không nhất quán và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố. Ví dụ, các tổ chức tín dụng có thể áp đặt mức phí trung gian mới cao bởi vì các tổ chức này cho rằng họ có thể phải chịu mức độ rủi ro cao nếu nền kinh tế lâm vào trình trạng đình trệ. Trong trường hợp này, nếu ngân hàng trung ương thực thi chính sách tiền tệ thông qua cách cắt giảm lãi suất chiết khấu để kích thích nền kinh tế thì chỉ có ***một phần nhỏ của*** kẽ hở lãi suất được chuyển sang các người đi vay và sẽ làm chậm tốc độ gia tăng mức chi tiêu và đầu tư trong nền kinh tế hơn là nếu toàn bộ kẽ hở lãi suất được chuyển cho người đi vay. Ngược lại, các tổ chức tín dụng có thể ngộ nhận cho rằng mức độ rủi ro thấp nên ***một phần lớn hơn là*** kẽ hở lãi suất được giảm đi từ lãi suất cho vay trên thị trường tài chính thì theo lý thuyết kinh tế vĩ mô sẽ dẫn đến một mức tăng trưởng nóng trong nền kinh tế. Phần kẽ hở lãi suất mà ngân hàng thương mại có thể tăng hay giảm từ mức lãi suất thị trường được gọi là khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại.

Illes và Lombardi (2013) cũng cho rằng trong vài thập niên qua, thực thi chính sách tiền tệ bằng cách thay đổi lãi suất chiết khấu hay lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ đã được xem như là công cụ chính thống của chính sách tiền tệ phản chu kỳ của ngân hàng trung ương. Thực hiện chính sách tiền tệ phản chu kỳ thông qua hoạt động trong thị trường mở cửa, đảm bảo lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ là lãi suất mà các tổ chức tài chính phải trả cho nguồn tài chính mà họ cho vay. Duy trì mức phí

trung gian và mức độ cạnh tranh của thị trường sẽ đảm bảo rằng những thay đổi trong lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ sẽ đưa đến thay đổi các mức lãi suất cho vay trên thị trường tài chính. Đây là **kênh truyền dẫn lãi suất** của chính sách tiền tệ phản chu kỳ.

Phí trung gian cân bằng được thiết lập theo thời gian do điều kiện thị trường và cơ cấu của nền kinh tế quốc gia. Phí trung gian không chỉ cung cấp thu nhập lãi nhuận cho ngân hàng mà nó còn ảnh hưởng đến các mức độ tiết kiệm, đầu tư, phát triển kinh tế và tiến bộ xã hội của quốc gia. Quan trọng hơn nữa là phí trung gian và khả năng cũng như cách thức các ngân hàng thương mại điều chỉnh kẻ hở lãi suất cũng biểu hiện phản ứng của các ngân hàng thương mại trước những chính sách tiền tệ của chính phủ nhằm nỗ lực điều tiết nền kinh tế qua những chu kỳ thăng trầm và, do đó, cho thấy mức độ hiệu quả của các chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương.

Phân tích phí trung gian và khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại giúp làm sáng tỏ và cung cấp góc nhìn sâu sắc các hoạt động ngân hàng. Do đó, phí trung gian và khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại là các biến số phản ánh khá trung thực hành vi của các ngân hàng ở Việt Nam phản ứng lại chính sách tiền tệ phản chu kỳ của ngân hàng trung ương và mức độ hữu hiệu của chính sách tiền tệ phản chu kỳ của tổ chức tài chính quan trọng này.

Khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại dẫn đến thay đổi lãi suất trong thị trường tài chính của nền kinh tế quốc gia. Thay đổi lãi suất trong thị trường tài chính của nền kinh tế quốc gia sẽ lần lượt dẫn đến những thay đổi trong chi tiêu và đầu tư. Thay đổi trong mức chi tiêu và đầu tư sẽ dẫn đến thay đổi trong hai biến số kinh tế vĩ mô và cũng là hai biến số quan trọng của chính sách tiền tệ phản chu kỳ của ngân hàng trung ương, đó là: thất nghiệp, lạm phát và vô cùng quan trọng là tổng sản lượng quốc nội (GDP).

Có ba giả thuyết chính giải thích khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại: (i) *giả thuyết dựa trên mức độ tập trung của ngân hàng*, (ii) *giả thuyết dựa trên đặc tính của khách hàng*, và (iii) *giả thuyết dựa trên phản ứng của khách hàng*.

Giả thuyết dựa trên mức độ tập trung của ngân hàng lập luận rằng các ngân hàng độc quyền sẽ nhanh chóng tăng lãi suất cho vay khi ngân hàng trung ương tăng tỉ lệ chiết khấu, nhưng chậm giảm lãi suất cho vay khi ngân hàng trung ương giảm tỉ lệ chiết khấu (Neumark và Sharpe, 1992, Hannan và Berger, 1991). *Giả thuyết dựa trên đặc tính của khách hàng* cho rằng các ngân hàng có thể điều chỉnh lãi suất cho vay để mở rộng mức chênh lệch giữa lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại và tỉ lệ chiết khấu của ngân hàng trung ương hầu tăng biên độ lợi nhuận của họ khi ngân hàng trung ương thay đổi tỉ lệ chiết khấu, nếu kiến thức về tài chính và ngân hàng của khách hàng hạn hẹp, hoặc phải gánh mức chi phí tìm kiếm và chuyển đổi cao (Calem và Mester, 1995; Hutchison, 1995; Rosen, 2002).

Giả thuyết dựa trên phản ứng của khách hàng cho rằng việc điều chỉnh lãi suất cho vay không đối xứng trong thực tế có thể mang lại lợi ích cho khách hàng, bởi vì sự hiện diện của thông tin bất đối xứng có thể gây ra những bất lợi khi ngân hàng tăng lãi suất, do mức lãi suất cao có xu hướng thu hút người vay với độ rủi ro cao hơn. Vì vậy, ngay cả khi lãi suất thị trường hay tỉ lệ chiết khấu tăng, các ngân hàng sẽ miễn cưỡng hay do dự khi phải tăng lãi suất vì thế ngân hàng tăng lãi suất cho vay chậm hơn mức tăng lãi suất thị trường. Thất thu dự kiến của các ngân hàng không tăng lãi suất cho vay hoặc chậm tăng lãi suất cho vay sẽ được bù đắp bởi những lợi ích giảm nguy cơ khuyến khích những người đi vay với rủi ro cao (Stiglitz và Weiss, 1981).

Phần còn lại của bài viết có cấu trúc như sau: Phần 2 cung cấp tổng quan tài liệu. Phần 3 tóm tắt những phát triển trong lĩnh vực ngân hàng Việt Nam. Phần 4 đề xuất mô hình thực nghiệm để nghiên cứu và các phương pháp ước lượng khả năng và mức độ điều chỉnh lãi suất của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Phần 5 mô tả dữ liệu và thống kê mô tả. Phần 6 trình bày kết quả tính lượng. Phần 7 thảo luận kết quả ước lượng các hệ số của mô hình. Và sau cùng, phần 8 kết luận và kiến nghị.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Nhiều phương pháp nghiên cứu đã được sử dụng để ước lượng các mô hình thực nghiệm khả năng và mức độ điều chỉnh lãi suất của các trung gian tài chính trên thế giới. Espinos-Vega và Rebucci (2003) áp dụng mô hình Sai số chuẩn hiệu chỉnh (Error Correction Model) để nghiên cứu khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Chile và so sánh với ngân hàng ở các quốc gia khác,

kể cả Hoa Kỳ. Hai tác giả này chỉ ra rằng khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Chile cũng không thiện như các quốc gia khác nhưng có điều khác biệt là khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Chile nhanh hơn khả năng điều chỉnh lãi suất tại các quốc gia trong nhóm mười quốc gia được xem xét. Đồng thời Espinos-Vega và Rebucci (2003) cũng ghi nhận rằng khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Chile bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về cơ cấu tổ chức cũng như chính sách ngoại hối.

Hofmann and Mizen (2004) sử dụng số liệu hàng tháng trong mười bảy năm để nghiên cứu lãi suất trên các danh mục tiền gửi và nợ có thể chấp tại của các tổ chức tài chính tại Anh để kiểm định giả thuyết rằng các tổ chức tài chính tại đây điều chỉnh lãi suất trên các khoản cho vay có thể chấp một cách không tương đối bởi vì khách hàng phải gánh mức chi phí tìm kiếm và chuyển đổi ngân hàng cao. Hai tác giả này chỉ ra rằng tốc độ điều chỉnh lãi suất thị trường của các tổ chức tài chính tại Anh không trực tiếp liên quan với lãi suất trên các danh mục tiền gửi mà tùy thuộc vào mức độ sai biệt dự đoán giữa lãi suất mà các tổ chức tài chính phải trả cho người gửi tiền và lãi suất thu được từ người đi vay hay phí trung gian, khi chính sách tiền tệ phản chu kỳ hoặc các biến động nào khác đẩy phí trung gian ra khỏi quỹ đạo quân bình dài hạn. Nói cách khác, dự đoán về khả năng kiểm soát lãi suất mà các tổ chức tài chính phải trả cho tài khoản tiền gửi của khách hàng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tốc độ và mức độ của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Anh.

Sørensen and Werner (2006) so sánh sự khác biệt về tốc độ và khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại giữa các quốc gia Âu Châu và kết luận rằng khác biệt về mức độ cạnh tranh trong thị trường tài chính trong các quốc gia Âu Châu là yếu tố quan trọng bậc nhất tạo ra sự khác biệt về tốc độ và mức độ của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại các quốc gia này.

Tonooka and Koyama (2003) cho thấy không có sự liên hệ giữa lãi suất và mức độ tập trung của các ngân hàng tại Brazil. Alencar (2003) ước lượng thực nghiệm ảnh hưởng của thay đổi lãi suất chuẩn trên tốc độ của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại tại Brazil cho thấy tốc độ của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại là ngắn hơn 12 tháng. Hiện tượng này được thuyết giải như là chứng cứ rằng mức độ cạnh tranh trên thị trường là yếu tố thúc đẩy sự hữu hiệu hóa trong hoạt động ngân hàng. Coelho, De Mello, và Garcia (2010) dùng dữ kiện từ tháng 6 năm 2000 đến tháng 12 năm 2006 chỉ ra rằng những ngân hàng lớn có khả năng điều chỉnh lãi suất cao hơn là khả năng điều chỉnh lãi suất của các ngân hàng nhỏ ở Brazil.

3. HỆ THỐNG NGÂN HÀNG VIỆT NAM

Nguyễn (2015) cho rằng cơ cấu ngân hàng Việt Nam hiện nay đã được tái cơ cấu bởi chính sách “đổi

mới kinh tế” năm 1988, từ hệ thống ngân hàng đơn thể (mono-bank system) nhằm phục vụ các nhu cầu của nền kinh tế kế hoạch tập trung đã được tách ra thành một hệ thống ngân hàng hai cấp. Hệ thống này bao gồm *Ngân hàng Nhà nước Việt Nam* là ngân hàng trung ương và bốn ngân hàng thương mại nhà nước. Quốc Hội Việt Nam thông qua vào tháng 12 năm 1997 hai dự luật mới liên quan đến hoạt động của ngân hàng trung ương và các ngân hàng thương mại, có hiệu lực vào tháng 10 năm 1998. Vào năm 1990, các quy tắc về chuyên ngành của các ngân hàng được bãi bỏ và các ngân hàng Việt Nam được “tự do hóa”.

Tự do hóa ngành ngân hàng đã dần hình thành các *ngân hàng cổ phần* và các *ngân hàng liên doanh* vào đầu năm 1991 cho đến 1993. Các cổ đông của các ngân hàng cổ phần là các ngân hàng thương mại nhà nước, doanh nghiệp nhà nước, và các tổ chức tư nhân. Ngân hàng liên doanh là quan hệ đối tác giữa các ngân hàng thương mại nhà nước và ngân hàng nước ngoài thuộc đối tượng chịu quy định hạn chế huy động vốn. Hoạt động của các ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính khác được giám sát bởi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành quy định nhằm bảo đảm an toàn và hiệu quả quá trình kiểm soát độc lập và nội bộ đối với các hoạt động ngân hàng, giới hạn để bảo đảm an toàn trong nghiệp vụ cho vay, và quy định các yêu cầu về vốn tối thiểu cũng như tỉ số dự trữ bắt buộc. Tính tới ngày 1 tháng 12 năm 2016, hệ thống ngân hàng Việt Nam hiện nay bao gồm sáu (6) ngân hàng thương mại nhà nước, ba mươi một (31) ngân hàng thương mại cổ phần, ba (3) ngân hàng liên doanh, và năm mươi tám (58) ngân hàng nước ngoài, chi nhánh hoặc văn phòng đại diện của ngân hàng nước ngoài.

Các ngân hàng nước ngoài gia nhập vào thị trường Việt Nam ban đầu bị giới hạn bằng việc chỉ được tham gia một phần nhỏ trong ngân hàng liên doanh, thành lập chi nhánh và văn phòng đại diện cho đến năm 2004, khi chính phủ Việt Nam sửa đổi Luật các tổ chức tín dụng năm 1998 nhằm tuân thủ các điều khoản của Hiệp Định Thương Mại Song Phương Việt – Mỹ. Luật sửa đổi này cho phép các chi nhánh ngân hàng Hoa Kỳ tại Việt Nam được quyền sở hữu 100 phần trăm tài sản của ngân hàng vào năm 2010. Việc sửa đổi luật pháp này đã đặt nền móng cho việc thành lập các ngân hàng 100% vốn nước ngoài của các nhà đầu tư nước ngoài từ bất kỳ nước nào. Đây là điều khoản cuối cùng trong các cuộc thương lượng để Việt Nam được gia nhập vào WTO năm 2007.

Ho và Baxter (2011) và những tài liệu cập nhật gần đây báo cáo rằng kể từ năm 2006, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã cấp giấy phép cho năm mươi tám (58) ngân hàng hoặc chi nhánh của ngân hàng có 100 phần trăm vốn nước ngoài. Trong những năm hạn chế hoạt động của mình, các ngân hàng 100 phần trăm vốn nước ngoài đã thu được lợi nhuận cao, một phần là do nhu cầu cao của các nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam để mở tài khoản tại các ngân hàng nước ngoài và sử dụng các dịch vụ tài trợ thương mại và ngoại hối của họ. Các ngân hàng này nay cũng đã hướng đến giới trung lưu đang phát triển ở Việt Nam như khách hàng tiềm năng cho các dịch vụ mà các ngân hàng nước ngoài được coi là có lợi thế cạnh tranh so với các ngân hàng trong nước, chẳng hạn như các dịch vụ ngân hàng bán lẻ và quản lý tài sản.

Hơn nữa, trong hơn hai thập niên qua, chính phủ Việt Nam đã tiến hành một loạt các cải cách để tăng cường khả năng hoạt động và hiện đại hóa ngành ngân hàng như là một động thái của Việt Nam để hướng tới một nền kinh tế theo định hướng thị trường. Hầu hết những cải cách này xuất phát từ các cam kết trong các hiệp định quốc tế mà Việt Nam đã ký kết và những nỗ lực liên tục để áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vốn quốc tế như Basel I và II vào hoạt động ngân hàng. Các mục tiêu của cải cách bao gồm tái cơ cấu hệ thống ngân hàng, mở cửa dần dần nền kinh tế cho đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, tư nhân hóa một phần của các ngân hàng nhà nước, và các biện pháp để tăng cường vốn của các ngân hàng Việt Nam.

Leung (2009) lập luận rằng bắt đầu đầu thiên niên kỷ mới, chương trình “Đổi mới 2” đã tạo điều kiện cho khu vực tư nhân trong nước phát triển và giảm phân biệt đối xử trong các hoạt động thương mại và đầu tư. Quá trình này bắt đầu với dự Luật Doanh Nghiệp trong năm 2000, Luật Doanh Nghiệp Thống Nhất trong năm 2005, Hiệp Định Thương Mại Song Phương Việt – Mỹ trong năm 2006, và hơn hết là khi Việt Nam gia nhập WTO trong năm 2007. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu trở thành một nền kinh tế công nghiệp hiện đại vào năm 2020 như Việt Nam đề xuất, nền kinh tế Việt Nam cần phải có nền tảng tổ chức công, có đẳng cấp thế giới, để bổ sung cho những khu vực kinh doanh tư nhân đang ngày một linh hoạt hơn. Vấn đề quan trọng và khó khăn nhất là hiệu quả hoạch định chính sách và quy chế khéo léo phải được cân bằng giữa lợi nhuận với mức độ rủi ro tương ứng, trong một cơ cấu quản lý công hướng đến mục tiêu ổn định xã hội và chính trị do Đảng lãnh đạo.

Song song với mở cửa thị trường ngân hàng quốc nội cho các đối tác nước ngoài, chính phủ đã cố gắng tăng cường khả năng cạnh tranh của các ngân hàng trong nước. Theo đó, tháng 5 năm 2006 chính phủ Việt Nam đã công bố kế hoạch “cổ phần hóa,” hay tư nhân hóa một phần các ngân hàng thương mại nhà nước nhằm giảm bớt quyền sở hữu của nhà nước xuống còn 51 phần trăm vào năm 2010. Ngoài ra, để thúc đẩy tiến trình cổ phần hóa, trong năm 2007 Việt Nam đã cho phép nâng tối đa cổ phần mà một nhà đầu tư chiến lược nước ngoài có thể giữ trong một ngân hàng thương mại trong nước, bao gồm các ngân hàng thương mại nhà nước, từ 10 phần trăm đến 15 phần trăm vốn điều lệ của ngân hàng.

Dù mục đích của Việt Nam là hoàn tất cổ phần hóa các ngân hàng thương mại nhà nước vào năm 2010, tính đến tháng 4 năm 2011 chỉ có hai ngân hàng: Vietcombank và Vietinbank đã bán thành công cổ phần cho các nhà đầu tư tư nhân. Vietcombank trở thành ngân hàng thương mại nhà nước đầu tiên phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng, bán cổ phần 6,5 phần trăm tương ứng 10,5 nghìn tỷ đồng (652 triệu USD) vào tháng 12 năm 2007. Tuy nhiên, điều đó vẫn chưa đủ để thu hút một nhà đầu tư chiến lược nước ngoài nào sẵn sàng để có số lượng 15 phần trăm cổ phần, một yêu cầu của kế hoạch cổ phần hóa của ngân hàng. Bởi vì ngân hàng không thỏa mãn kế hoạch cổ phần hóa này, trong tháng 12 năm 2009, chính phủ dừng kế hoạch tăng vốn thêm 1 nghìn tỉ đồng (48 triệu USD) của Vietcombank thông qua việc bán cổ phần cho cổ đông hiện hữu (Ho và Baxter, 2011).

Trong tương lai gần, Ho và Baxter (2011) phỏng đoán rằng Việt Nam sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức lớn khi tiếp tục các biện pháp cải cách và phát triển ngành ngân hàng. Tính đến tháng 12 năm 2011, thời hạn để thỏa mãn các yêu cầu vốn tối thiểu mới, cạnh tranh về vốn giữa các ngân hàng tăng lên. Nỗ lực huy động vốn để thỏa mãn các mức vốn tối thiểu đã gặp nhiều khó khăn hơn bởi sự sụt giảm trong giá trị cổ phiếu. Giá cổ phiếu thấp hơn cũng tạo ra khó khăn cho Việt Nam trong việc tiếp tục tìm kiếm cổ đông chiến lược để cung cấp đầu tư và chuyên môn cho các ngân hàng thương mại nhà nước mới được cổ phần hóa. Hơn nữa, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã công bố quy định hạn chế mới đối với đầu tư nước ngoài trong các ngân hàng thương mại nhà nước, đòi hỏi các nhà đầu tư nước ngoài muốn sở hữu 15 phần trăm cổ phần ngân hàng trong nước phải có ít nhất 20 tỷ USD tài sản. Quy định hạn chế này có thể sẽ giới hạn số lượng các nhà đầu tư tiềm năng và vì vậy có thể làm chậm quá trình cổ phần hóa hơn nữa.

Vuong và Napier (2013) chỉ ra rằng trong thập niên 2000-2010 Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cho phép tăng tín dụng với một tỷ lệ đáng kinh ngạc là 1.370 phần trăm, trong khi GDP tăng gấp đôi trong cùng giai đoạn. Mức độ tăng trưởng tín dụng này đã dẫn đến lạm phát cao trong thập niên, cao điểm đến 23 phần trăm trong năm 2008. Áp lực lạm phát đã buộc Ngân hàng Nhà nước thắt chặt thị trường tín dụng đẩy mức lãi suất tín dụng tăng cao đến 25 phần trăm. Do đó, chi phí lãi suất tín dụng cao đã dẫn đến kết quả là trên 100.000 doanh nghiệp phải đóng cửa từ đầu năm 2011 cho đến cuối năm 2012. Các doanh nghiệp đóng cửa hoạt động phần lớn là những doanh nghiệp tư nhân do không được nhận tài trợ tài chính từ chính phủ hay đặc quyền vay mượn từ ngân hàng quốc doanh. Các doanh nghiệp vỡ nợ hoặc đóng cửa chiếm từ 15 phần trăm đến 25 phần trăm tổng số doanh nghiệp Việt Nam (Vương, 2012).

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ CÁC ĐẶC ĐIỂM CỦA MÔ HÌNH PHÂN PHỐI TRỄ TỰ HỒI QUY

Trong suốt ba thập niên qua cảnh quan kinh tế quốc tế đã bị điểm bởi nhiều tình trạng hỗn loạn chính trị, kinh tế và xã hội trong khi mức độ toàn cầu hóa của các nền kinh tế trên thế giới đã đạt đến tầm cao mới. Trong bối cảnh quốc tế hóa này, hai cơn khủng hoảng nối tiếp với sự cộng hưởng của mức lan lây gần bằng ảnh hưởng của cơn đại khủng hoảng kinh tế thế giới vào những năm 1929-1933 là cơn khủng hoảng do nợ tài trợ bất động sản với thể chấp dưới tiêu chuẩn tại Mỹ năm 2008 và và tiếp theo là cơn khủng hoảng do nợ công quá cao tại Âu Châu.

Nền kinh tế Việt Nam đang biến đổi và hội nhập vào cộng đồng kinh tế thế giới, theo lý thuyết hướng ngoại phát triển của trường phái tân cổ điển, đương nhiên sẽ bị ảnh hưởng sâu đậm bởi các biến cố này. Do đó lĩnh vực ngân hàng Việt Nam đã bị lan lây bởi các biến cố nêu trên. Một trong những hệ lụy quan trọng của sự lan lây có thể là cấu trúc của các chuỗi lãi suất thời gian dài đã bị phá vỡ. Để tìm kiếm cho khả năng của bất kỳ sự phá vỡ cấu trúc nào của các chuỗi lãi suất thời gian dài bằng phương pháp nội sinh, bài viết này ước lượng phương trình do Perron (1997) triển khai bao gồm chức năng đánh chặn, dốc, và xu hướng thời gian dưới đây để thử nghiệm giả thuyết rằng cấu trúc của hai chuỗi số lãi suất thời gian đã bị phá vỡ và cũng để xác định thời điểm khi cấu trúc này bị phá vỡ, nếu có.

$$PT_t = \alpha_0 + \alpha_1 DU + \alpha_2 t + \alpha_3 DT + \alpha_4 D(T_b) + \alpha_5 PT_{t-1} + \sum_{i=1}^k \psi_i \Delta PT_{t-i} + \zeta_t \quad (1)$$

trong đó $DU = 1(t > T_b)$ là hằng số giả chỉ định mức độ sau khi cấu trúc của các chuỗi lãi suất thời gian đã bị phá vỡ của phí trung gian, PT_t ; t là một xu hướng thời gian tuyến tính; $DT = 1(t > T_b)$ là biến số giả chỉ định mức độ sau khi cấu trúc của các chuỗi lãi suất thời gian đã bị phá vỡ; $D(T_b) = 1(t = T_b + 1)$ là hằng số giả chỉ định thời điểm khi cấu trúc này bị phá vỡ; and ε_t là chuỗi số thời gian sai số. *Giả thuyết không (null hypothesis)* được nêu như $\alpha_5 = 1$. Thời điểm khi cấu trúc này bị phá vỡ, T_b , được lựa chọn dựa trên giá trị tối thiểu của thống kê t trong quá trình xét nghiệm (xem Perron, 1997, tr. 358-359)..

Bước kế tiếp trong quá trình nghiên cứu là xác định *tính dừng* của các chuỗi số liệu thời gian nội sinh i_t và độc lập r_t . Đồng thời để nghiên cứu mức độ và khả năng mà các ngân hàng thương mại Việt Nam điều chỉnh kê hờ lãi suất khi Ngân hàng Nhà nước thực thi chính sách tiền tệ phản chu kỳ bằng

cách thay đổi lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ, bài viết này dựa theo Wickens và Breusch (1988) để triển khai và ước lượng mô hình thực nghiệm **phân phối trễ tự hồi quy** [Autoregressive Distributed Lag - ARDL(n, m, w)] với các mối quan hệ giữa biến số nội sinh i_t và các biến số độc lập r_t cũng như biến số giả d_t được viết dưới dạng:

$$i_t = \mu + \sum_{j=1}^n \beta_j i_{t-j} + \sum_{k=0}^m \delta_k r_{t-k} + \sum_{s=0}^w \rho_s d_{t-s} + \varepsilon_t \quad (2)$$

trong đó biến số nội sinh i_t là lãi suất trung bình của các lãi suất mà các ngân hàng thương mại Việt Nam cho khách hàng vay; các biến số độc lập r_t là lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ quy định bởi Ngân hàng Nhà nước tại thời điểm t ; d_t là biến số giả có giá trị $d_t = 1$ bắt đầu từ tháng khi cấu trúc lãi suất bị phá vỡ cho đến cuối thời gian mẫu và $d_t = 0$ trong các tháng còn lại của thời gian mẫu. Và δ_0 là hệ số điều chỉnh kể từ lãi suất ngắn hạn – trong một tháng sau khi Ngân hàng Nhà nước thay đổi lãi suất chiết khấu. Theo lý thuyết thì hệ số điều chỉnh kể từ lãi suất ngắn hạn phải có giá trị lớn hơn không và nhỏ hơn hoặc bằng một, $0 < \delta_0 \leq 1$. Nếu $\delta_0 < 1$, thì mức độ điều chỉnh kể từ lãi suất ngắn hạn được cho là chậm chạp, và cũng còn thường được gọi là không hoàn chỉnh (stickiness). Trong khi đó, nếu $\delta_0 = 1$ thì mức độ điều chỉnh kể từ lãi suất ngắn hạn được cho là hoàn chỉnh.

Trong bài báo tiên phong khai sinh chủ đề này, Pesaran (1997) lập luận rằng mô hình phân phối trễ tự hồi quy được hiệu chỉnh như trên có một ưu điểm quan trọng là cho phép áp dụng để phân tích các chuỗi số liệu thời gian mà không cần phải kiểm định tính dừng. Yêu cầu kiểm định tính dừng của các chuỗi số liệu đã gây nhiều trở ngại cho các nghiên cứu thực nghiệm bởi vì khả năng kiểm định tính dừng của các chuỗi số liệu có mức hữu hiệu quá thấp. Tuy nhiên, để nghiên cứu các mối quan hệ dài hạn giữa chính sách tiền tệ và lãi suất cho vay trên thị trường, Pereira và Maia-Filho (2013) lập luận rằng phương pháp kiểm định mối quan hệ dài hạn dựa trên giả định rằng các biến số mang tính hội tụ $I(0)$ hoặc $I(1)$. Vì vậy, nghiên cứu này sử dụng phương pháp kiểm định phổ biến để kiểm tra tính dừng của các dữ liệu chuỗi thời gian, đó là phương pháp Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin và phương pháp Phillips-Perron.

Để ước lượng các hệ số của phương trình (2), Enders (2015) gợi ý quy trình lựa chọn dạng mô hình ARDL(n,m,w) theo các bước sau. Trước tiên, sử dụng tiêu chuẩn AIC (Akaike info criterion) để chọn giá trị lớn nhất khả thi của n , m và w cho độ trễ tối đa phù hợp cho các dạng mô hình ARDL(n,m,w). Kế đến, sử dụng giá trị thống kê Ljung-Box Q để kiểm tra các giả thuyết rằng phương sai của chuỗi số thời gian sai số $\{\varepsilon_t\}$ thay đổi.

Khi các hệ số của phương trình (2) đã được ước lượng bằng phương pháp thống kê theo quá trình trên, hệ số của khả năng điều chỉnh kể từ lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn, Φ , sẽ được ước tính theo công thức (3) như sau

$$\Phi = \frac{\sum_{k=0}^m \delta_k + \sum_{s=0}^w \rho_s}{1 - \sum_{j=1}^n \beta_j} \quad (3)$$

Berstein và Fuentes (2003) cho rằng Φ thường mang dấu đại số dương và có giá trị gần với 1. Nếu $\Phi = 1$ thì khả năng điều chỉnh kể từ lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn được cho là hoàn chỉnh và được xem như chứng cứ là hệ thống ngân hoạt động trong thị trường cạnh tranh. Trong khi đó nếu $\Phi < 1$, thì khả năng điều chỉnh kể từ lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn được cho là không hoàn chỉnh. Ngược lại, nếu $\Phi > 1$ thì khả năng điều chỉnh kể từ lãi suất của ngân hàng thương mại được cho là quá mức và được xem như là chứng cứ của một hệ thống ngân hoạt động trong thị

trường thiếu cạnh tranh. Sørensen and Werner (2006) lập luận rằng lý do cho sự thiếu cạnh tranh có thể do quan hệ chi phối của chính sách tiền tệ hoặc do cơ cấu của thị trường tài chính của quốc gia.

Do bản chất chuyển tiếp của nền kinh tế Việt Nam và như Nguyễn (2015) lập luận, để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, kiểm soát lạm phát, ổn định lãi suất, và bảo đảm sự ổn định của hệ thống tài chính, cũng như phải thi hành các trách nhiệm tài chính quốc tế, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam phải thỏa mãn nhiều mục tiêu trái ngược nhau như: (i) trợ cấp doanh nghiệp nhà nước kém hiệu quả, bao gồm cả các ngân hàng thương mại nhà nước với một số lượng nợ khó đòi rất lớn trong danh mục đầu tư, (ii) tài trợ các dự án phát triển công do chỉ định của quốc hội, (iii) tài trợ thâm hụt ngân sách quốc gia, và thâm hụt cán cân mậu dịch với Trung Quốc, và (iv) đảm bảo những nghĩa vụ tài chính công quốc tế khác. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng thường dùng mức đỉnh của lãi suất và nhiều biện pháp kiểm soát tín dụng *không thị trường* khác như là những công cụ để thi hành chính sách tiền tệ.

Do đó, một trong những trọng điểm của bài viết này là xem xét mối quan hệ dài hạn giữa lãi suất cho vay trên thị trường và chính sách tiền tệ. Để nghiên cứu mối quan hệ dài hạn giữa lãi suất cho vay và chính sách tiền tệ, phương pháp phân tích dựa theo Pereira và Maia-Filho (2013) và phương pháp kiểm định Pesaran, Shin và Smith (2001) được thực hiện.

$$\Delta i_t = \varphi + \sum_{j=1}^n \eta_j \Delta i_{t-j} + \sum_{k=0}^m \pi_k \Delta r_{t-k} + \sum_{s=0}^w \sigma_s \Delta d_{t-s} + \lambda_1 i_{t-1} + \lambda_2 r_{t-1} + \lambda_3 d_{t-1} + v_t \quad (4)$$

trong phương trình (4), ký hiệu Δ chỉ mức thay đổi giá trị của biến số giữa hai thời điểm liên tiếp nhau, với giả thuyết "*không có của mối quan hệ dài hạn*" giữa lãi suất cho vay và chính sách tiền tệ được thể hiện bằng đẳng thức $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = 0$. Giá trị *thống kê F* cho phép kiểm định giả thuyết bằng cách so sánh với các giá trị chuẩn được tính bởi bởi Pesaran, Shin và Smith (2001) để đưa đến kết luận bác bỏ hay không thể bác bỏ giả thuyết.

Nếu ước lượng giá trị *thống kê F* lớn hơn giới hạn trên của giá trị chuẩn, trị số này được ước tính dựa trên giả thuyết là cả hai chuỗi số liệu thời gian đều là $I(1)$, thì giả thuyết không rằng *không có mối quan hệ dài hạn* sẽ bị bác bỏ, tức là, có bằng chứng cho mối quan hệ dài hạn giữa hai chuỗi số thời gian i_t và r_t . Ngược lại, nếu giá trị F nhỏ hơn là giới hạn dưới của giá trị chuẩn, trị số này được ước tính dựa trên giả thuyết là cả hai chuỗi số liệu thời gian đều là $I(0)$, thì giả thuyết rằng *không có mối quan hệ dài hạn* sẽ không thể bị bác bỏ, tức là, không có bằng chứng hỗ trợ mối liên hệ dài hạn giữa hai chuỗi số liệu thời gian i_t và r_t . Căn cứ vào những dữ kiện về hệ thống ngân hàng Việt Nam ở phần trên, giả thuyết không có mối quan hệ dài hạn giữa lãi suất cho vay i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ r_t không phải là vô căn cứ.

SỐ LIỆU

Để ước lượng mức độ điều chỉnh kè hồ lãi suất trong ngắn và dài hạn của các ngân hàng thương mại Việt Nam, bài viết này sử dụng lãi suất cho vay trên thị trường Việt Nam i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương r_t từ tháng 1 năm 1996 đến tháng 3 năm 2016 để ước lượng bằng *mô hình phân phối trễ tự hồi quy*, được quy định bằng phương trình (2). Cả hai chuỗi số liệu lãi suất cho vay trên thị trường Việt Nam i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương r_t được thu thập từ nguồn Quỹ Tiền tệ Quốc tế.

Như đã trình bày trên, kiểm định sử dụng giá trị thống kê Bounds dựa trên giả định rằng các biến là $I(0)$ hoặc $I(1)$. Cho nên, *tính dừng* của lãi suất cho vay Việt Nam i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương r_t cần được xác định. Các kết quả của kiểm định tính dừng của lãi suất dựa theo kiểm định *Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin* (KPSS) và *Phillips-Perron* (PP) được tóm tắt trong **Bảng 1**. Kết quả cho phép kết luận rằng i_t là $I(1)$ và r_t là $I(0)$. Pereira và Maia-Filho (2013)

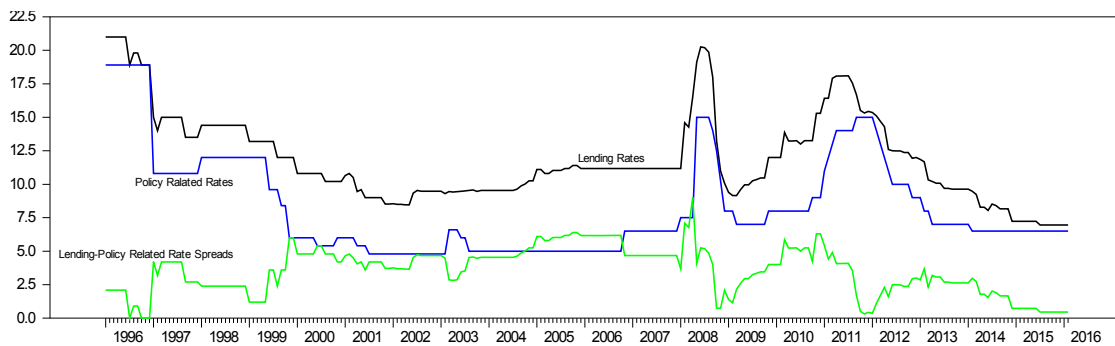
cho rằng theo các kết quả kiểm định của hai chuỗi số liệu thời gian i_t và r_t là thích hợp để phân tích mối quan hệ dài hạn giữa hai chuỗi số.

Bảng 1: Kết quả kiểm định KPSS và PP, số liệu từ tháng 1, 1996 đến tháng 3, 2016

Series	<i>Phillips-Perron</i>		<i>Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin</i>	
	Level	Differencing	Level	Differencing
i_t	-2,813991 ⁿ	-11,69140 ^y	0,375609 ⁿ	0,110233 ^y
r_t	-3,034581 ^y	-14,12675 ^y	0,337962 ^y	0,166549 ^y

Ghi chú: ⁿ và ^y tương ứng mang ý nghĩa không có tính dừng và có tính dừng.

Kết quả thống kê mô tả của các chuỗi số liệu cho thấy mức trung bình của lãi suất cho vay của Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu là 11,89%, mức thấp nhất của chuỗi số này là 6,96%, mức cao nhất của nó là 21,00%, với độ lệch chuẩn là 3,30 %. Trong khi đó, mức trung bình của lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước trong cùng thời gian là 8,32%, mức thấp nhất là 4,80% và mức cao nhất là 18,90%, với độ lệch chuẩn là 3,76%. Sau cùng, mối tương quan giữa hai chuỗi số liệu này là 88,50 %.



Nguồn: Dữ liệu từ cơ sở dữ liệu thống kê tài chính quốc tế, Quỹ Tiền tệ Quốc tế và tính toán của tác giả.

Hình1. Lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ, Lãi suất cho vay và Mức độ chênh lệch lãi suất từ tháng 1 năm 1996 cho đến tháng 3 năm 2016

CÁC KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH

Kết quả ước lượng của thử nghiệm Perron được tóm tắt được trong **Bảng 2**. Giá trị ước lượng của các hệ số cho các biến số $DU = 1(t > T_b)$, t , $D(T_b) = 1(t = T_b + 1)$ mang dấu đại số dương trong khi giá trị ước lượng cho các hệ số cho biến số $DT = 1(t > T_b)$ mang dấu đại số âm và tất cả các giá trị lượng ước toán đều mang ý nghĩa thống kê ở tầm quan trọng cấp độ 1%. Kết quả thực nghiệm từ các bài kiểm tra gợi ý rằng phí trung gian mà các ngân hàng thương mại thu trên thị trường cho vay theo một quá trình cố định với một xu hướng thời gian tuyến tính. Và cấu trúc này đã bị phá vỡ vào tháng 3 năm 2008. Đây có thể là ảnh hưởng của sự thắt chặt thị trường tín dụng đẩy mức lãi suất tín dụng tăng cao đến 25 phần trăm tại Việt Nam và hiện tình của nợ tài trợ bất động sản với thể chấp dưới tiêu chuẩn tại Hoa Kỳ đã làm chần động thị trường tài chính thế giới từ Á sang Âu, nêu trên.

Dựa theo kết quả trắc nghiệm Perron, biến số giả d_t sẽ có giá trị là 1 từ tháng 3 năm 2008 cho đến tháng 3 năm 2016 và giá trị 0 từ tháng 1 năm 1996 cho đến tháng 2 năm 2008. Lãi suất cho vay trên thị trường Việt Nam i_t , lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương r_t và biến số giả d_t từ tháng 1 năm 1996 đến tháng 3 năm 2016 đã được sử dụng để ước lượng các

hệ số của **mô hình phân phối trễ tự hồi quy**, được quy định bằng phương trình (2). Kết quả ước tính của mô hình (2) được tóm tắt trong **Bảng 3**, giá trị thống kê t được trình bày trong dấu ngoặc đơn.

Bảng 2: Kết quả thử nghiệm Perron, dữ liệu từ Việt Nam từ tháng 1 năm 1996 đến tháng 3 năm 2016

$PT_t = 0,58281 + 1,59356 DU + 0,00760 t - 0,01519 DT + 2,76254 D(T_b) + 0,72475 PT_{t-1} + \nu_t$
(3,73425*) (2,41135*) (4,00830*) (-3,56481*) (3,73727*) (15,60214*)
Hiệu định độ trễ : $k = 5$ Cấu trúc lãi suất bị phá vỡ : tháng 3, 2008 $t(\alpha = 1) = -5,92557 *$

Ghi chú: Các giá trị quan trọng cho thống kê t trong ngoặc đơn. Giá trị quan trọng dựa trên $n = 100$ mẫu cho thời điểm khi cấu trúc lãi suất bị phá vỡ (Perron, 1997). "*" chỉ ra ý nghĩa thống kê ở tầm quan trọng cấp độ 1%.

Như được thảo luận trong phần phương pháp nghiên cứu và các đặc điểm của mô hình phân phối trễ tự hồi quy, dựa trên thông tin về giá trị của tiêu chuẩn Akaike, quy trình xác định các giá trị tối ưu là $n = 1$, $m = 2$, $w = 9$; do đó mô hình ARDL (1, 2, 9) sẽ được sử dụng trong phần còn lại của bài viết này.

Bảng 3: Kết quả ước lượng của hình ARDL (1, 2, 9), số liệu từ tháng 1, 1996 đến tháng 3, 2016

$i_t = 0,265385 + 0,979050i_{t-1} + 0,358264r_t - 0,224375r_{t-1} - 0,137018r_{t-2} - 0,266148d_t + 2,586658d_{t-1} - 2,317411d_{t-2}$
(1,584671) (45,62474*) (4,653247*) (-2,360572*) (-3,048555*) (-3,902836*) (365,2756*) (-4,044699*)
$+ 0,286984d_{t-3} - 0,144289d_{t-4} - 0,271257d_{t-5} - 1,178650d_{t-6} - 2,605947d_{t-7} + 2,693208d_{t-8} + 1,193870d_{t-9} + \varepsilon_t$
(0,399688) (-0,432867) (-210,6810*) (-15,434338*) (-41,41376*) (26,90224*) (7,773740*)
Akaike info criterion = 1,378211 Schwarz criteria = 1,600381
$Q_{LB(12)} = 13,8990[0,307177]$ Log Likelihood = -145,5616 $F_{(14,218)} = 615,4520 * \bar{R}^2 = 0,973739$

$$F_{(1,218)} = 2.488,94403 * \text{kiểm định giả thuyết: } H_0 : \delta_0 = 1$$

$$F_{(1,218)} = 57,4428 * \text{kiểm định giả thuyết: } H_0 : \delta_0 = 0$$

$$F_{(2,218)} = 40,36672 * \text{kiểm định giả thuyết: } H_0 : \delta_1 = \delta_2 = 0$$

$$F_{(1,218)} = 0,31458 \text{ kiểm định giả thuyết: } H_0 : \rho_0 = 0$$

$$F_{(9,218)} = 11,42690 * \text{kiểm định giả thuyết } H_0 : \rho_1 = \rho_2 = \rho_3 = \rho_4 = \rho_5 = \rho_6 = \rho_7 = \rho_8 = \rho_9 = 0$$

$$F_{(1,218)} = 1.548,12725 * \text{kiểm định giả thuyết: } H_0 : \beta_1 = 0$$

$$F_{(1,218)} = 939,75665 * \text{kiểm định giả thuyết: } H_0 : \Phi = 1$$

Ghi chú: "*" chỉ mức độ ý nghĩa 1 phần trăm.

Phân tích kết quả ước lượng ở **Bảng 3** cho thấy giá trị của thống kê F từng phần, $F_{(1,218)} = 2.488,94403$ cho phép bác bỏ giả thuyết rằng hệ số của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại trong ngắn hạn, $\delta_0 = 0,358264$, bằng 1. Giá trị của thống kê F từng phần,

$F_{(1,218)} = 57,4428$ cho phép bác bỏ giả thuyết cho rằng hệ số về mức độ của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại trong ngắn hạn δ_0 bằng 0. Kết quả kinh định bác bỏ cả hai giả thuyết về hệ số của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại ngắn hạn cho kết luận rằng $0 < \delta_0 < 1$. Kết quả kiểm định cho phép kết luận rằng khả năng điều chỉnh lãi suất ngắn hạn của ngân hàng thương mại trong hệ thống ngân hàng Việt Nam là không hoàn chỉnh (stickiness). Kết quả mô hình còn cho kết luận rằng một tháng sau khi ngân hàng trung ương thay đổi lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam chỉ điều chỉnh lãi suất cho vay khoảng 35,83% của mức độ thay đổi lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ trên thị trường tính dụng.

Hơn nữa, giá trị của thống kê F từng phần, $F_{(2,218)} = 40,36672$, còn cho thấy rằng ngoài mức độ lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ hiện tại của Ngân hàng Nhà nước, mức độ của lãi suất này trong hai tháng vừa qua ảnh hưởng một cách đáng kể vào lãi suất cho vay hiện thời trên thị trường tài chính Việt Nam. Tương tự, giá trị của thống kê F từng phần $F_{(1,218)} = 1.548,12725$ cho thấy lãi suất cho vay của các ngân hàng thương mại hiện nay bị ảnh hưởng bởi mức độ của chính nó trong tháng trước đó.

Ngoài ra, các kết quả dự báo của phương trình (2) ở **Bảng 3** còn cho thấy mức độ của khả năng điều chỉnh kờ lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn, Φ , được ước tính là -1,246348. Giá trị của thống kê F , $F_{(1,218)} = 939,75665$ cho phép bác bỏ giả thuyết rằng hệ số của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn là hoàn chỉnh, $\Phi = 1$. Kết quả này cho phép kết luận rằng khả năng điều chỉnh lãi suất cho vay của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam là không hoàn chỉnh (stickiness) ngay cả trong dài hạn.

$$\Phi = \frac{\sum_{k=0}^m \delta_k + \sum_{s=0}^w \rho_s}{1 - \sum_{j=1}^n \beta_j} = \frac{-0,003129 - 0,022982}{1 - 0,979050} = -1,246348$$

Bảng 4: Kết quả ước lượng của phương trình cho Bounds test, số liệu từ tháng 1, 1996 đến tháng 3, 2016

$$\Delta t_i = 0,265385 + 0,358264 \Delta r_i + 0,137018 \Delta r_{i-1} - 0,266148 \Delta d_i + 2,343492 \Delta d_{i-1} + 0,026082 d_{i-2} + 0,313065 \Delta d_{i-3} + 0,168776 \Delta d_{i-4}$$

(1,595915) (7,579103*) (3,158240*) (-0,560873) (+4,883097*) (0,044597) (0,539534)
0,348270)

$$-0,102481 \Delta d_{i-5} - 1,281131 \Delta d_{i-6} - 3,887078 \Delta d_{i-7} - 1,193870 \Delta d_{i-8} - 0,020959 r_{i-1} - 0,003129 r_{i-1} - 0,022983 d_{i-1} + v_i$$

(-0,211600) (-2,639095*) (8,035196*) (-2,472365*) (-0,841956) (-0,139742) (-0,312378)

$$\text{Akaike info criterion} = 1,378211 \quad \text{Schwarz criteria} = 1,600381$$

$$Q_{LB(12)} = 14,022[0,299287] \quad \text{Log Likelihood} = -145,5616 \quad F_{(5,230)} = 1.858,606^* \quad \bar{R}^2 = 0,545398$$

Giá trị thống kê F của kiểm định Bounds ARDL(1,2,9): $F_{(13,219)}\text{-statistic} = 1.099612$

Lưu ý: "*" và "***" chỉ mức độ ý nghĩa 1 phần trăm và 10 phần trăm, tương ứng.

Giới hạn cao $I(1)$ và thấp $I(0)$ của giá trị chuẩn để so sánh thống kê từ cuộc thử nghiệm.

10 phần trăm: $I(0) = 2,63$, $I(1) = 3,35$; 5 phần trăm: $I(0) = 3,10$, $I(1) = 3,87$;

1 phần trăm: $I(0) = 4,13$, $I(1) = 5,00$.

Cuối cùng, để kiểm định giả thuyết "*không có mối quan hệ dài hạn*" giữa lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước và lãi suất cho vay trên thị trường tài chính Việt Nam, $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = 0$, hệ số của phương trình (4) phải được ước toán và thống kê F phải được chiết tính. Kết quả ước lượng của các hệ số của phương trình (4) và giá trị thống kê F của kiểm định Bounds cho ARDL (1, 2, 9) liên quan đến chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương và lãi suất cho vay của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam được tóm tắt trong **Bảng 4**.

Giá trị của thống kê, $F_{(13,219)} = 1,099612$ được so với giới hạn dưới của giá trị chuẩn $I(0)$ được thiết lập bởi bởi Pesaran, Shin và Smith (2001) ở mức ý nghĩa 5% (có giá trị là 3,10) không cho phép bác bỏ giả thuyết $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = 0$. Như vậy, kết quả ước lượng không cho phép kết luận có mối liên hệ dài hạn giữa lãi suất cho vay i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ hoặc còn được gọi là tỷ lệ chiết khấu của ngân hàng trung ương r_t trên thị trường tài chính Việt Nam từ tháng 1 năm 1996 đến tháng 3 năm 2016.

5. THẢO LUẬN VỀ KẾT QUẢ THỰC NGHIỆM

Kết quả *mô hình phân phối trễ tự hồi quy* đưa đến kết luận rằng mức độ của khả năng điều chỉnh kê hờ lãi suất trong ngắn hạn của các ngân hàng thương mại Việt Nam tương đối cao so với mức độ điều chỉnh kê hờ lãi suất của các quốc gia phát triển và các quốc gia đang phát triển (Alencar, 2011; Pereira và Maia-Filho, 2013, Nguyễn, 2016; Wickens và Breusch, 1988). Kết quả này phù hợp với quan sát thực tiễn rằng các ngân hàng thương mại tại Việt Nam hoạt động trong thị trường thiếu cạnh tranh. Kết quả thực nghiệm cũng phù hợp với lập luận của Sørensen và Werner (2006) cho rằng mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng quốc gia là yếu tố quyết định quan trọng nhất ảnh hưởng đến tốc độ và khả năng điều chỉnh kê hờ lãi suất của ngân hàng thương mại.

Hệ số của khả năng điều chỉnh kê hờ lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn được ước lượng ở mức -1,246348 tương đương -124,64%. Mức độ của khả năng điều chỉnh kê hờ lãi suất của ngân hàng thương mại mang dấu âm như trường hợp của Việt Nam là tương đối hiếm nhưng **không phải chưa từng thấy**. Pereira và Maia-Filho (2013) chỉ và cung cấp bằng chứng thực nghiệm rằng ngân hàng thuộc sở hữu nhà nước và tư nhân ở Brazil cũng có hành vi điều chỉnh kê hờ lãi suất tương tự cả về mức độ lẫn dấu đại số trong giai đoạn bất ổn tài chính tại đất nước này từ tháng 5 năm 2006 đến tháng 3 năm 2010. Tuy nhiên, thực trạng này đã vô hiệu hoá chính sách tiền tệ phản chu kỳ tại Brazil trong giai đoạn khó khăn của quốc gia tại Châu Mỹ Latin này. Cảnh huống này đã buộc Bộ trưởng Tài chính Fernando Henrique Cardoso dưới thời Tổng thống Itamar Franco của Brazil triển khai và thực thi chương trình cải tổ sâu rộng và toàn diện của nền kinh tế quốc gia được gọi là chương trình cải tổ Plano Real hoặc Real Plan (Wells Fargo Securities, 2011).

Hơn nữa, quá trình ước lượng các hệ số cho *mô hình phân phối trễ tự hồi quy* chỉ giữ lại *độ trễ thứ nhất và thứ hai* của lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ *có nghĩa là* quá trình điều chỉnh kê hờ lãi suất của ngân hàng thương mại được hoàn thành trong vòng ba tháng sau khi Ngân hàng Nhà nước thực thi *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* bằng cách áp dụng mức lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ. Đây là một thời gian điều chỉnh rất ngắn so với thời gian điều chỉnh tại hầu hết các nền kinh tế trên thế giới. Thời gian điều chỉnh ngắn hạn với mức độ tương đối cao cùng với hệ số điều chỉnh dài hạn mang dấu âm hàm ý rằng ban đầu ngân hàng thương mại đã phản ứng quá mức đối với *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* và nhanh chóng điều chỉnh mức phản ứng quá mức của họ trong vòng một khoản thời gian ba tháng.

Trong khi đó, kết quả trắc nghiệm thực nghiệm còn cho thấy rằng độ trễ thứ nhất đến thứ chín của biến số giả d_t đã ảnh hưởng đến lãi suất cho vay trong thị trường tài chính Việt nam. Các kết quả trắc nghiệm thực nghiệm trên có thể diễn dịch là hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trung bình mất khoảng chừng 10 tháng để đưa phí trung gian về mức quân bình mới khi phí trung gian bị đẩy ra ra khỏi quỹ đạo quân bình hiện tại bởi các biến động kinh tế. Trong khi đó, các ngân hàng này trung bình mất khoảng chừng 3 tháng để đưa phí trung gian về mức quân bình mới khi phí trung gian bị đẩy ra ra khỏi quỹ đạo quân bình hiện tại bởi chính sách tiền tệ phản chu kỳ của ngân hàng trung ương.

Kết quả lưu giữ duy nhất hai độ trễ của lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ trong mô hình ARDL cảnh báo trước kết quả kiểm định có thể dẫn đến kết luận rằng “*không có của mối quan hệ dài hạn*” giữa lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ và lãi suất cho vay trên thị trường Việt Nam. Kiểm định bác bỏ giả thuyết này có thể được hiểu như là các ngân hàng thương mại thiếu niềm tin vào chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước. Kết quả này không phải là một bất ngờ như Nguyên (2015) đã lập luận rằng để đáp ứng nhiều mục tiêu trái ngược nhau, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã phải sử dụng chính sách tiền tệ phản chu kỳ tùy tiện (on-again, off-again) đưa đến thực trạng bất ổn là giai đoạn lạm phát cao tiếp theo ngay đó là giai đoạn khan hiếm tín dụng cùng lãi suất cao trên thị trường tài chính và tỉ lệ thất nghiệp cao trong thị trường lao động. Thực trạng bất ổn này gợi lại cho chúng ta câu nói rất phổ biến ở Texas là “*nếu bạn không thích thời tiết tại Texas; đừng lo lắng, nó sẽ thay đổi*”, chỉ khác là trong lĩnh vực ngân hàng ở Việt Nam, câu nói này sẽ là cái gì đó như “*nếu bạn không thích chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; đừng lo lắng, nó sẽ thay đổi sớm thôi*”. Điều này có thể là lý do tại sao chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam trong thời gian qua đã làm mất niềm tin đối với các ngân hàng thương mại và đã đưa đến hiện trạng tài chính diễn tả bởi kết quả của các trắc nghiệm thực nghiệm nêu trên.

Hơn nữa, kết quả không có mối quan hệ dài hạn dài hạn giữa lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước và lãi suất cho vay cũng như thời gian điều chỉnh cực kỳ ngắn của ngân hàng thương mại cũng có thể là do tính chất không nhất quán của *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* của Ngân hàng Nhà nước. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam rất thường xuyên thay đổi chính sách tiền tệ hiện hành bằng một chính sách mới và hoàn toàn khác biệt hoặc trái ngược với chính sách hiện hành nhằm thi hành trách nhiệm bắt buộc bởi các thỏa thuận hay hiệp định thương mại quốc tế hoặc để theo đuổi một mục tiêu chính trị hay kinh tế ngắn hạn mới. Để thi hành trách nhiệm bắt buộc, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam phải bỏ dở hoặc tạm dừng mục tiêu còn dang dở của chính sách tiền tệ hiện hành, đặc biệt là phải bỏ dở hay tạm dừng các mục tiêu như quân bình giá cả, lãi suất, hay tỉ giá ngoại hối, giải quyết thất nghiệp. Do đó, ngân hàng thương mại không thể dựa vào chính sách tiền tệ và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước để quyết định mức lãi suất cho vay trên thị trường tài chính trong dài hạn.

Ngoài ra, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam tiếp nhận càng nhiều thành viên mới là ngân hàng nước ngoài và ngay cả ngân hàng trong nước nay cũng trở nên tiến bộ, linh hoạt và hoàn thiện hơn trong khả năng quản lý và điều hành tài chính. Do đó, ngân hàng thương mại ở Việt Nam có thể dự đoán rằng chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương Việt Nam sẽ được đảo ngược nhanh chóng để đối diện hoặc ít nhất để giải quyết vấn đề cấp bách khác. Vì vậy, ngân hàng thương mại Việt Nam phải triển khai chiến lược và chiến thuật của chính sách cho vay của họ để duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường cho vay và tối ưu hóa thu nhập lợi nhuận lãi suất từ danh mục cho vay của họ. Trong khi triển khai quá trình quản trị này, các ngân hàng thương mại không thể tin vào chính sách tiền tệ dài hạn của Ngân hàng Nhà nước, đưa đến hiện trạng là không có mối quan hệ dài hạn giữa lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ và lãi suất cho vay trên thị trường tài chính Việt Nam.

6. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Để nghiên cứu thực nghiệm mức độ của khả năng điều chỉnh kẻ hở lãi suất trong ngắn và dài hạn của các ngân hàng thương mại Việt Nam, bài viết này sử dụng lãi suất cho vay Việt Nam i_t và lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ hoặc còn được gọi là tỷ lệ chiết khấu của ngân hàng trung ương r_t từ tháng 1 năm 1996 đến tháng 3 năm 2016 sử dụng *mô hình phân phối trễ tự hồi quy* (phương trình 2). Tất cả các chuỗi số dữ liệu được thu thập từ Quỹ Tiền tệ Quốc tế.

Kết quả ước lượng cho thấy rằng khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại trong ngắn hạn là không hoàn chỉnh (stickiness) nhưng tương đối cao so mức độ được báo cáo tại nhiều quốc gia khác trên thế giới. Kết quả ước lượng còn cho thấy rằng một tháng sau khi ngân hàng trung ương thay đổi lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam chỉ điều chỉnh lãi suất cho vay khoảng 35,83% của mức độ thay đổi lãi suất liên quan đến chính sách tiền tệ trên thị trường tín dụng.

Hệ số của khả năng điều chỉnh lãi suất của ngân hàng thương mại trong dài hạn mang dấu âm ở mức -1,246348 hay -124,64% là tương đối hiếm nhưng **không phải chưa từng thấy**. Tương tự, Pereira và Maia-Filho (2013) báo cáo rằng hiện tượng này đã xảy ra tại Brazil từ tháng 5 năm 2006 đến tháng 3 năm 2010. Tuy nhiên, kết quả này cùng với mức độ ảnh hưởng của *độ trễ thứ nhất đến thứ chín* của biến số giả d_t trên lãi suất cho vay ở Việt Nam chỉ ra những thử thách mà Ngân Hàng Nhà Nước Việt Nam phải giải quyết và khó khăn trong quá trình triển khai và thực thi *chính sách tiền tệ phản chu kỳ*. Thực ra, các kết quả trắc nghiệm thực nghiệm này là dấu hiệu cho rằng chính sách tiền tệ phản chu kỳ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam không có hiệu quả trong giai đoạn nghiên cứu.

Nền kinh tế Việt Nam vẫn còn trong thời kỳ chuyển đổi với hạ tầng cơ sở còn thấp kém, hầu hết cơ sở sản xuất và cung cấp dịch vụ thuộc lãnh vực quốc doanh đang trong quá trình cổ phần hóa và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam được ủy thác trách nhiệm đáp ứng nhiều mục tiêu trái ngược nhau như: (i) trợ cấp doanh nghiệp quốc doanh không hiệu quả, bao gồm ngân hàng thương mại nhà nước với một vốn lớn nợ khó đòi, (ii) tài trợ những dự án phát triển công, (iii) tài trợ thâm hụt ngân sách quốc gia và thanh toán thâm hụt cán cân mậu dịch quốc tế rất lớn với Trung Quốc, và (iv) đảm bảo những trách nhiệm tài chính và nghĩa vụ quốc tế.

Như đã trình bày trên, kết quả kiểm định xác nhận kỳ vọng là không có mối liên hệ dài hạn giữa chính sách tiền tệ phản chu kỳ của Ngân hàng Nhà nước và lãi suất cho vay trên thị trường tài chính. Kết quả này có thể là do các ngân hàng thương mại thiếu niềm tin vào chính sách tiền tệ không nhất quán để theo đuổi mục tiêu mới vừa được ủy nhiệm khi mục tiêu của chính sách hiện tại đang còn dang dở. Những kết quả được báo cáo trên có thể không phải là hiệu quả mong muốn của chính sách tiền tệ quốc gia. Tuy nhiên, những sự kiện này là rất hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách tiền tệ trong quá trình xây dựng và thực hiện *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* bởi vì chúng báo trước trước cho các nhà hoạch định chính sách những thách thức mà họ phải vượt qua.

Về vấn đề kiến nghị liên quan đến chính sách, một trong những lý do chính làm cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam dễ mất lòng tin đối với các ngân hàng thương mại là vì cơ quan tài chính này được ủy thác trách nhiệm đáp ứng nhiều mục tiêu trái ngược nhau như để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, kiểm soát lạm phát, ổn định tỷ giá hối đoái và duy trì sự ổn định của hệ thống tài chính trong một nền kinh tế chuyển đổi. Để cố gắng giải quyết những vấn đề nan giải, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã phải sử dụng chính sách tiền tệ phản chu kỳ không nhất quán dẫn đến kết quả là nền kinh tế trải qua một thời kỳ lạm phát cao tiếp theo ngay sau đó là thị trường tín dụng bị thắt chặt và lãi suất tín dụng tăng cao, nhiều doanh nghiệp bị phá sản và tỉ lệ thất nghiệp cao trên thị trường lao động.

Lý thuyết đã chứng minh và các bằng chứng thực nghiệm đã chỉ ra rằng phát triển hệ thống tài chính, mà hệ thống ngân hàng thương mại là tim mạch của thị trường, là yếu tố tối cần thiết để gia tăng và phát triển mức độ tiết kiệm, đầu tư, phát triển kinh tế và tiến bộ xã hội của quốc gia. Do đó, để khắc phục các

vấn đề hiện tại, Việt Nam cần phải nghiêm túc cải cách sâu rộng và toàn diện nền kinh tế đang chuyển đổi, gồm cả cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước với tầm cỡ của chương trình cải tổ Plano Real tại Brazil, để ngân hàng trung ương có thể có uy tín hầu hoạt động một cách hữu hiệu hơn, trong viễn cảnh là nền kinh tế Việt Nam sẽ trở nên thị trường hóa hơn do thúc đẩy bởi các hiệp thương quốc tế và khu vực mà Việt Nam đã và sẽ tham gia.

Cuối cùng, các khu vực không chính thức hoặc nền kinh tế ngầm tại Việt Nam cung cấp một số khoản tín dụng rất lớn cho nền kinh tế Việt Nam. Lượng kiều hối rất lớn của người Việt ở nước ngoài gửi về Việt Nam khoảng 6 phần trăm của GDP của cả nước. Ví dụ, trong năm 2013, số tiền này là 11 tỷ đô la so với GDP của đất nước là 170 tỷ đô la. Hai nguồn tài chính đáng kể này làm giảm mức độ hữu hiệu mong muốn của *chính sách tiền tệ phản chu kỳ* của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng như kế hoạch đầu tư và quản trị tài chính của các ngân hàng thương mại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alencar, L. S. 2003. O pass-through da taxa básica: Evidência para as taxas de juros bancárias. In: Banco Central do Brasil. *Relatório de Economia Bancária e Crédito*, pp. 90–100.

2. Bagliano, F.C., Dalmazzo, A., and Marini, G. 2000. Bank competition and ECB's monetary policy.
 - a. *Journal of Banking and Finance*, 24, pp. 967–983.
3. Bernanke, B. and Gertler, M. 1995. Inside the black box: The credit channel of monetary policy transmission. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 9, pp. 27–48.
4. Bernstein, S., and Fuentes, R. 2003. From Rate to Bank Lending Rate: The Chilean Banking Industry. LACEA Papers and Proceedings, Mexico, 30p.
5. Borio, C. and Fritz, W. 1995. The response of short-term bank lending rates to policy rates: a cross-country perspective. BIS Working Papers, No 27.
6. Calem, P. and Mester, L. 1995. Consumer Behaviour and the Stickiness of Credit-Card Interest Rates. *The American Economic Review*, Vol. 85 No. 5, pp. 1327 - 1336.
7. Coelho, C., DeMello, J. and Garcia, M. 2010. Identifying the bank lending channel in Brazil through data frequency. *Economía, the journal of LACEA*, 10, pp. 47–79.
8. Cottarelli, C., and Kourelis, A. 1994. Financial Structure, bank lending rates, and the transmission mechanism of monetary policy. IMF Staff Papers 41(4), pp. 587-623.
9. Enders, W. (2015). *Applied Econometric Time Series*. 4th edition, John Wiley and Sons, Inc. Hoboken, New Jersey, USA.
10. Engle, R and Granger, C. 1987. Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, Vol. 55, pp 251–76.
11. Espinosa-Vega, M. and Rebucci, A. 2003. Retail bank interest rate pass-through: Is Chile atypical?
 - a. IMF Working Paper 03/112, 35p.
12. European Central Bank. 2003. New ECB statistics on MFI interest rates. *Monthly Bulletin*, December.
13. Gambacorta, L. 2008. How do banks set interest rates? *European Economic Review*, Vol 52, pp 792–819.
14. Hannan, T. and Berger, A. 1991. The Rigidity of Prices: Evidence from the Banking Industry. *American Economic Review*, Vol. 81 No. 4, pp. 938 - 945.
15. Ho, A. and Baxter, A. 2011. Banking Reform in Vietnam. *Asia Focus*, Country Analysis Unit, Federal Reserve Bank of San Francisco, USA.
16. Hofmann, B. and Mizen, P. 2004. Interest rate pass-through and monetary transmission: Evidence from individual financial institutions' retail rates. *Economica*, 71(1), pp. 99-123.
17. Hutchison, D. 1995. Retail Bank Deposit Pricing: An Intertemporal Asset Pricing Approach. *Journal of Money, Credit, and Banking*, Vol. 27 No. 1, pp. 217 - 231.
18. Illes, A. and Lombardi, M. (2013). Interest Rate Pass-through since the Financial Crisis. Bank of International Settlements Quarterly Review, September 2013.
www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1309g.pdf
19. Leung, S. 2009. Banking and Financial Sector Reforms in Vietnam', *ASEAN Economic Bulletin*, Volume 26, Number 1, April 2009, pp. 44-57.
20. Maliszewski, W., Alslanald, S. Caparusso, J., Garrido, J., Guo, S., Kang, J.S., Lam, W.R., Law, T.D., Liao, W., Renak, N., Wingender, P., Yu, J., and Zhang, L. 2015. Resolving China's Corporate Debt Problem, IMF Working Paper No. WP/16/2003.

21. McKinnon, R.I. 1973. *Money and Capital in Economic Development*. Washington, DC: Brookings Institute.
22. Mojon, B., 2000. Financial structure and the interest rate channel of ECB monetary policy.
 - a. European Central Bank Working Paper Series 40, 45p.
23. Neumark, D. and Sharpe, S.A. 1992. Market structure and the nature of price rigidity: Evidence from the market for consumer deposits. *Quarterly Journal of Economics*, 107, pp. 657-680.
24. Nguyễn, C. V. 2016. The Brazilian Interest Rate Pass- Through, presented at the fall 2016 *International Conference, Academy of Business Research*, November 2-4, 2016, San Antonio, Texas.
25. Nguyễn, C. V. 2015. Vietnam Needs to Bring the Dong Down. East Asia Forum, (July 4, 2015), <http://www.eastasiaforum.org/author/chu-nguyen/>
26. Nguyễn, C. V. 2015. The Vietnamese Lending Rate, Policy Related Rate, and Monetary Policy Post 1997 Asian Financial Crisis. *Cogent-Economics & Finance*, 3(1), Routledge-Taylor & Francis Group, <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23322039.2015.1007808>.
27. Patrick, H.T. 1966. Financial Development and Economic Growth in Underdeveloped Countries. *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 14, No 2, pp.174–89.
28. Pereira, C.M. and Maia-Filho, L.F. 2013. Brazilian Retail Banking and the 2008 Financial Crisis: Were the Government-Controlled Banks that Important? *Journal of Banking & Finance*, Vol. 37(7), pp. 2210-2215.
29. Pesaran, M. H. 1997. The Role of Economic Theory in Modelling the Long Run. *The Economic Journal*, Vol. 107, No. 440 (Jan., 1997), pp. 178-191
30. Rosen, R. 2002. What Goes Up Must Come Down? Asymmetries and Persistence in Bank Deposit Rates. *Journal of Financial Services Research*, Vol.21 No.3, pp. 173 – 193.
31. Sander, H. and Kleimeier, S. 2004. Convergence in euro-zone retail banking? What interest pass-through tells us about monetary policy transmission, competition, and integration. *Journal of International Money and Finance*, 23, pp. 461-492.
32. Schumpeter, J.A. 1912. *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*, Leipzig: Duncker and Humblot'. Revised English translation by Redvers Opie. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
33. Sørensen, C. K. and Werner, T. 2006. Bank interest rate pass-through in the Euro area: A cross country comparison. European Central Bank Working Paper Series 580, 63p.
34. Stiglitz, J. and Weiss, A. 1981. Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *American Economic Review*, Vol.71 No.3, pp. 393 – 410.
35. Tonooka, E. K., Koyama, S. M. 2003. Taxa de juros e concentração bancária no Brasil. Trabalho para Discussão Banco Central do Brasil 62, 35p.
36. Toolsema, L. A. 2004. Monetary policy and market power in banking. *Journal of Economics*, 83, pp. 71–83.
37. Vưong, Q. H. 2012. Vietnam's economic challenges. *Stratfor Global Intelligence*. Retrieved February 20, 2013, from <http://www.stratfor.com/other-voices/vietnams-economic-challenges>.
38. Vưong, Q.H. and Napier, N.K. 2013. Resource Curse or Destructive Creation in Transition Turmoil (May 2, 2013). *China-USA Business Review*, Vol. 12, No. 5, pp. 486-493. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2260037>.
39. Wells Fargo Securities 2011. The Brazilian Exchange Rate Conundrum. Economics Group, Special Commentary, This report is available on wellsfargo.com/economics and on Bloomberg WFEC.

40. Weth, M. 2002. The Pass-Through from Market Interest Rates to Bank Lending Rates in Germany. Volkswirtschaftliches Forschungszentrum der Deutschen Bundesbank, Discussion paper Series 1, 11.
41. Wickens, M. and Breusch, T. 1988. Dynamic specification, the long run and the estimation of transformed regression models. *Economic Journal*, 98, pp. 189-205.

MỨC ĐỘ CẠNH TRANH, MỨC ĐỘ TẬP TRUNG VÀ MỐI QUAN HỆ GIỮA CHÚNG TRONG HỆ THỐNG NHTM VIỆT NAM

Huỳnh Việt Khải^{1,*} Cao Văn Tài¹ và Phạm Lê Đông Hậu¹

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ

*Tác giả nhận phản hồi: (hvkhai@ctu.edu.vn)

TÓM TẮT

Bài nghiên cứu sử dụng các chỉ số đo lường mức độ tập trung (CR3, CR5, HI) và mức độ cạnh tranh (giá trị thống kê H), cùng với mô hình OLS đơn giản để xem xét mối quan hệ giữa hai đại lượng. Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ tập trung trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam nằm trong ngưỡng cho phép. Đồng thời, giá trị thống kê H trong giai đoạn 2002-2014 bằng 0,415 cho thấy cấu trúc hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam là mô hình cạnh tranh bán độc quyền. Sự biến động của giá trị thống kê H qua ba thời đoạn 2002-2008, 2009-2011, 2012-2014 nói lên rằng mức độ cạnh tranh của thị trường các ngân hàng thương mại Việt Nam tăng theo thời gian nhưng vẫn còn thấp hơn so với trung bình các nước khu vực. Sự biến động của giá trị thống kê H theo nhóm ngân hàng cũng chỉ ra rằng nhóm các ngân hàng thương mại cổ phần có chỉ số cạnh tranh cao hơn nhóm ngân hàng thương mại nhà nước. Kết quả hồi quy từ mô hình OLS cũng chỉ ra rằng hai yếu tố này có tác động nghịch chiều nhau.

Từ Khóa: Mức độ cạnh tranh, Mức độ tập trung, Cấu trúc ngân hàng, Ngân hàng Việt Nam

ANALYZING COMPETITION AND CONCENTRATION IN THE SYSTEM OF VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS

ABSTRACT

The study was conducted to measure the degree of economic concentration and market competition of Vietnamese commercial banks. Three indicators of CR3, CR5 and HI were estimated to measure the level of concentration, while the statistical value of H was identified to reveal the level of competition. The finding showed concentration in commercial bank system of Vietnam within the allowable limits. The statistical values of H in the period 2002-2014 ($H = 0.415$) showed the market structure of Vietnamese commercial bank system was the partial monopolistic competition market. The fluctuation of the H-statistical value during the three periods 2002-2008, 2009-2011 and 2012-2014 suggested that the competitive market of Vietnamese commercial banks grow by the time; however, it is still lower in comparing to the average of other regional countries. The fluctuation of the H-statistical value of bank groups also pointed out the competitive indicators of the joint-stock commercial bank group higher than those of the stated-bank one. In addition, the results of a simple linear regression model revealed the negative relationship between the indicators of concentration and competition.

Keywords: Competition; concentration; banking structure; Vietnamese banks

1. GIỚI THIỆU

Hệ thống các Ngân hàng Thương mại Việt Nam đã có những thay đổi căn bản trong cấu trúc sau cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008. Từ một hệ thống gồm 32 Ngân hàng Thương mại với nhiều hình thức sở hữu, trong đó có 5 Ngân hàng Thương mại Nhà nước nắm trụ cột. Sau đó, một vài ngân hàng được thành lập đã đưa số Ngân hàng Thương mại lên con số 45 Ngân hàng Thương mại. Sau năm 2011, sau một số sự kiện tái cấu trúc, số Ngân hàng Thương mại còn khoảng 38 ngân hàng. Các Ngân hàng Thương mại Nhà nước cũng dần được cổ phần hóa nhằm cải thiện sức cạnh tranh cho các Ngân hàng Thương mại Việt Nam.

Thực trạng trên đã làm nảy sinh nhiều vấn đề cần giải quyết trong hệ thống. Thứ nhất, sự tái cấu trúc có đem lại môi trường lành mạnh cùng với năng lực cạnh tranh cao hơn cho Hệ thống các Ngân hàng Thương mại Việt Nam hay không là vấn đề được đặt ra và cần được nghiên cứu. Thứ hai, cấu trúc thị trường hoạt động hệ thống Ngân hàng Thương mại Việt Nam như thế nào là vấn đề cần thiết phải được xác định rõ vì nó liên quan trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của các Ngân hàng Thương mại. Bên

cạnh đó, hiện tượng tập trung vốn hoặc thị phần vào một số các ngân hàng lớn trong hệ thống có thể làm tăng tính độc quyền trong lĩnh vực ngân hàng và làm giảm phúc lợi xã hội. Như vậy, một vấn đề khác được đặt ra là mức độ tập trung ảnh hưởng như thế nào đến mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng? Hiểu biết về cấu trúc thị trường ngân hàng Việt Nam hiện tại giúp nhà quản trị ngân hàng giải quyết được những vấn đề nan giải trên và nâng cao sức đề kháng cho hệ thống ngân hàng trong quá trình hội nhập.

Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích mức độ cạnh tranh và tập trung trong Hệ thống các Ngân hàng Thương mại Việt Nam. Để đạt được mục tiêu chung đó, bài nghiên cứu đặt ra ba mục tiêu cụ thể sau: Một là đo lường mức độ cạnh tranh và mức độ tập trung trong Hệ thống Ngân hàng Thương mại Việt Nam; Hai là ước lượng mối tương quan giữa mức độ cạnh tranh và tập trung trong Hệ thống các Ngân hàng Thương mại Việt Nam; Ba là gợi ý một số chính sách trong quản lý và điều hành chống độc quyền trong lĩnh vực ngân hàng ở Việt Nam trong thời gian tới.

2. TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG NGÂN HÀNG VIỆT NAM

Cho đến nay, Hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam có sự phát triển khá mạnh so với thời điểm mới chuyển đổi thành hệ thống ngân hàng hai cấp năm 1990. Nếu như năm 1990, Hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam có 4 ngân hàng thương mại Nhà nước chi phối gần như toàn bộ thị trường (cả thị trường cho vay lẫn thị trường tiền gửi) thì hiện nay, Hệ thống ngân hàng thương mại đã có 40 ngân hàng thương mại hoạt động trên cả nước (theo số liệu báo cáo của ngân hàng Nhà nước Việt Nam). Mặc dù có sự gia tăng số ngân hàng trong hệ thống nhưng một số ngân hàng vẫn còn chi phối mạnh trong hệ thống. Đến năm 2013, bốn ngân hàng lớn (Agribank, BIDV, Vietinbank, Vietcombank) đã chiếm 38,37% tổng tài sản, 56,35% tổng cho vay và 47,38% tổng tiền gửi trong hệ thống (tính toán của tác giả từ số liệu thu thập được). Sau đây là phần trình bày về tình hình phát triển tổng tài sản, tổng cho vay và tổng tiền gửi dựa trên số liệu báo cáo của các ngân hàng qua các năm.

Thêm vào đó, mức độ cạnh tranh cũng bị ảnh hưởng mạnh bởi sự tham gia vốn của nhà nước tại các ngân hàng thương mại lớn. Mặc dù cổ phần hóa từ nhiều năm trước nhưng tính đến thời điểm 2016, nhà nước vẫn nắm giữ 65% vốn cổ phần tại Vietinbank và 95% tại BIDV (Thời báo kinh tế Sài Gòn, 2016).

Quá trình tái cấu trúc ngân hàng đã làm tăng vốn điều lệ của các ngân hàng lên đáng kể. Một số ngân hàng yếu kém đã biến mất khỏi hệ thống. Chính vì vậy đã làm giảm nguy cơ đổ vỡ hệ thống. Tuy nhiên, thách thức lớn nhất đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam nằm ở nội lực của chính các ngân hàng, với quy mô vốn nhỏ, nguồn nhân lực hạn chế, trình độ công nghệ còn chậm tiến so với các nước trong khu vực.

Tình hình nợ xấu vẫn có xu hướng giảm nhưng chưa chắc chắn, trong đó đáng chú ý là các tổ chức tín dụng Nhà nước. Một số nguyên nhân dẫn đến tình trạng nợ quá hạn gia tăng tại các ngân hàng thương mại quốc doanh là do: việc cho vay chủ yếu dựa vào tài sản đảm bảo, trong khi thị trường bất động sản và thị trường hàng hóa chưa phát triển và còn nhiều biến động phức tạp; tự do hóa lãi suất có xu hướng làm cho mặt bằng lãi suất trong nước tăng lên, tạo điều kiện thu hút thêm tiết kiệm vào hệ thống ngân hàng. Tuy nhiên, lãi suất tiền gửi tăng lên làm cho lãi suất cho vay cũng tăng, tạo thêm gánh nặng về chi phí cho các doanh nghiệp phụ thuộc nặng nề vào nguồn vay từ ngân hàng. Hậu quả là, ngân hàng vẫn tiếp tục cho vay để nuôi nợ, dẫn đến tình trạng mất vốn ngày càng lớn. Một yếu điểm nữa của thị trường tài chính nước ta là, cơ cấu hệ thống tài chính còn mất cân đối, hệ thống ngân hàng vẫn là kênh cung cấp vốn trung và dài hạn cho nền kinh tế chủ yếu. Tính chung cả nội tệ và ngoại tệ, thì số vốn vay huy động ngắn hạn chuyển cho vay trung và dài hạn chiếm tới khoảng 50% tổng số vốn huy động ngắn hạn (Tập chí Kinh tế và Dự báo, 2007).

Như vậy, quá trình tái cấu trúc ngân hàng phần nào đã làm thay đổi cấu trúc thị trường ngân hàng Việt Nam. Mức độ tập trung trên các thị phần tài sản, tiền gửi, tín dụng cũng có những chuyển biến sâu sắc. Nhưng lo ngại về khả năng chi phối thị trường của một số ngân hàng lớn trong hệ thống sau khi tái cấu trúc được đặt ra và cần có biện pháp kiểm soát cấu trúc thị trường ngân hàng.

3. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Trong các nghiên cứu học thuật, nghiên cứu về ước lượng sự cạnh tranh có thể chia thành hai nhóm: Nghiên cứu theo hướng tiếp cận cấu trúc và nghiên cứu theo hướng tiếp cận phi cấu trúc. Theo hướng tiếp cận phi cấu trúc, có hai phương pháp được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu thực nghiệm: mô hình nghiên cứu của Bresnahan (1989) và mô hình nghiên cứu của Panzar Rosse (1987).

Nghiên cứu theo hướng tiếp cận cấu trúc tập trung vào các tham số cấu trúc thị trường. Trong thập niên 1950, Mason (1939) và Bain (1951) đã đề xuất hướng tiếp cận cấu trúc SCP hay Structure – Conduct – Performance paradigm (Hannan, 1991). Phương pháp phổ biến nhất của hướng tiếp cận này là sử dụng chỉ số thể hiện thị phần của k ngân hàng lớn nhất (CR k) và chỉ số Herfindahl-Hirschman (HI).

Mặc dù có sự thống nhất về phương pháp phân tích nhưng gợi ý cho chính sách quản lý của nhà nước lại có sự khác nhau, tùy theo lập luận của từng tác giả. Nhìn chung, có ba quan điểm chính khác nhau được tranh luận. Bain (1951) đề xuất quan điểm về năng lực thị trường, quan điểm này cho rằng các công ty trong một thị trường có mức độ tập trung cao có thể hoạt động cấu kết (thông đồng) với nhau và vì vậy mà thu được lợi nhuận cao hơn. Do đó, để kích thích sự cạnh tranh, chính phủ nên kiểm soát số lượng và quy mô của các công ty. Tuy nhiên, Stigler (1964) và Demsetz (1973) lập luận để phản bác giả thuyết thị trường bằng cách đưa ra giả thuyết hiệu quả. Giả thuyết này cho rằng mức độ tập trung cao có thể là kết quả của siêu hiệu quả của những công ty lớn hơn là hành vi cấu kết. Trong thập niên 1980, Baumol và cộng sự (1983) đề xuất giả thuyết tổ hợp (cetorelli, 2002; Spence, 1983). Theo giả thuyết này, nếu điều kiện xuất nhập ngành là tương đối tự do, các nhà độc quyền sẽ muốn ngăn chặn sự nhập ngành bằng cách áp đặt mức giá cạnh tranh. Do đó, những người đề xuất giả thuyết hiệu quả phát biểu rằng sự lựa chọn tốt nhất cho chính phủ là cho phép rào cản thị trường vận hành hoạt động xuất nhập ngành của nó trong khi những người đề xuất giả thuyết tổ hợp thì cho rằng rào cản xuất nhập ngành nên bị hạn chế nhiều hơn.

Trong khi đó, nghiên cứu theo hướng tiếp cận phi cấu trúc tập trung vào ước lượng mối quan hệ giữa đầu ra – chi phí đầu vào của doanh nghiệp. Phương pháp của Bresnahan (1989) sử dụng dữ liệu lịch sử để ước lượng đẳng thức cầu và chi phí thị trường (shaffer, 1994). Nếu λ bằng 0, cạnh tranh hoàn hảo hiện hữu; nếu λ bằng 1, độc quyền hoàn toàn, năng lực thị trường lớn. Trong khi đó, Panzar và Rosse (1987) sử dụng thông số khác nhưng các tiếp cận tương tự để đo lường bản chất cạnh tranh của thị trường và năng lực cạnh tranh của các công ty. Phương pháp này có cơ sở từ sự dự đoán của lý thuyết rằng sự tác động của giá đến sự thay đổi chi phí khác nhau phụ thuộc vào việc có tồn tại hay không một công ty độc quyền.

Sau đó, Panzar và Rosse xây dựng thống kê H từ đẳng thức doanh thu dạng rút gọn và đo lường tổng độ co giãn của tổng doanh thu của các ngân hàng lần lượt theo các chi phí đầu vào của ngân hàng. H tăng cùng với mức độ cạnh tranh của thị trường. Nếu H bằng 1, thị trường là cạnh tranh hoàn hảo. H bé hơn hoặc bằng 0, chỉ ra sự hiện diện của độc quyền (bao gồm cả độc quyền nhóm hoặc ít nhất là hoạt động ngầm của độc quyền nhóm trong ngắn hạn). Nếu H thỏa $0 < H < 1$, hình thành thị trường cạnh tranh độc quyền (Shaffer, 1994).

Một vài nghiên cứu sử dụng mô hình của Panzar và Rosse (1989) để đo lường mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng: Nathan và Neave (1989) áp dụng mô hình của Panzar và Rosse (1989) cho hệ thống ngân hàng Cannada, Gelos và Roldos (2002) nghiên cứu ngân hàng ở thị trường mới nổi, Bikker và Goeneveld (1998) nghiên cứu tổng thể Liên minh Châu Âu và nghiên cứu riêng cho từng nước trong khối... Nhìn chung, tất cả các nghiên cứu này cho thấy rằng hầu hết các thị trường trong lĩnh vực ngân hàng đều là cạnh tranh độc quyền. Bài nghiên cứu này sử dụng mô hình của Panzar and Rosse cùng với dữ liệu bảng bất cân xứng để nghiên cứu các vấn đề trên trong hoạt động của Hệ thống Ngân hàng Thương mại Việt Nam.

4. SỐ LIỆU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

4.1. Số liệu nghiên cứu

Số liệu nghiên cứu được thu thập theo quý. Dữ liệu dự kiến sẽ thu thập số liệu từ năm 2002 đến năm 2014 của 38 ngân hàng trong hệ thống. Dữ liệu thu thập được là dữ liệu bất cân xứng. Dựa trên

những sự kiện có tác động lớn đến hoạt động của ngân hàng, giai đoạn nghiên cứu được chia làm ba thời đoạn: giai đoạn trước khủng hoảng kinh tế thế giới 2002-2008, giai đoạn trong khủng hoảng thế giới và trước đề án tái cấu trúc hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam 2009-2011 và giai đoạn trong quá trình tái cấu trúc 2012-2014. Mục đích của việc chia giai đoạn nghiên cứu thành từng thời đoạn nhỏ là để xem xét giá trị thống kê H thay đổi như thế nào trước những sự kiện kinh tế trên theo thời gian.

Để xem xét tác động của hình thức sở hữu, số liệu nghiên cứu trong giai đoạn 2002-2014 cũng được chia theo hai hình thức sở hữu: nhóm các ngân hàng thương mại nhà nước (nhà nước nắm giữ trên 50% vốn cổ phần) và nhóm ngân hàng thương mại tư nhân.

4.2. Mô hình nghiên cứu

4.2.1. Mức độ cạnh tranh

Chủ đề về thị trường cạnh tranh đã thu hút một số lượng lớn các lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm trên khắp các ngành. Nhìn chung, mô hình thông dụng nhất được sử dụng để kiểm tra mức độ cạnh tranh gồm có Bresnahan (1989) và Panza và Rosse (1987). Mô hình của Bresnahan (1989) sử dụng điều kiện thị trường cân bằng chung và phần còn lại là các doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận tại điểm cân bằng sẽ chọn mức giá và sản lượng mà tại đó, chi phí biên bằng với doanh thu biên của họ (điều này cũng xảy ra ở mức giá trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo hoặc thị trường có sự cấu kết, thông đồng). Mô hình sử dụng tập hợp dữ liệu các doanh nghiệp và cho phép ước lượng mức độ cạnh tranh. Mô hình Panza và Rosse thực hiện khảo sát trong phạm vi thay đổi giá của các yếu tố đầu vào được phản ánh qua lợi nhuận cân bằng kiểm được của các ngân hàng riêng biệt trong lý thuyết cạnh tranh độc quyền. Giống như mô hình trước, cách tiếp cận của mô hình Panza và Rosse (P-R model) hướng vào ước lượng mức độ cạnh tranh. Ưu thế của mô hình của Panzar và Rosse (1989) là nó sử dụng dữ liệu cấp độ ngân hàng, cho phép ước lượng hàm sản xuất của các ngân hàng khác nhau trong hệ thống và cho phép phân tích sự khác nhau của các ngân hàng về phương diện quy mô và loại hình sở hữu.

Xem xét mối quan hệ giữa cấu trúc hàm cầu và hàm chi phí đối với mỗi doanh nghiệp cụ thể i :

$$R_i = R_i(y_i, n, z_i) \quad (1)$$

$$C_i = C_i(y_i, p_i, x_i) \quad (2)$$

Trong đó: R : Tổng doanh thu; C : Tổng chi phí; y : đầu ra; n : Số doanh nghiệp; z : biến ngoại tác ảnh hưởng đến lợi nhuận; p : giá đầu vào; x : Biến ngoại tác khác, tất cả các biến đều được thể hiện trong dạng log tự nhiên.

Lợi nhuận được xác định là $\pi_i = R_i(y_i, n, z_i) - C_i(y_i, p_i, x_i)$, ngụ ý rằng các doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận của nó ở mức doanh thu biên bằng chi phí biên. Điều này có nghĩa là ở mức cân bằng, ràng buộc lợi nhuận biên bằng không thể hiện như sau:

$$\frac{\partial R_i}{\partial R_i(y_i, n, z_i)} - \frac{\partial C_i}{\partial C_i(y_i, p_i, x_i)} = 0 \quad (3)$$

Lợi nhuận đầu ra tối đa được xác định qua công thức (4), với ký hiệu * thể hiện giá trị cân bằng. Thay (4) vào (1), và giả định rằng n là nội sinh được xác định trong mô hình, tạo ra công thức (5), đây là hình thức rút gọn của hàm lợi nhuận.

$$y_i^* = y_i^*(z_i, p_i, x_i) \quad (4)$$

$$R_i^* = R_i^*(y_i^*(z_i, p_i, x_i), n^*, z_i) = R^*(z_i, p_i) \quad (5)$$

Chú ý rằng năng lực thị trường được đo lường thông qua phạm vi thay đổi giá các yếu tố đầu vào (∂p_i) được phản ánh ở mức doanh thu cân bằng (∂R_i^*) kiểm được ở mỗi doanh nghiệp i . Panzar và Rosse xác định đo lường yếu tố cạnh tranh bằng thống kê H (H-statistic) bằng tổng độ co giãn trong công thức (5) lần lượt với các giá đầu vào, với i là chú thích cho từng doanh nghiệp cụ thể.

$$H = \sum \frac{\partial R_i^*}{\partial p_i} \frac{p_i}{R_i^*} \quad (6)$$

Theo Panzar và Rosse, dưới cấu trúc thị trường độc quyền, sự gia tăng trong mức giá đầu vào sẽ làm tăng chi phí biên, vì thế làm giảm sản lượng đầu ra y^* và doanh thu, kết quả là làm cho giá trị thống kê H nhỏ hơn hoặc bằng 0. Ngược lại, trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo trong dài hạn, sự gia tăng mức giá của các yếu tố đầu vào làm tăng chi phí biên cũng như là chi phí trung bình với cùng một tỷ lệ, vì vậy không làm thay đổi sản lượng đầu ra của các ngân hàng (với một số giả định). Khi các ngân hàng không hiệu quả bị ép buộc xuất ngành, cầu tăng đối với những công ty còn lại trong ngành làm gia tăng mức giá đầu ra và doanh thu cùng tỷ lệ với mức tăng chi phí. Điều này ngụ ý giá trị thống kê H bằng 1. Trong trường hợp cạnh tranh độc quyền, mô tả hợp lý nhất đặc điểm tương tác giữa các ngân hàng (Bikker và Haff, 2002b), với những giả định nào đó, sự gia tăng giá đầu vào có xu hướng làm tăng một tỷ lệ ít hơn trong doanh thu, khi cầu đối với những ngân hàng riêng lẻ là kém co giãn. Trong trường hợp này, giá trị thống kê H nằm giữa 0 và 1. Mô hình được thực hiện với một số giả định sau:

- (1) Các ngân hàng đang hoạt động ở điểm cân bằng trong dài hạn;
- (2) Kết quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng bị ảnh hưởng bởi hoạt động của các thành viên khác (ngoại trừ trường hợp cấu trúc thị trường là độc quyền thuần túy);
- (3) Cấu trúc chi phí là đồng nhất và hàm sản xuất là hàm Cobb-Douglas chuẩn với hiệu quả không đổi theo quy mô; và
- (4) Độ co giãn giá của cầu lớn hơn 1.

Tuy nhiên, định nghĩa về điều kiện cân bằng thì không rõ ràng trong mô hình của Panzar và Rosse (1989). Theo Buchs và Mathisen (2005), cân bằng trong mô hình của Panzar và Rosse (1989) được hiểu là trạng thái ổn định của thị trường, phản ánh mức độ điều chỉnh trước những cú sốc kinh tế. Theo đó, Gelo và Roldos (2002) đề xuất một số giả định cốt yếu cho khung phân tích mô hình thực nghiệm này: một, các ngân hàng được giả định là sản xuất theo một hàm sản xuất sử dụng đầu vào là lao động, vốn và quỹ trung gian; hai, các giá đầu vào được giả định là không liên hệ đến chất lượng dịch vụ cao hơn.

4.2.2. Mức độ tập trung

Các yếu tố của đo lường mức độ tập trung là số lượng các ngân hàng và phân phối về quy mô ngân hàng trong thị trường nghiên cứu, và hình thức chung cho các chỉ số đo lường này được cho bởi:

$$CI = \sum_{i=1}^n s_i w_i \quad (8)$$

Trong đó: s_i là thị phần của ngân hàng thứ i , w_i là tỷ trọng theo kèm thị phần, n là số các ngân hàng trong thị trường đang xem xét. Tỷ trọng w_i theo kèm từng ngân hàng riêng lẻ xác định độ nhạy của các chỉ số hướng về thay đổi ở phần đuôi của phân phối. Marfels (1971) và Dickson (1981) cho cách nhìn khái quát về phương pháp này. Tổng thị phần của k ngân hàng lớn nhất trong thị trường, tỷ số mức độ tập trung của k ngân hàng lớn nhất (the k -bank concentration ratio) cho bởi:

$$CR_k = \sum_{i=1}^n s_i \quad \text{với } n = k \quad (9)$$

Chỉ số này nhấn mạnh đến k ngân hàng đứng đầu trong ngành, nhưng lại không chú ý đến nhiều ngân hàng nhỏ khác trên thị trường. Không có bất kỳ quy tắc nào trong việc xác định giá trị tối ưu của k . Chỉ số nằm trong khoảng 0 và 1, tiến về 0 cho số lượng không xác định các ngân hàng nhỏ và tiến về 1 cho các ngân hàng thu tóm toàn bộ ngành. Kết quả của xác định chỉ số, CR bằng 1, chỉ số tập trung của k ngân hàng không phân biệt giữa độc quyền ($k=1$) và độc quyền nhóm ($k>1$ và $n=k$). Hơn thế nữa, sự thay đổi của chỉ số với sự nhập ngành của các ngân hàng được thêm vào phụ thuộc vào các ngân hàng đang hiện hữu chia sẻ thị phần với các ngân hàng mới nhập ngành. Chỉ số này chỉ cung cấp thông tin về sự chuyển thị phần trên thị trường giữa k ngân hàng đứng đầu ngành và phần còn lại của thị trường, không nắm bắt được sự thay đổi trong phân phối của hai nhóm. Trong bài nghiên cứu, đề tài nghiên cứu sử dụng n bằng 3, 5, tức là CR_3 , CR_5 .

Chỉ số *HI* (Herfindahl index) được xem như là sự đo lường mức độ tập trung nhiều nhất, tính toán các khoản chiếm lấy thị trường cho tất cả n ngân hàng trong hệ thống. Vì lý do đó, chỉ số này được gọi là chỉ số thông tin đầy đủ (full-information index). Ở Hoa Kỳ, chỉ số *HI* đóng vai trò quan trọng trong quá trình cưỡng chế của bộ luật chống độc quyền trong ngân hàng. Áp dụng cho sự liên doanh giữa hai ngân hàng. Sự liên doanh này sẽ được chấp thuận nếu yêu cầu cơ bản trong đánh giá sự tập trung trên thị trường tiền gửi được thỏa mãn. Một trong những quy định quan trọng của luật chống độc quyền Mỹ là chỉ số *HI* thị trường sau sáp nhập không vượt quá 0.18, và mức tăng của *HI* khi sáp nhập nhỏ hơn 0.02 (cetorelli, 1999). Chỉ số *HI* được viết dưới hình thức sau:

$$CI = \sum_i^n s_i w_i \quad (10)$$

Nếu so với công thức chung (8), chỉ số *HI* nhấn mạnh tầm quan trọng của các ngân hàng đi đầu vì cho các ngân hàng này tỷ trọng lớn hơn so với các ngân hàng nhỏ. Chỉ số *HI* nằm trong khoảng từ $1/n$ và 1, nó tiến đến giá trị thấp nhất khi tất cả các ngân hàng trên thị trường có quy mô như nhau, và tiến đến 1 trong trường hợp độc quyền.

4.2.3. Mối quan hệ giữa mức độ cạnh tranh và mức độ tập trung: Mô hình hồi quy tuyến tính

Để ước lượng mối tương quan giữa mức độ tập trung và cạnh tranh, mô hình hồi quy đơn giản được sử dụng, với biến phụ thuộc là H và biến độc lập CI (Bikker và Haff, 2002):

$$H = \alpha_0 + \alpha_1 CI + e \quad (11)$$

Tác giả sẽ ước lượng ba mô hình với ba chỉ số CI (HI , $CR3$, $CR5$). Vì số quan sát là có hạn, không đáp ứng điều kiện để ước lượng hồi quy nên phương pháp bootstrapping được sử dụng để làm tăng số quan sát. Phương pháp Bootstrapping là tập hợp kỹ thuật phân tích dựa vào nguyên lý chọn mẫu có hoàn lại để ước tính các thống kê mà thống kê thông thường không giải được. Phương pháp bootstrapping được nhà thống kê học Bradley Efron thuộc trường đại học Stanford (Mỹ) phát triển từ cuối thập niên 1979. Bootstrapping được xem là phương pháp chuẩn trong phân tích thống kê và đã làm nên cuộc cách mạng trong thống kê vì nó giải quyết được nhiều vấn đề mà trước đây tưởng như không giải được. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp bootstrapping để làm tăng số mẫu đủ 65 quan sát để phân tích hồi quy phương trình (11) bằng cách chọn ngẫu nhiên một số quan sát (đủ điều kiện để chạy hồi quy) từ 566 quan sát sẵn có. Sau đó, phân tích các quan sát trong mẫu này để tính toán giá trị H và CI . Như vậy ta được một quan sát gia tăng. Quá trình chọn ngẫu nhiên này được lặp lại khi chọn được 65 quan sát gia tăng.

5. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

5.1. Kết quả phân tích mức độ tập trung

Về mặt thực nghiệm, mức độ cạnh tranh theo mô hình Panzar and Rosse (1987) được thể hiện như sau:

$$\ln IIASS_{it} = \beta_0 + \beta_w \ln W_{it} + \beta_k \ln K_{it} + \beta_f \ln F_{it} + \beta_{ASS} \ln CAPASS_{it} + \beta_{CAPASS} \ln CAPASS_{it} + \beta_{HLASS} \ln HLASS_{it} + \beta_{LLRLN} \ln LLRLN_{it} + \beta_{LNCAPASS} \ln LNCAPASS_{it} + \beta_{IBLTL} \ln IBLTL_{it} + u \quad (12)$$

Trong đó:

$IIASS$	Tổng thu nhập trên tổng tài sản
W	Chi phí nhân sự trên tổng tài sản
K	Chi phí phi lãi trừ lương nhân viên trên tài sản cố định
F	Chi phí lãi trên tổng nợ
ASS	Vốn cổ phần trên tổng tài sản
$CAPASS$	Vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản
$HLASS$	Tài sản thanh khoản cao trên tổng tài sản
$LLRLN$	Dự phòng rủi ro tín dụng trên tổng cho vay

LNCAPASS Tổng cho vay trên tổng tài sản

IBLTL Tiền gửi liên ngân hàng trên tổng tiền gửi

Thông kê H được tính bằng tổng của ba hệ số hồi quy của ba biến chi phí. Như vậy, $H = \beta_w + \beta_k + \beta_f$. Kết quả hồi quy (12) được trình bày qua bảng 1.

Bảng 1: Kết quả hồi quy mô hình (12)

Biến	2002-2014	Các giai đoạn			Hình thức sở hữu	
		2002-2008	2009-2011	2012-2014	Nhà nước	Tư nhân
<i>lnW</i>	0,505*** (12,90)	0,288*** (2,62)	0,379*** (6,44)	0,495*** (6,68)	0,313** (2,20)	0,723*** (17,61)
<i>lnK</i>	0,853*** (4,60)	0,063* (1,81)	0,080*** (3,24)	0,035 (1,06)	0,452*** (4,30)	0,112*** (6,06)
<i>lnF</i>	-0,176*** (-3,75)	-0,328*** (-3,91)	-0,038 (-0,72)	0,249*** (2,87)	-0,052 (-0,47)	0,049 (1,24)
<i>lnASS</i>	-0,085 (-1,54)	-	0,263*** (6,13)	-	-0,008 (-0,06)	-0,116** (-1,88)
<i>lnCAPASS</i>	0,324*** (5,30)	0,219*** (3,62)	-	0,142** (2,50)	0,087 (0,69)	0,188*** (2,82)
<i>lnHLASS</i>	0,075*** (3,00)	0,019 (0,49)	0,080* (1,78)	0,275*** (3,9)	-0,002 (-0,02)	-0,001 (-0,04)
<i>lnLLRLN</i>	0,004 (0,01)	-0,023 (-0,64)	0,135*** (2,99)	-0,009 (-0,16)	-0,040 (-0,75)	-0,168*** (-6,25)
<i>lnLNASS</i>	0,236*** (3,65)	0,185 (0,89)	0,220** (2,42)	0,570*** (4,69)	0,745 (1,15)	-0,007 (0,11)
<i>lnIBLTL</i>	-0,022** (2,19)	-0,079** (-2,09)	-0,073*** (-3,18)	0,010 (0,76)	0,033 (0,48)	-0,003 (-0,26)
<i>Biến thời gian</i>	Cố định	Cố định	Cố định	Cố định		
<i>Hằng số</i>	-0,882*** (-3,49)	-2,341*** (-4,43)	-0,153 (-0,39)	0,728 (1,62)	-1,559 (-1,34)	-0,372** (-1,77)
R-square	0,7372	0,456	0,831	0,775	0,569	0,689
F statistic	42,26***	5,02***	38,61***	42,85***	22,12***	111,17***
H	0,415	0,023	0,421	0,779	0,713	0,884
Test H = 0	F = 53,42	F = 0,03	F = 24,52	F = 94,44	F = 47,73***	F = 12,04***
Kết quả	Bác bỏ H0	Chấp nhận H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0
Test H = 1	F = 101,44	F = 50,37	F = 46,24	F = 7,64	F = 7,71***	F = 702,52***
Kết quả	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0	Bác bỏ H0
Kết luận	Bán độc quyền	Độc quyền	Bán độc quyền	Bán độc quyền	Bán độc quyền	Bán độc quyền
Số quan sát	566	141	169	256	104	462

Ghi chú: Giá trị nằm trong ngoặc bên dưới hệ số hồi quy là giá trị t-test. Mức ý nghĩa lựa chọn lần lượt là 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Xét mức độ cạnh tranh theo thời gian. Giai đoạn 2002-2008, chỉ số H có giá trị 0,023. Kết quả nghiên cứu trong giai đoạn này đã chỉ ra thị trường ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn này mang tính độc quyền. Điều này có thể giải thích là do các ngân hàng thương mại nhà nước nắm quyền chi phối hầu như trên tất cả các hoạt động ngân hàng, theo ý chí của nhà nước. Nhà nước nắm 100% vốn chủ sở hữu của các ngân hàng thương mại trụ cột gồm Agribank, Vietcombank, Vietinbank, BIDV, MHB. Chỉ đến gần cuối giai đoạn (năm 2007-2008), chính sách cổ phần hóa một số các ngân hàng trụ cột này thì thể độc quyền này phần nào giảm bớt. Biểu hiện cụ thể qua hai giai đoạn 2009-

2011, 2012-2014, cấu trúc thị trường ngân hàng thương mại là bán độc quyền. Các ngân hàng thương mại nhà nước cổ phần hóa cuối giai đoạn 2002-2008 gồm: Vietcombank (12/2007), Vietinbank (09/2008).

Xem xét chỉ số H qua các giai đoạn là chỉ số H tăng theo lộ trình cổ phần hóa các ngân hàng thương mại. Điều này là tín hiệu tốt, cho thấy mức độ cạnh tranh trong ngân hàng thương mại Việt Nam tăng. Mặc dù vậy, khi xét cho cả giai đoạn 2002-2014, chỉ số H chỉ là 0,415. Điều này cho thấy tuy mức độ cạnh tranh có chiều hướng tăng nhưng vẫn thấp hơn so với nhiều nước trong khu vực. Bảng 2 trình bày hệ số H tại thị trường ngân hàng ở một số quốc gia Châu Á.

Bảng 2: Hệ số H tại thị trường ngân hàng ở một số quốc gia Châu Á

Quốc gia	Hệ số H
China	0,324
Hongkong	0,508
Indonesia	0,462
Malaysia	0,441
Philippines	0,614
Singapore	0,673
Thailand	0,349
Trung bình*	0.482
Việt Nam*	0,415

*Ghi chú: * tính toán của tác giả từ số liệu thu thập được
 Nguồn: Le, T. H., 2014*

Xét theo hình thức sở hữu, chính vì có sự hỗ trợ vốn mạnh từ Nhà nước nên mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng trong nhóm cũng trở nên mờ nhạt hơn so với nhóm các ngân hàng thương mại tư nhân. Thể hiện rõ nhất qua sự khác biệt trong chỉ số H giữa hai nhóm ngân hàng. Đối với nhóm ngân hàng thương mại tư nhân, chỉ số mức độ cạnh tranh là 0,884, lớn hơn so với nhóm ngân hàng thương mại Nhà nước ($H=0,713$).

Các ngân hàng thương mại Nhà nước tận dụng lợi thế về quy mô nên lãi suất cho vay thường thấp hơn so với ngân hàng thương mại cổ phần. Mặc khác, khi lãi suất huy động tăng cao (nền kinh tế gặp khó khăn), các ngân hàng thương mại Nhà nước thực hiện các chính sách cho vay hỗ trợ của Nhà nước. Ngược lại, các ngân hàng thương mại cổ phần lại không đảm nhiệm vai trò này, cùng với quy trình cho vay dễ dàng hơn nên các ngân hàng thương mại cổ phần có lợi thế hơn khi chi phí lãi tăng. Kết quả hồi quy cho thấy, hệ số hồi quy của biến chi phí lãi âm đối với các ngân hàng thương mại cổ phần Nhà nước và dương đối với nhóm ngân hàng thương mại tư nhân.

Hệ số hồi quy của biến cho vay trên tổng tài sản của nhóm ngân hàng thương mại tư nhân mang dấu (-) và của nhóm ngân hàng thương mại Nhà nước mang dấu (+). Điều này ngụ ý, nhóm ngân hàng thương mại Nhà nước chiếm lợi thế hơn về quy mô nguồn vốn và lãi suất cho vay đầu ra nên thu nhập phụ thuộc rất nhiều vào cho vay, các sản phẩm dịch vụ khác rất ít phát triển. Với nguồn vốn nhỏ và cho vay đầu ra cao hơn, nhóm ngân hàng thương mại tư nhân gặp phải nhiều rủi ro hơn. Vì vậy, nhóm ngân hàng tư nhân phát triển nhiều dịch vụ tiện ích cho khách hàng nhằm đa dạng hóa đầu tư, giảm phụ thuộc vào nghiệp vụ cho vay.

5.2. Kết quả phân tích mức độ tập trung

Mức độ tập trung trong bài nghiên cứu này được đo lường bằng ba chỉ số: Herfindahl index (HI), CR_3 và CR_5 . Để thấy được sự thay đổi sự tập trung trong hệ thống, bảng 3 thể hiện ba chỉ số HI, CR_3 , CR_5 trên ba thị phần tổng tài sản, tổng cho vay và tổng tiền gửi qua bốn năm.

Nhìn chung, các chỉ số HI, CR3, CR5 đều giảm liên tục qua các năm. Cụ thể, ba ngân hàng lớn nhất: về tài sản chiếm 50% tổng tài sản, về cho vay chiếm 57% tổng cho vay và về tiền gửi chiếm 50% tổng tiền gửi của hệ thống trong năm 2007 thì trong năm 2013 đã giảm xuống chỉ còn nắm giữ 39% tổng tài sản, 46% tổng cho vay và 37% tổng tiền gửi. Năm ngân hàng lớn nhất: về tài sản chiếm 68% tổng tài sản, về cho vay chiếm 72% tổng cho vay và về tiền gửi chiếm 66% tổng tiền gửi của hệ thống trong năm 2007 thì trong năm 2013 đã giảm xuống chỉ còn nắm giữ 48% tổng tài sản, 56% tổng cho vay và 47% tổng tiền gửi. Chỉ số HI cũng giảm dần đã cho thấy sự chuyển biến tích cực trong hệ thống.

Nguyên nhân có thể là do từ năm 2008, các ngân hàng thương mại Nhà nước bắt đầu cổ phần hóa và giảm dần sự chi phối, hỗ trợ nguồn vốn cho các ngân hàng trụ cột này. Thêm vào đó, trong giai đoạn 2008-2014, ngân hàng Nhà nước đã hai lần tăng nguồn vốn pháp định cho các ngân hàng. Chính điều này đòi hỏi các ngân hàng có vốn điều lệ thấp phải tăng nguồn vốn lên nếu không muốn bị giải thể hoặc sáp nhập. Quá trình trên đã rút ngắn khoảng cách chênh lệch về tài sản giữa các ngân hàng và làm tăng nhanh chóng tổng tài sản của toàn hệ thống. Kết quả là chỉ số CR3 và CR5 trên thị phần tài sản giảm xuống rõ nét.

Bảng 3: Chỉ số HI, CR3, CR5 qua bốn năm 2007-2013

Năm	Thị phần	CR3	CR5	HI
2007	Tổng tài sản	0,50	0,68	0,11
	Tổng cho vay	0,57	0,72	0,14
	Tổng tiền gửi	0,50	0,66	0,11
2009	Tổng tài sản	0,48	0,61	0,10
	Tổng cho vay	0,56	0,66	0,13
	Tổng tiền gửi	0,49	0,60	0,10
2011	Tổng tài sản	0,39	0,56	0,08
	Tổng cho vay	0,50	0,66	0,11
	Tổng tiền gửi	0,36	0,54	0,08
2013	Tổng tài sản	0,39	0,48	0,07
	Tổng cho vay	0,46	0,56	0,09
	Tổng tiền gửi	0,37	0,47	0,07

Nguồn: tính toán của tác giả từ số liệu thu thập được

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng, trên thị trường cho vay, mức độ tập trung giảm xuống cũng ngụ ý là các ngân hàng nhỏ đang cạnh tranh quyết liệt với các ngân hàng lớn để giành lấy khách hàng. Điều này là đáng khuyến khích nếu nguyên nhân chính là do các ngân hàng nhỏ đang nâng cao chất lượng phục vụ nhưng nếu ngược lại, cạnh tranh không lành mạnh để giành lấy thị phần cho vay (cho vay không sàng lọc khách hàng) thì có thể dẫn đến rủi ro cho hệ thống. Trên thị phần về tiền gửi, các ngân hàng nhỏ cạnh tranh mạnh mẽ với các ngân hàng lớn về chất lượng phục vụ đã góp phần làm giảm khả năng tập trung tiền gửi ở những ngân hàng lớn. Các ngân hàng lớn có nguồn vốn nhiều nên việc thiếu hụt vốn là khó xảy ra, kể cả trong giai đoạn khủng hoảng tài chính 2008. Trong khi đó, các ngân hàng nhỏ lại rất dễ bị đói vốn khi nền kinh tế bất ổn.

5.3. Mối quan hệ giữa mức độ tập trung và mức độ cạnh tranh

Nghiên cứu mối quan hệ giữa mức độ cạnh tranh và mức độ tập trung trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam là tiền đề gợi mở cho các chính sách quản lý và kiểm soát hệ thống. Bảng 4, 5 thể hiện kết quả phân tích hồi quy, đo lường mối tương quan giữa hai đại lượng này.

Bảng 4: Tổng hợp các biến được sử dụng

Biến	Giải thích	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
H	Giá trị thống kê H từ mô hình hồi quy 2.7	0,741	0.216
TA_CR3	Giá trị CR3 tính trên thị phần tổng tài sản	0,409	0.088
TCV_CR3	Giá trị CR3 tính trên thị phần tổng cho vay	0,490	0.091
TTG_CR3	Giá trị CR3 tính trên thị phần tổng tiền gửi	0,397	0.089
TA_CR5	Giá trị CR5 tính trên thị phần tổng tài sản	0,559	0.099
TCV_CR5	Giá trị CR5 tính trên thị phần tổng cho vay	0,630	0.095
TTG_CR5	Giá trị CR5 tính trên thị phần tổng tiền gửi	0,545	0.099
TA_HI	Giá trị HI tính trên thị phần tổng tài sản	0,083	0.027
TCV_HI	Giá trị HI tính trên thị phần tổng cho vay	0,106	0.030
TTG_HI	Giá trị HI tính trên thị phần tổng tiền gửi	0,081	0.026

Nguồn: tính toán của tác giả

Về nguyên tắc, với một số lượng càng lớn các ngân hàng trong hệ thống thì mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng sẽ tăng lên. Mặc khác, từ những phân tích sự thay đổi của chỉ số mức độ cạnh tranh tăng lên song song với sự giảm xuống của chỉ số mức độ tập trung. Chính vì những lý do đó, đề tài kỳ vọng của hệ số hồi quy sẽ mang dấu (-). Kết quả hồi qui chỉ ra rằng chỉ số mức độ cạnh tranh H có mối tương quan nghịch với chỉ số mức độ tập trung. Tất cả các hệ số đều có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 1%.

Bảng 5: Mối tương quan giữa mức độ cạnh tranh và mức độ tập trung

	Hằng số	Hệ số hồi quy	Giá trị t	R bình phương
TA_CR3	0,138	-1,553***	-6,45	0,398
TCV_CR3	0,138	-1,306***	-5,20	0,301
TTG_CR3	0,137	-1,578***	-6,76	0,420
TA_CR5	0,150	-1,348***	-6,24	0,382
TCV_CR5	0,148	-1,167***	-4,71	0,260
TTG_CR5	0,149	-1,366***	-6,34	0,389
TA_HI	0,124	-6,045***	-5,87	0,549
TCV_HI	0,126	-4,900***	-4,05	0,465
TTG_HI	0,124	-6,144***	-5,68	0,549

*Ghi chú: ***: mức ý nghĩa 1%*

Nguồn: tính toán của tác giả

Một điểm khá thú vị là với một hệ thống có ít ngân hàng thương mại làm trụ cột thị trường (chiếm phần lớn thị phần trong thị trường), mức độ tập trung lại tác động mạnh lên mức độ cạnh tranh hơn so với hệ thống có nhiều ngân hàng làm trụ cột. Kết quả hồi quy đã chỉ ra tất cả hệ số hồi quy trên ba thị phần của CR3 (n = 3) đều lớn hơn CR5 (n=5). Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Bikker and Haaf (2000).

Do đó, để hạn chế khả năng chi phối thị trường của các ngân hàng lớn, cần rút ngắn chênh lệch về thị phần của những ngân hàng này với các ngân hàng khác. Có lẽ sáp nhập hoặc mua lại các ngân hàng nhỏ lẻ trong quá trình tái cấu trúc hệ thống ngân hàng hiện nay là giải pháp hợp lý cho hệ thống

ngân hàng thương mại Việt Nam mà ngân hàng Nhà nước đã và đang thực hiện để cải thiện khả năng cạnh tranh của hệ thống, chuẩn bị cho quá trình hội nhập toàn diện.

4. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHÍNH SÁCH

Nhìn chung, hệ thống ngân hàng thương mại nước ta trong thời gian qua có nhiều thay đổi theo hướng tích cực. Trong suốt giai đoạn 2002-2014, mức độ cạnh tranh tăng lên rõ nét song song theo đó là sự giảm xuống của mức độ tập trung. Mặc dù có nhiều điểm phát triển tích cực nhưng trong hệ thống vẫn còn tồn tại nhiều khuyết điểm. Chỉ số cạnh tranh của cả hệ thống thấp hơn so với nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Chất lượng dịch vụ tuy có phát triển ở các ngân hàng thương mại cổ phần nhưng phần nhiều vẫn còn phụ thuộc vào nghiệp vụ ngân hàng truyền thống. Sự bảo hộ của nhà nước quá nhiều làm suy giảm tính cạnh tranh trong hệ thống...

Mức độ cạnh tranh và mức độ tập trung có mối liên hệ chặt chẽ với nhau nên việc kiểm soát cấu trúc thị trường có thể thực hiện được thông qua đo lường mức độ tập trung trong hệ thống. Chỉ số HI cần được xem xét và vận dụng trong xây dựng pháp luật khi nền kinh tế nước ta hội nhập – Nhà nước không can thiệp trực tiếp vào nền kinh tế mà chỉ quản lý nền kinh tế thông qua pháp luật, để hệ thống vận hành theo quy luật của thị trường. Đây cũng là cách để nhà nước bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và các doanh nghiệp khi có biểu hiện của độc quyền hiện hữu trong hệ thống. Từ những phân tích trên, một số chính sách gợi ý được đề xuất trong thời gian tới:

- Một là, giảm can thiệp của Nhà nước vào hệ thống. Theo kết quả hồi quy trên, rõ ràng sự tham gia góp vốn của Nhà nước đã làm cho sự cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng thương mại giảm xuống. Thêm vào đó, một thực tế cho thấy là nguồn lực của ngân sách được sử dụng cho hoạt động can thiệp này không hiệu quả. Mặt khác, để xây dựng nền kinh tế thị trường, nghĩa là nền kinh tế mà trong đó người mua và người bán tác động với nhau theo quy luật cung cầu, Nhà nước cần đảm bảo tính cạnh tranh bình đẳng giữa các bên tham gia thị trường và không có sự can thiệp trực tiếp của Nhà nước, Nhà nước chỉ quản lý nền kinh tế bằng pháp luật.

Một giải pháp được đưa ra là các ngân hàng thương mại Nhà nước cần tiếp tục cổ phần hóa. Quá trình đa dạng hóa sở hữu các loại hình ngân hàng chính là tính chất của nền kinh tế nhiều thành phần về sở hữu. Bên cạnh đó, đa dạng hóa các hình thức sở hữu, chuyển đổi mạnh sở hữu Nhà nước sang sở hữu tư nhân và cộng đồng sở hữu sẽ xóa bỏ dần các ngân hàng thương mại Nhà nước độc quyền, chính là bước tiến mới về hoàn thiện thể chế thị trường để đáp ứng các yêu cầu hội nhập của Việt Nam. Chỉ nên tập trung xây dựng một hoặc hai ngân hàng trụ cột để Nhà nước quản lý và hạn chế tác động tiêu cực của nền kinh tế thị trường khi cần thiết.

- Hai là, trong hoạt động lập pháp, Nhà nước nên bỏ đi sự phân biệt đối xử giữa các loại hình ngân hàng. Nhà nước cần sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện Luật Ngân hàng Nhà nước và Luật Các tổ chức tín dụng, cần xây dựng, chỉnh sửa, bổ sung các quy định về cấp phép hiện diện thương mại, về tổ chức, hoạt động, quản trị, điều hành của các ngân hàng trong và ngoài nước hướng tới nguyên tắc không phân biệt đối xử, phù hợp với các cam kết và lộ trình gia nhập WTO. Tuân thủ nguyên tắc minh bạch hóa và chuẩn xác thông tin về hoạt động NH. Có như vậy, Nhà nước mới có thể tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh, công bằng giữa các loại hình ngân hàng.

- Ba là, trong giai đoạn đầu của quá trình hội nhập, hệ thống ngân hàng Việt Nam còn gặp rất nhiều khó khăn do tổng vốn hệ thống nhỏ hơn rất nhiều so với các nước khác. Chính vì vậy, Nhà nước cần phát triển một hoặc hai ngân hàng thương mại Nhà nước hiện đại và chuyên nghiệp. Đồng thời, ngân hàng Nhà nước cũng cần hỗ trợ, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng thương mại cổ phần trước khi ngành ngân hàng gia nhập hoàn toàn. Một vấn đề nữa là ngành ngân hàng trong quá trình cải cách, tái cấu trúc phải thực sự nâng cao chất lượng nội tại, không phụ thuộc vào mức độ bảo hộ của Nhà nước.

- Bốn là kiểm soát sự tập trung kinh tế trong ngành ngân hàng. Nhà nước nên áp dụng chỉ số HI để kiểm soát mức độ tập trung của hệ thống. Chỉ số này được tính toán định kỳ mỗi quý. Ở Mỹ, chỉ số HI đã được đưa vào luật chống độc quyền để kiểm soát, quản lý hiệu quả thị trường. Các cơ quan quản lý cạnh tranh của Hoa Kỳ có thể không điều tra những vụ việc tập trung kinh tế theo chiều dọc ngay cả khi mang lại những tác động cạnh tranh được kể trên nếu mức độ tập trung thị trường thể hiện

qua chỉ số HHI dưới 0.18. Điều đó cho thấy, chỉ số HI là công cụ định lượng khá tốt khả năng tập trung kinh tế. Việt Nam cần bổ sung phương pháp định lượng này trong luật để hoàn thiện luật chống độc quyền tại Việt Nam. Xây dựng và phát triển hệ thống thông tin, minh bạch hóa thông tin trong ngân hàng. Xây dựng và kiểm soát chặt chẽ chỉ số HI, xây dựng bộ luật kiểm soát tập trung kinh tế và chống độc quyền cho ngành ngân hàng.

- Cuối cùng là ngân hàng Nhà nước phải đảm bảo an toàn hệ thống khi có doanh nghiệp xuất, nhập ngành, nâng cao các tiêu chí về vốn điều lệ, năng lực quản lý... xuất nhập ngành để tránh gây ra rủi ro cho hệ thống. Đối với những ngân hàng có năng lực tài chính yếu đang hiện hữu trong hệ thống thì chiến lược tái cấu trúc hệ thống ngân hàng là hướng đi đúng đắn giúp cho hệ thống ngân hàng phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baker, J. S. (1951). Relation of profit rates to industry concentration. *Quarterly Journal of Economics*, 55, 293-324.
2. Baumol, W. J., Panzar, J. C., & Willig, R. D. (1983). Contestable markets: An uprising in the theory of industry structure: Reply. *The American Economic Review*, 491-496.
3. Bikker, J. A., & Groeneveld, J. M. (1998). Competition and concentration in the EU banking industry (Vol. 8). De Nederlandsche Bank NV.
4. Bikker, J. A., & Haaf, K. (2002). Measures of competition and concentration in the banking industry: a review of the literature. *Economic & Financial Modelling*, 9(2), 53-98.
5. Bresnahan, T. F. (1989). Empirical studies of industries with market power. *Handbook of industrial organization*, 2, 1011-1057.
6. Brock, W. A. (1983). Contestable markets and the theory of industry structure: A review article. *Journal of Political Economy*, 91(6), 1055-1066.
7. Cao, T. H. O. (2012). Kiểm soát tập trung kinh tế theo pháp luật cạnh tranh Việt Nam và Hoa Kỳ (Doctoral dissertation, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh).
8. Cetorelli, N. (1999). Competitive analysis in banking: appraisal of the methodologies. *Economic Perspectives-federal Reserve Bank of Chicago*, 23, 2-15.
9. Cetorelli, N. (2002). Entry and competition in highly concentrated banking markets. *Economic Perspectives*, fourth quarter.
10. Demsetz, H. (1973). Industry structure, market rivalry, and public policy. *The Journal of Law & Economics*, 16(1), 1-9.
11. Dickson, V. A. (1981). Conjectural variation elasticities and concentration. *Economics letters*, 7(3), 281-285.
12. Gelos, R. G., & Roldós, J. (2004). Consolidation and market structure in emerging market banking systems. *Emerging Markets Review*, 5(1), 39-59.
13. Gilbert, R. A. (1984). Bank market structure and competition: a survey. *Journal of Money, Credit and Banking*, 617-645.
14. Goddard, J. A., Molyneux, P., & Wilson, J. O. (2001). *European banking: Efficiency, technology and growth*. Wiley.
15. Hannan, T. H. (1991). Foundations of the structure-conduct-performance paradigm in banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 68-84.
16. Horvath, J. (1972). Absolute and relative measures of concentration reconsidered: A comment. *Kyklos*, 25(4), 841-843.
17. Laeven, L., & Claessens, S. (2003). *What drives bank competition? Some international evidence. Some International Evidence* (August 6, 2003). World Bank Policy Research Working Paper, (3113).

18. Mkrtchyan, A. (2005). The evolution of competition in banking in a transition economy: an application of the Panzar-Rosse model to Armenia. *European Journal of Comparative Economics*, 2(1), 67-82.
19. Molyneux, P., Lloyd-Williams, D. M., & Thornton, J. (1994). Competitive conditions in European banking. *Journal of banking & finance*, 18(3), 445-459.
20. Nathan, A., & Neave, E. H. (1989). Competition and contestability in Canada's financial system: empirical results. *Canadian Journal of Economics*, 576-594.
21. Panzar, J. C., & Rosse, J. N. (1987). Testing for "monopoly" equilibrium. *The journal of industrial economics*, 443-456.
22. Shaffer, S. (1982, April). A non-structural test for competition in financial markets. In Proceedings of a conference on bank structure and competition, Federal Reserve Bank of Chicago (Vol. 225, p. 243).
23. Stigler, G. J. (1964). A theory of oligopoly. *The Journal of Political Economy*, 44-61.
24. Thierry, B., & Mathisen, J. (2005). *Competition and Efficiency in Banking: Behavioral Evidence from Ghana*. IMF Working Paper, International Monetary Fund, Washington DC.
25. Trung, L.T. (2015). Market Concentration and Competition in Vietnamese Banking Sector. *Review of Business and Economics Studies*, (1).

TĂNG PHÍ DỊCH VỤ CÓ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ?: NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Nguyễn Tuấn Kiệt^{1*}, Hà Thị Thanh Trúc²

¹Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ; ntkiet@ctu.edu.vn

²Kiểm toán nhà nước KV4; truclam2713095@student.ctu.edu.vn

* Tác giả nhận phản hồi: ntkiet@ctu.edu.vn; Tel: 0945084009

TÓM TẮT

Nhằm nghiên cứu hành vi của khách hàng thay đổi như thế nào đến chính sách tăng phí, bài viết khảo sát 335 khách hàng sử dụng ngân hàng điện tử tại thành phố Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự thay đổi số lượng giao dịch trước và sau tăng phí dịch vụ ngân hàng điện tử, tuy nhiên sự khác biệt này không có ý nghĩa thống kê, điều này cho thấy việc tăng phí không ảnh hưởng đến hành vi của những người sử dụng ngân hàng điện tử. Bên cạnh đó, các yếu tố như trình độ sau đại học, thu nhập trên 10 triệu và thời gian sử dụng trên 3 năm có ảnh hưởng đến số lượng giao dịch. Từ kết quả nghiên cứu, một số giải pháp đã được đề xuất.

Từ khóa: ATM, Cần Thơ, dịch vụ ngân hàng, ngân hàng điện tử, tăng phí dịch vụ

DOES FEE INCREASE AFFECT BEHAVIOR OF ELECTRONIC BANKING USERS?: CASE STUDY IN CAN THO CITY

ABSTRACT

This paper studies the effect of fee increase on behaviors of electronic banking users in Can Tho city. A total of 335 electronic banking users were personally interviewed. The results show that there is a change in the number of transactions before and after the increase of cost of electronic banking services, however the change is not statistically significant, meaning that the fee increase does not have any impact on behavior of internet banking users. Besides, postgraduate level, 10-million-or-over income and 3-year-or-over time of experience affect the number of transactions. From the research results, some solutions are proposed.

Key words: ATM, banking services, Can Tho, electronic banking, increasing fees

1. Giới thiệu

Phần lớn nguồn thu nhập hiện nay của ngân hàng thương mại là từ hoạt động tín dụng, tuy nhiên, hoạt động này cũng tiềm ẩn khá nhiều rủi ro. Do đó, việc mở rộng dịch vụ ngoài những dịch vụ truyền thống là chiến lược mang lại lợi nhuận lớn cho ngân hàng. Dịch vụ ngân hàng điện tử là một xu hướng tất yếu để các ngân hàng có thể tồn tại, phát triển, đa dạng hóa, duy trì và mở rộng khách hàng trong thời đại hội nhập quốc tế. Dịch vụ này mang rất nhiều tiện lợi cho người sử dụng, ngân hàng và cho cả nền kinh tế với nhiều tính năng tiện ích, nhanh chóng, chính xác,... Dịch vụ ngân hàng điện tử là rất quan trọng cho sự sống còn lâu dài của các ngân hàng trên thế giới. Thị trường ngân hàng điện tử được dự báo sẽ tăng mạnh trong vài năm tới, ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng truyền thống (Duclaux, 1996; Liao và cộng sự, 1999). Mặc dù dịch vụ này không còn mới lạ ở Việt Nam, thậm chí là đang phát triển mạnh mẽ, tuy nhiên, việc tăng phí dịch vụ trong thời gian gần đây đã tác động đến tâm lý của khách hàng đang sử dụng dịch vụ. Năm bắt được vấn đề này, nhiều tác giả đưa ra nhiều nghiên cứu liên quan đến dịch vụ ngân hàng điện tử nhưng chỉ dừng lại ở việc phân tích nhân tố chẳng hạn như Lê Phan Thị Diệu Thảo và Ngô Mỹ Liên (2013) cho thấy hai yếu tố nhận thức về sử dụng và nhận thức tính hữu ích có tác động đến ý định lựa chọn sử dụng internet banking. Ngoài ra, nhận thức về rủi ro cũng được đưa vào mô hình vì tác giả cho rằng một trong những lý do khiến người tiêu dùng không muốn sử dụng dịch vụ là do lo sợ về vấn đề an ninh và bảo mật (Madu và Madu, 2002); đây là một trong các dịch vụ xảy ra sự cố về công nghệ rất phổ biến và không nhìn thấy được (Davidow, 1986). Bên cạnh đó nhận thức về chi phí cũng là rào cản khiến khách hàng không muốn tiếp cận dịch vụ, chi phí giao dịch rẻ sẽ khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử vì sẽ tiết kiệm đáng kể chi phí hoạt động (Sathye, 1999). Trong khi đó, Tan và Teo (2000) sử dụng mô hình thuyết hành động

hợp lý (Theory of Planned Behavior – TPB), (Ajzen, 1985) để đề xuất các biến số trong mô hình bao gồm: thái độ, quy chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi tác động đến hành vi của người tiêu dùng. Tuy nhiên, việc đi sâu tìm hiểu ảnh hưởng chính sách tăng phí đến hành vi giao dịch của khách hàng vẫn chưa được đi sâu nghiên cứu nhiều. Do đó, bài viết này tập trung vào các nội dung: (i) Phân tích thực trạng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng tại Thành phố Cần Thơ; (ii) Phân tích ảnh hưởng của việc tăng phí dịch vụ ngân hàng điện tử đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng tại Thành phố Cần Thơ; và (iii) Đề xuất các hàm ý chính sách.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp so sánh trước sau

- Để đánh giá thay đổi quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, phương pháp so sánh được sử dụng để so sánh số lần, quy mô giao dịch của nhóm đối tượng giữa hai giai đoạn trước và sau khi thực hiện việc tăng phí.

- Kiểm định ý nghĩa thống kê của trị số khác biệt giữa sau và trước khi thực hiện việc tăng phí bằng kiểm định Wilcoxon (kiểm định sự khác biệt sau và trước trên cùng một đối tượng và dữ liệu không có phân phối chuẩn). Kiểm định Wilcoxon (kiểm định phi tham số) là kiểm định để đánh giá sự khác biệt giữa hai phương pháp hoặc điều kiện mà mẫu có tương quan. Đặc biệt, nó phù hợp cho việc đánh giá các dữ liệu từ một thiết kế lặp đi lặp lại. Kiểm định này được sử dụng để kiểm định giả thuyết H_0 : số lượng giao dịch dịch vụ ngân hàng điện tử trước và sau khi tăng phí là giống nhau.

2.2. Phương pháp khác biệt trong khác biệt (DID)

Phương pháp so sánh trước sau trên cùng một đối tượng có hạn chế là ngoài việc tăng phí thì các nhân tố khác cũng sẽ ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng làm thay đổi các chỉ tiêu của đối tượng nghiên cứu. Để khắc phục nhược điểm này, phương pháp khác biệt trong khác biệt được sử dụng. Ước lượng khác biệt trong khác biệt (difference in differences hay viết tắt là DID) hay còn gọi là phương pháp sai biệt kép (DD) (World Bank, 2010) là một phương pháp thống dụng trong thí nghiệm tự nhiên, ngày càng được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu phân tích hiệu quả tác động của chính sách. Phương pháp DID tính tới hai khác biệt: khác biệt theo thời gian trước và sau khi thi hành chính sách và khác biệt chéo giữa nhóm bị tác động và nhóm kiểm soát, và do vậy có tên gọi là khác biệt trong khác biệt.

Gọi D là biến giả phản ánh nhóm quan sát, $D = 0$: biến quan sát thuộc nhóm đối chứng, $D = 1$: biến quan sát thuộc nhóm tác động. Với $T = 0$ là thời gian trước khi có chính sách tăng phí, $T = 1$ là thời gian sau khi có chính sách tăng phí.

Tuy nhiên, số lượng, quy mô sử dụng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào phí dịch vụ mà còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như: tuổi, giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp, thu nhập... Vì vậy, đánh giá ảnh hưởng của việc tăng phí đến quyết định sử dụng dịch vụ sẽ chính xác hơn nếu đưa thêm các biến này vào làm biến kiểm soát. Để làm được điều này, nghiên cứu này sẽ kết hợp giữa phương pháp DID và phân tích mô hình hồi quy:

$$\text{Mô hình kinh tế lượng: } Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 D + \beta_2 T + \beta_3 D \cdot T + \beta_4 Z_{it}$$

Trong đó: Y_{it} : là số lượng giao dịch của người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của người tiêu dùng i tại thời điểm t .

$D = 1$: người tiêu dùng sử dụng dịch vụ tại ngân hàng đã áp dụng chính sách tăng phí (nhóm đối tượng), $D = 0$: người tiêu dùng sử dụng dịch vụ tại ngân hàng chưa áp dụng chính sách tăng phí (nhóm đối chứng).

$T = 1$: thời gian sau khi áp dụng chính sách tăng phí (2014); $T = 0$: thời gian trước khi áp dụng chính sách tăng phí (2013).

Z_{it} là các biến kiểm soát.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Ngân hàng điện tử bao gồm nhiều dịch vụ khác nhau nhưng chỉ có ATM và internet banking là 2 dịch vụ được người dân sử dụng nhiều và có chính sách tăng phí nên nghiên cứu này chỉ tập trung phỏng vấn 2 nhóm đối tượng sử dụng dịch vụ này. Với độ tin cậy là 95% với giá trị z tương ứng là 1.96, sai số cho phép là nằm trong khoảng 5%. Giả định p*q lớn nhất có thể xảy ra là 0.3*0.7 đối với tổng thể. Áp dụng công thức tính cỡ mẫu:

$$n = \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2}$$

Trong đó:

n= là cỡ mẫu

z= giá trị phân phối tương ứng với độ tin cậy 95% (1,96)

p= là ước tính tỷ lệ % của tổng thể (30%)

q = 1-p (70%)

e = sai số cho phép (+-5%)

Cỡ mẫu được tính là 278, tổng số bảng câu hỏi phát ra là 380 bảng, trong đó có 335 phiếu khảo sát hợp lệ. Do tính chất công nghệ dịch vụ internet banking, người dùng phải biết đến internet và do dân số tập trung đông, đa phần có trình độ và việc làm nên số lượng sử dụng internet banking cũng khá nhiều, khách hàng tại quận Ninh Kiều – TP Cần Thơ được phỏng vấn trực tiếp theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên tại các phường.

3.2. Kết quả nghiên cứu

- **Phân tích thực trạng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của người dân tại Thành phố Cần Thơ**

Bảng 1: Số lượng khách hàng sử dụng ATM và Internet Banking

Thông tin khách hàng	ATM	Internet Banking	ATM và Internet Banking
Chưa sử dụng dịch vụ	46	205	19
Đã sử dụng dịch vụ	12	15	0
Đang sử dụng dịch vụ	277	115	66
Tổng cộng	335	335	85

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015

Trong số 335 khách hàng được phỏng vấn, có 277 khách hàng đang sử dụng dịch vụ ATM, 115 người đang sử dụng internet banking, và 66 trường hợp sử dụng cả dịch vụ ATM, internet banking. Kết quả khảo sát cho thấy không có chênh lệch đáng kể giữa tỷ lệ nam là 51% và nữ là 49%, độ tuổi của đáp viên nằm trong khoảng từ 18 đến 50 tuổi. Đây là nhóm độ tuổi khá đại diện cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Khách hàng phần lớn có thu nhập bình quân/tháng từ 5 đến 10 triệu chiếm tỷ lệ 44,5%, còn lại là nhóm khách hàng có thu nhập dưới 5 triệu chiếm 37,3% và trên 10 triệu chiếm tỷ lệ là 18,2%. Về tiêu chí trình độ học vấn, tỉ lệ mẫu khảo sát có trình độ đại học chiếm cao nhất với tỷ lệ 60,4%, kế tiếp là trình độ cao đẳng, trung cấp chiếm 26%; tỷ lệ cấp ba hoặc thấp hơn và sau đại học chiếm tỷ lệ nhỏ.

- **Mức độ sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử**

Đối với khách hàng sử dụng dịch vụ ATM tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn quận Ninh Kiều thành phố Cần Thơ, rút tiền và chuyển khoản là 2 tiện ích thẻ ATM được nhiều khách hàng sử

dụng, cứ 100 người đến giao dịch bằng ATM thì có khoảng 35 người giao dịch rút tiền; kế đến là sử dụng dịch vụ chuyển khoản 26 người; tiếp theo là các dịch vụ truy vấn thông tin tài khoản, tra cứu lịch sử và thanh toán hóa đơn. Trong khi đó, đối với internet banking, khách hàng thường xuyên sử dụng nhất là dịch vụ chuyển khoản với tỷ lệ 27,3%. Các dịch vụ khác chiếm tỷ lệ cao thứ hai với 24,8% với tiện ích truy vấn thông tin số dư tài khoản, thấp nhất là tiện ích đăng ký nhận sao kê tài khoản qua email vì đa số ngân hàng đều triển khai tiện ích này cho các khách hàng mà không cần đăng ký.

- **Thị phần các ngân hàng mà khách hàng hay sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử phỏng vấn tại thành phố Cần Thơ**

Bảng 2: Thị phần các ngân hàng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử

Tên ngân hàng	ATM		Internet banking	
	Tần suất	Tỷ lệ (%)	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Vietcombank	105	28,3	47	29,2
Vietinbank	69	18,6	27	16,8
BIDV	17	4,6	17	10,6
Đông Á	48	12,9	22	13,7
Techcombank	14	3,8	8	5,0
Sacombank	33	8,9	13	8,1
Agribank	67	18,1	13	8,1
Khác	18	4,9	14	8,7
Tổng cộng	371	100,0	161	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015

Theo số liệu khảo sát có thể thấy được vị trí của Vietcombank vẫn đứng đầu trong thị trường các ngân hàng Việt Nam, có 27,6% khách hàng sử dụng ATM và 29,2% khách hàng sử dụng internet banking lựa chọn sử dụng khi được phỏng vấn. Đứng thứ hai là thương hiệu Vietinbank, đây là ngân hàng thương mại luôn luôn cạnh tranh trực tiếp với Vietcombank và lượng khách hàng chọn Vietinbank chiếm tỷ lệ không nhỏ (18,6% đối với ATM và 16,8% đối với internet banking). Đứng thứ ba là ngân hàng Agribank được khách hàng lựa chọn sử dụng ATM, đây là ngân hàng có lượng vốn huy động lớn nhất Việt Nam trong thời điểm này, tuy nhiên đối với dịch vụ internet banking, lượng khách hàng lựa chọn ngân hàng này không nhiều khi được hỏi, điều này cũng phản ánh đúng một phần thực tế vì theo đánh giá Agribank có tiến bộ chậm về công nghệ và chất lượng dịch vụ.

- **Phân tích ảnh hưởng của việc tăng phí dịch vụ ngân hàng điện tử đến quyết định sử dụng của người dân tại Thành phố Cần Thơ**

Ngân hàng điện tử bao gồm nhiều loại dịch vụ khác nhau, tuy nhiên chính sách tăng phí hầu hết ở các ngân hàng tập trung vào dịch vụ ATM và dịch vụ internet banking, và nghiên cứu này chỉ tập trung nghiên cứu một số khách hàng sử dụng dịch vụ ATM và internet banking tại các ngân hàng thương mại lớn có chính sách tăng phí có thể ảnh hưởng đến hành vi giao dịch của người dân chẳng hạn như các tiện ích dịch vụ: rút tiền, chuyển khoản, vấn tin số dư, in sao kê...

Có nhiều ngân hàng tăng phí vào các mốc thời điểm khác nhau từ 1/3/2013 đến thời điểm tháng 7/2015. Tuy nhiên, để thấy được tác động của tăng phí, nghiên cứu này chọn mốc thời gian tăng phí vào thời điểm 2013 dành cho đối tượng sử dụng ATM và thời điểm năm 2014 cho khách hàng sử dụng internet banking, hầu hết những khách hàng được phỏng vấn đều sử dụng dịch vụ của một số ngân hàng lớn nên năm ngân hàng lớn áp dụng chính sách tăng phí ATM năm 2013: Vietcombank, Vietinbank, Agribank, BIDV, Techcombank và bốn ngân hàng áp dụng chính sách tăng phí internet banking năm 2014: Vietcombank, Nam Á, Techcombank, VIB được sử dụng để chạy số liệu, dựa vào kết quả phỏng

vấn trực tiếp khách hàng của một số ngân hàng trên sẽ thông qua phương pháp so sánh trước sau để xem sự thay đổi hành vi giao dịch của khách hàng.

- So sánh sự thay đổi về số lượng giao dịch dịch vụ ngân hàng điện tử trước và sau khi tăng phí của các khách hàng tại các ngân hàng có chính sách tăng phí bằng kiểm định Wilcoxon

Bảng 3: Sự thay đổi về số lượng giao dịch ngân hàng điện tử trước và sau khi tăng phí của các khách hàng tại các ngân hàng có chính sách tăng phí bằng kiểm định Wilcoxon

Số lượng giao dịch	Trước tăng phí		Sau tăng phí		Hiệu số sau - trước	Đơn vị lệch chuẩn	Mức ý nghĩa (Sig.)
	N	Trung bình	N	Trung bình			
ATM	184	3,74	184	3,27	- 0,47	-5,018;	0,000
Internet banking	46	5,98	46	5,26	- 0,72	-2,830	0,005

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015.

Qua bảng kết quả trên cho thấy số lượng giao dịch dịch vụ ATM, internet banking có sự thay đổi trong quá trình trước và sau tăng phí với mức ý nghĩa lần lượt là 0,000 và 0,005. Tuy nhiên, chênh lệch về số lượng giao dịch rất thấp. Hiện nay, các dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng còn rất đơn điệu ở các tiện ích chuyển tiền, nạp tiền điện thoại, thanh toán vé máy bay, taxi; một số lĩnh vực khác như du lịch, thanh toán và tiêu dùng cao cấp còn hạn chế. Mặc dù chính sách tăng phí được ngân hàng cam kết đi đôi với chất lượng, nhưng khi phỏng vấn thì đa phần người dân vẫn còn phản nản về số lượng máy ATM quá ít, vẫn còn tình trạng máy ATM không còn tiền, nghẽn mạch, hệ thống còn chậm, mất thời gian, đôi khi xảy ra lỗi giao dịch tốc độ chậm, thao tác còn rườm rà, mất nhiều thời gian, nhân viên hướng dẫn chưa nhiệt tình đối với dịch vụ internet banking... Bên cạnh số tiền thu phí dịch vụ không đồng nhất giữa các ngân hàng như hiện nay, việc thu quá nhiều loại phí đối với dịch vụ ngân hàng điện tử sẽ khiến người dân e ngại sử dụng dịch vụ này, đi ngược với chủ trương phát triển thanh toán không dùng tiền mặt của ngân hàng. Do đó, chính sách tăng phí cần được các ngân hàng thương mại tính toán thận trọng và hợp lý để tránh tình trạng đi ngược xu thế phát triển chung của thế giới.

Dịch vụ internet banking hiện được nhiều ngân hàng triển khai, giúp khách hàng có thể chuyển khoản tiện lợi bất kể thời gian, chuyển khoản liên ngân hàng với hạn mức số tiền lên tới hàng trăm triệu đồng nhưng mức phí không hề rẻ. Hiện mức phí phổ biến của các ngân hàng qua internet banking như chuyển khoản bằng VNĐ cùng hệ thống nhưng khác tỉnh, thành phố là 10.000 đồng/lần, chuyển khoản ngoài hệ thống cùng tỉnh, thành phố tối thiểu là 15.000 đồng/lần và khác tỉnh, thành phố tối thiểu là 20.000 đồng/lần, chuyển khoản liên ngân hàng theo số thẻ là 5.000 đồng/lần... Nếu khách hàng chuyển khoản trong vòng 2 ngày làm việc kể từ ngày nộp tiền mặt vào tài khoản còn bị thu thêm phí kiểm đếm tối thiểu từ 10.000 - 15.000 đồng/lần. Do có quá nhiều loại phí trên một lần giao dịch khiến khách hàng hạn chế sử dụng dịch vụ để tránh mất phí.

- So sánh sự thay đổi số lượng giao dịch dịch vụ ngân hàng điện tử giữa các ngân hàng có và không áp dụng chính sách tăng phí bằng phương pháp khác biệt trong khác biệt

Các ngân hàng được chọn so sánh là các ngân hàng có các tiện ích dịch vụ ngân hàng điện tử tương tự với các ngân hàng tăng phí nhưng chưa có chính sách tăng phí vào thời điểm này.

Bảng 4: Sự khác biệt về số lượng giao dịch đối với ngân hàng tăng phí và không tăng phí

Chỉ tiêu	Ngân hàng	Giá trị trước tăng phí		Giá trị sau tăng phí		Hiệu số sau – trước	Sig.
		N	Trung bình	N	Trung bình		
Số lượng giao dịch ATM	- Không tăng phí	93	5,58	93	4,91	- 0,67	0,01
	- Có tăng phí	184	3,74	184	3,26	- 0,48	0,01
Khác biệt trong khác biệt						0,19	
Số lượng giao dịch IB	- Không tăng phí	69	4,87	69	3,87	-1,00	0,312
	- Có tăng phí	46	5,98	46	5,26	- 0,72	0,309
Khác biệt trong khác biệt						0,28	

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015

Khi chính sách tăng phí diễn ra thì hành vi giao dịch của khách hàng có hiện tượng thay đổi. Đa phần khách hàng chuyển sang động thái hạn chế số lượng giao dịch để tránh mất nhiều phí. Đối với dịch vụ ATM, khi có chính sách tăng phí thì tỷ lệ trung bình số lượng giao dịch tại các ngân hàng có chính sách tăng phí chênh lệch so với các ngân hàng không tăng phí là 0,19% do khách hàng sử dụng dịch vụ theo hiện tượng bầy đàn, tức là khi có hiện tượng tăng phí thì sẽ suy nghĩ các ngân hàng còn lại cũng chuẩn bị tăng, để tránh hiện tượng mất phí, các khách hàng ở ngân hàng không tăng phí cũng có hiện tượng giảm lượng giao dịch. Tuy nhiên, đối với dịch vụ internet banking thì yếu tố số lượng giao dịch trước và sau khi tăng phí không có ý nghĩa thống kê nên không có sự khác biệt trong khác biệt. Điều này được lý giải là do phần lớn khách hàng đánh giá mức phí dịch vụ ở mức trung bình nên hiện tượng tăng phí chưa ảnh hưởng nhiều đến lượng giao dịch, bên cạnh đó chính sách tăng phí tại các ngân hàng không được công bố hoặc khách hàng chưa quan tâm nhiều nên nhiều khách hàng vẫn còn chưa biết thông tin tăng phí tại ngân hàng mình đang sử dụng dịch vụ. Có thể kết luận rằng đối với dịch vụ ATM có sự khác biệt về số lượng giao dịch, còn dịch vụ internet banking thì không có sự khác biệt giữa khách hàng tại các ngân hàng có chính sách tăng phí và không có chính sách tăng phí.

Chỉ với dịch vụ ngân hàng điện tử, ngân hàng có thể thu hàng chục loại phí khác nhau như phí duy trì tài khoản, phí thường niên, phí duy trì sử dụng internet banking, phí sử dụng dịch vụ internet banking, phí chuyển tiền liên ngân hàng qua tài khoản, phí cấp thiết bị token (mật khẩu động)... Chưa kể trong mỗi dịch vụ, ngân hàng lại chia thành các khoản nhỏ để có thể “khai thác” thêm nhiều khoản phí từ khách hàng. Tuy nhiên, qua việc khảo sát của người dân tại Thành phố Cần Thơ, rất nhiều trường hợp đang sử dụng dịch vụ tại các ngân hàng có chính sách tăng phí nhưng khi hỏi về vấn đề này thì đa phần khách hàng đều không quan tâm hoặc không biết về chính sách này. Các tổ chức phát hành thẻ cần thực hiện niềm yết công khai phí dịch vụ ngân hàng điện tử theo đúng quy định khi khách hàng mở thẻ và trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ, giải thích và phản hồi trước khách hàng về những thắc mắc liên quan đến mức phí và loại phí để người dân an tâm sử dụng.

• Nhân tố ảnh hưởng đến số lượng giao dịch của khách hàng

Phương trình hồi quy có dạng:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 * NH_{tangphi} + \beta_2 * Thoigiantruocsau + \beta_3 * NH_{tangphi} * Thoigiantruocsau + \beta_4 Z_{it}$$

Trong đó: Y_{it} : là chỉ tiêu số lượng giao dịch của người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của người tiêu dùng i tại thời điểm t .

Z_{it} là các biến kiểm soát bao gồm tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp,...

Qua kết quả phân tích hồi quy của các biến ngân hàng tăng phí và không tăng phí, thời gian trước và sau khi tăng phí, giới tính, độ tuổi, trình độ, nghề nghiệp, thu nhập, thời gian sử dụng, phí giao dịch; hầu hết các biến đều không có ý nghĩa.

Kết quả phân tích ở Bảng 5 cho thấy $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ không có ý nghĩa nên không có sự khác biệt trong khác biệt giữa số lượng giao dịch dịch vụ ngân hàng điện tử của các khách hàng tại các ngân hàng tăng phí và không tăng phí ở thời điểm trước và sau tăng phí. Tuy nhiên, các biến trình độ sau đại học, thu nhập trên 10 triệu, nghề nghiệp giám đốc và thời gian sử dụng trên 3 năm có ảnh hưởng số lượng giao dịch của người dân tại thành phố Cần Thơ.

Bảng 5: Kết quả phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến số lượng giao dịch

Các biến số (N = 335)	Hệ số B	Mức ý nghĩa
Hằng số	2.431	.030
ATM	.131	.750
ATM và IB	.395	.294
Tgtruocsau	-.809	.103
NH tang phi	-.587	.225
Nhtangphi*TGtruocsau	.283	.662
Gioitinh (Nam)	.771	.021
24-30 tuoi	-.283	.711
31-40 tuoi	-1.460	.083
>40 tuoi	-2.367	.013
Cao dang	-1.226	.135
Dai hoc	-1.152	.170
Sau dai hoc	-3.838	.000
Cong nhan	-.721	.475
NV ky thuat	.622	.450
NV kinh doanh	2.077	.021
Truong/pho phong	-.201	.869
Giam doc	9.495	.000
Noi tro	1.485	.307
Khac	.761	.394
Thunhap5-10 trieu	.648	.196
Thunhap>10 trieu	3.807	.000
TGSD 1-3 nam	1.075	.062
TGSD >3 nam	2.721	.000

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015

Trình độ học vấn: Biến trình độ sau đại học có hệ số tương quan âm đến số lượng giao dịch của người dân. Có thể nhận thấy, học vấn là nhân tố quan trọng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Khi trình độ học vấn càng cao, khách hàng có khả năng tiếp cận nhiều thông tin, đồng thời có mối quan hệ rộng hơn, thông hiểu về các quy chế, quy định về chính sách nhiều hơn nên tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử ít đi hoặc khi cần thiết mới sử dụng để tiết kiệm phí giao dịch. Kết quả phân tích từ mô hình cho thấy, biến có tác động nghịch chiều đến số lượng giao dịch.

Ngược lại, thu nhập cá nhân thể hiện khả năng chi trả cho việc sử dụng dịch vụ tốt hơn. Biến thu nhập trên 10 triệu có tương quan thuận đến số lượng giao dịch. Điều này chứng tỏ khi thu nhập càng cao, khách hàng không còn quan tâm nhiều đến mức phí giao dịch, họ chú trọng nhiều hơn về quy mô, chất lượng giao dịch nhiều hơn.

Tương tự, biến thời gian sử dụng biểu thị sự gắn bó lâu dài với ngân hàng. Thời gian sử dụng càng dài thì khách hàng càng trung thành với các dịch vụ đang sử dụng. Biến thời gian sử dụng trên 3 năm cũng có hệ số dương với số lượng giao dịch dịch vụ ngân hàng điện tử. Các khách hàng đã sử dụng lâu năm thường có thói quen sử dụng lâu dài, ít thay đổi cho dù yếu tố phí giao dịch có ảnh hưởng ít nhiều.

Bên cạnh đó, nghề nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập, vì vậy nghề nghiệp là giám đốc cũng ảnh hưởng đến số lượng giao dịch. Thông thường, công việc giám đốc đòi hỏi các dịch vụ tiết kiệm thời gian để giao dịch với khách hàng mà không cần quan tâm nhiều đến mức phí. Họ chú trọng nhiều hơn chất lượng dịch vụ nên giám đốc có mối tương quan dương đến số lượng giao dịch khi có hiện tượng tăng phí tại các ngân hàng.

Như vậy, các biến độc lập như trình độ sau đại học, thu nhập trên 10 triệu, thời gian sử dụng trên 3 năm, nghề nghiệp giám đốc tác động đến số lượng giao dịch ở những mức độ khác nhau.

4. Hàm ý chính sách nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử

Khi có hiện tượng tăng phí xảy ra, phần lớn khách hàng có tâm lý hạn chế giao dịch và đòi hỏi cao hơn chất lượng dịch vụ với mức phí mà họ chi trả, do đó, ngân hàng cần có những chính sách nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn đối với những khách hàng của họ.

5. Kết luận

Nghiên cứu này nghiên cứu ảnh hưởng của việc tăng phí đến quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của người dân tại thành phố Cần Thơ. Đặc biệt bài viết này tập trung nghiên cứu số lượng giao dịch của khách hàng tại các ngân hàng có và không có chính sách tăng phí tại hai thời điểm trước và sau khi tăng phí. Đối với dịch vụ ATM thì có sự khác biệt giữa khối lượng giao dịch trước và sau tăng phí của nhóm ngân hàng tăng phí và không tăng phí, nhưng dịch vụ internet banking không có ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, việc phân tích nhân tố ảnh hưởng chỉ ra rằng trình độ, thu nhập, thời gian sử dụng là ba nhân tố ảnh hưởng đến số lượng giao dịch. Tuy nhiên, bài viết này cũng có những hạn chế nhất định, đó là chỉ nghiên cứu trên số liệu phỏng vấn trực tiếp từ khách hàng mà chưa có sự đối chiếu với ngân hàng cung cấp dịch vụ. Ngoài ra, do hạn chế về thời gian nên nghiên cứu này chưa đo lường được giá trị giao dịch của khách hàng có sự thay đổi như thế nào khi có chính sách tăng phí nhằm làm rõ hơn hành vi giao dịch của khách hàng. Đề nghị hướng nghiên cứu tiếp theo sẽ giải quyết vấn đề này tốt hơn.

Tài liệu tham khảo

1. Ajzen (1985), I. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, in Action Control: From Cognition to Behavior, J. Kuhl and J. Beckmann (eds.), New York: Springer-Verlag, , pp.11-39.
2. Duclaux, D. (1996). The Call of the Web, *ABA Banking Journal*, Financial Times. Internet Poses Growing Threat to Traditional Banks, August 1996, pp.20-22.
3. Lê Phan Thị Diệu Thảo và Ngô Mỹ Liên (2013). Nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn sử dụng Internet Banking của khách hàng khu vực Tây Nam Bộ. *Tạp chí công nghệ ngân hàng*. Số 91, tháng 10/2013, trang 29 – 36.
4. Liao, S., Shao, Y. P., Wang, H., and Chen, A.(1999). The Adoption of Virtual Banking: An Empirical Study, *International Journal of Information Management* (19:1), pp. 63-74.

5. Madu, C., N. and Madu, A.,A. (2002). Dimensions of E-quality,*International Journal of Quality & Reliability Management*, pp. 246-258.
6. Sathye, M. (1999). Adoption of Internet banking by Australian consumers: an empirical Investigation, *International Journal of bank Marketing*, pp. 324-334.

TÁC ĐỘNG TỪ CÁC HÌNH THỨC CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ ĐẾN CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

Lương Thị Thảo, Phạm Văn Đoàn

¹Trường Đại học Kinh tế TP.HCM;

*Tác giả nhận phản hồi: thaoluong@ueh.edu.vn; Tel.: +84-989 676 450

TOM TẮT

Bài nghiên cứu nhằm kiểm tra tác động từ hai hình thức can thiệp của Nhà nước đối với các chính sách tài chính (CSTC) của các doanh nghiệp (DN) ở Việt Nam: can thiệp trực tiếp thông qua tỷ lệ sở hữu và can thiệp gián tiếp thông qua phân chia các vùng kinh tế trọng điểm. Bằng các ước lượng Bảng các ước lượng hồi quy hai giai đoạn (2SLS), mô hình biến giả bình phương tối thiểu (LSDV) trên mẫu dữ liệu gồm 315 doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn từ 2007 đến 2014; kết quả cho thấy hai hình thức can thiệp này của Nhà nước có tác động trái chiều đối với các CSTC (đòn bẩy tài chính, kì hạn nợ, tỷ lệ nắm giữ tiền mặt) của các doanh nghiệp và đều làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (DN). Cùng với đó, bằng cách sử dụng phương pháp mới trong nghiên cứu biến số về khoảng cách địa lý, bài nghiên cứu đã cho thấy can thiệp gián tiếp giúp hạn chế những tác động từ can thiệp trực tiếp của Nhà nước. Ngoài ra, thị trường trái phiếu doanh nghiệp phát triển sẽ là nguồn tài trợ bổ sung giúp hạn chế sự phụ thuộc của DN vào Nhà nước.

Từ khóa: 2SLS, chính phủ can thiệp gián tiếp; can thiệp trực tiếp; chính sách tài chính

THE EFFECTS OF GOVERNMENT INTERVENTION ON CORPORATE FINANCIAL POLICIES IN VIETNAM

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of the two forms of government intervention on Vietnamese corporate financial policies: direct intervention via government ownership and indirect intervention via selecting key economic areas (KEAs). By using 2SLS and LSDV estimation on a sample of 315 Vietnamese firms in the period from 2007 to 2014, we discovered that these two forms of government intervention have opposite effects on corporate financial policies (financial leverage, debt maturity and cash holding ratio) and that both of them are related to higher capital expenditure and poorer performance. Furthermore, by suggesting a geographical distance variable to examine how government policies affect corporate decisions, this study showed that indirect intervention can help mitigate the adverse effects of direct intervention on corporate financial policies. We also found that the development of corporate bond market will provide corporates with additional funding to reduce their reliance on government.

Keywords: 2SLS; government indirect intervention; direct intervention; corporate financial policies

1. Giới thiệu

Các học thuyết kinh tế cận, hiện đại tranh luận khá nhiều về vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế thị trường; đáng chú ý là học thuyết kinh tế của Keynes và trường phái Keynes khi đề cao sự cần thiết và vai trò can thiệp của Nhà nước đối với nền kinh tế. Thực tế hiện nay của hầu hết các nền kinh tế trên thế giới cũng chứng minh vai trò này. Can thiệp của Nhà nước vào nền kinh tế ở các nước khác nhau sẽ có mức độ và tính hiệu quả khác nhau. Ở những nền kinh tế phát triển, mức độ can thiệp của Nhà nước sẽ thấp hơn khi bộ máy kinh tế tỏ ra hoạt động tương đối trơn tru, hiệu quả; còn đối với những nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, thì sự can thiệp của Nhà nước vào nền kinh tế sẽ mạnh mẽ hơn. Qua gần 30 năm đổi mới, dù đạt được nhiều thành tựu nhưng trong quản lý Nhà nước cũng còn nhiều hạn chế, đặc biệt quản lý doanh nghiệp Nhà nước (DNNN) bộc lộ quá nhiều bất cập, yếu kém, gây thiệt hại lớn cho nền kinh tế. Những DN chịu sự can thiệp của Nhà nước đôi khi phải đi theo những mục tiêu chính trị xã hội thay vì những mục tiêu kinh tế. Sự yếu kém của các tập đoàn, tổng công ty lớn thuộc sở hữu nhà nước đã và đang trở thành vấn đề thời sự, thu hút sự quan tâm của lãnh đạo Đảng, Nhà nước và toàn xã hội. Nghiên cứu về mức độ tác động của can thiệp Nhà nước đối với DN, hầu hết

các nghiên cứu trước đây chỉ mới tập trung xem xét tác động của can thiệp trực tiếp mà chưa xem xét mức độ tác động của can thiệp gián tiếp, hoặc nếu có thì còn khá sơ sài (Li và *ctv*, 2009). Ngoài ra, các nghiên cứu trước đây chỉ tập trung vào xem xét các quyết định đầu tư hay tài trợ riêng lẻ mà ít khi xem xét quyết định tài chính tổng hợp của DN (Shleifer và Vishy, 1994; Chen và *ctv*, 2011; Chen và *ctv*, 2013; Pessarossi và Weill, 2013). Tại Việt Nam, những nghiên cứu mang tính chất tổng thể về vấn đề này được công bố còn rất hạn chế, đây là động lực để nhóm tác giả khi thực hiện bài nghiên cứu này.

Mục tiêu nghiên cứu là xem xét tác động của hai hình thức can thiệp Nhà nước đến các CSTC của DN Việt Nam và mối quan hệ giữa hai hình thức can thiệp này. Ngoài ra, bài nghiên cứu cũng đánh giá tác động của phát triển thị trường trái phiếu doanh nghiệp đối với các DN. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, các câu hỏi nghiên cứu sau sẽ được tập trung giải quyết:

- (1) Mức độ sở hữu nhà nước có tác động như thế nào đối với các CSTC của doanh nghiệp?
- (2) Tác động của sở hữu nhà nước (can thiệp trực tiếp) giữa DN nằm trong và ngoài vùng kinh tế trọng điểm (can thiệp gián tiếp), giữa DN thuộc quản lý của chính quyền trung ương và chính quyền địa phương (can thiệp gián tiếp) có sự khác nhau như thế nào?
- (3) Phát triển thị trường trái phiếu doanh nghiệp có giúp hạn chế ảnh hưởng của sở hữu nhà nước đối với DN hay không?

2. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm

2.1.1 Những lý thuyết kinh tế về vai trò của Nhà nước

Tranh luận về vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế, các trường phái kinh tế lớn trong lịch sử học thuyết kinh tế chia thành hai xu hướng chính: (i) *Xu hướng đề cao vai trò thị trường của trường phái Cổ điển A.Smith, Tân cổ điển và Chủ nghĩa tự do mới*, cho rằng nền kinh tế thị trường có sự ổn định vốn có thông qua cơ chế “cạnh tranh tự do” giúp bảo đảm sự cân bằng chung của nền kinh tế. Sự can thiệp của Nhà nước vào tiến trình hoạt động của thị trường là cần thiết nhưng cũng chỉ nên giới hạn theo phương châm “thị trường nhiều hơn, Nhà nước can thiệp ít hơn.” (ii) *Xu hướng đề cao vai trò Nhà nước của Keynes và trường phái Keynes, Chủ nghĩa thể chế, kinh tế học Phái tả và xu hướng kinh tế chính trị học Cấp tiến*, cho rằng, để ổn định nền kinh tế và thích ứng với biến động suy thoái thì giải pháp tất yếu và cần thiết là sự can thiệp của Nhà nước. Những quan điểm khác nhau này có thể do đặc điểm của kinh tế thị trường ở từng giai đoạn lịch sử, những biến cố kinh tế lớn trong từng giai đoạn, hoặc do sự khác biệt về động cơ lợi ích giai cấp đứng sau các quan điểm lý thuyết. Tuy nhiên, không trường phái nào có thể phủ nhận được vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế.

Sự can thiệp của Nhà nước đối với DN nhằm ngăn chặn, hạn chế tác hại do các hoạt động của DN gây ra và hỗ trợ DN giải quyết những khó khăn như thiếu vốn sản xuất kinh doanh, thiếu mặt bằng sản xuất, kinh doanh; công nghệ cũng như cơ chế chính sách, khuôn khổ pháp lý. Nhà nước thường can thiệp vào DN thông qua hai hình thức:

Can thiệp trực tiếp: thông qua tỷ lệ sở hữu chi phối vốn Nhà nước tại các DN, từ đó đại diện Nhà nước tham gia trực tiếp quản lý hoặc chi phối hoạt động DN.

Can thiệp gián tiếp: Nhà nước sẽ lựa chọn ra các vùng kinh tế kinh tế trọng điểm; là những vùng hội tụ đầy đủ nhất các điều kiện phát triển, có khả năng tạo lợi thế cạnh tranh, làm đầu tàu tăng trưởng và có nhiều chính sách ưu đãi cho các vùng này. Từ đó, các DN trong vùng sẽ được hưởng những tác động gián tiếp từ các ưu đãi này.

2.1.2 Các nghiên cứu thực nghiệm

Bàn về tác động của hai loại can thiệp của Nhà nước đối với đòn bẩy tài chính và kì hạn nợ của doanh nghiệp, Shleifer và Vishy (1986) cho rằng trong một DN với nhiều chủ sở hữu nhỏ thì DN đó sẽ không trả tiền cho bất kì ai điều hành hoạt động của mình một cách riêng lẻ. Bên cạnh đó, với lý thuyết rủi ro thanh khoản, Diamond (1991) cho thấy rằng các nhà phát hành nợ ngắn hạn có xu hướng bị kiểm soát nhiều hơn và rủi ro thanh khoản lớn hơn trong những lần phát hành nợ tiếp theo. Do đó DN với tỷ lệ sở hữu nhà nước cao hơn có nhiều khả năng sử dụng nợ dài hạn từ các ngân hàng thuộc sở hữu nhà

nước để giảm việc kiểm soát và rủi ro thanh khoản. [Almazan và ctv \(2010\)](#) cho thấy rằng các DN đang nằm trong các cụm công nghiệp có xu hướng thực hiện mua lại nhiều hơn, có tỷ lệ nợ thấp hơn và số dư tiền mặt lớn hơn các DN tương tự trong ngành nhưng nằm bên ngoài cụm công nghiệp. [Myers và Majluf \(1984\)](#) cũng cho rằng các DN nằm ở các thành phố và các trung tâm công nghệ đang phát triển cũng duy trì tiết kiệm tài chính nhiều hơn để đón đầu các cơ hội tăng trưởng. [Zou và Xiao \(2006\)](#) cho rằng các DN có tỷ lệ sở hữu Nhà nước càng cao thì càng có xu hướng sử dụng nhiều nợ trong cấu trúc vốn. Nguyên nhân là do dưới sự bảo hộ của nhà nước, các DNNN có khả năng tiếp cận tốt hơn với các nguồn tài trợ từ bên ngoài hoặc do ưu tiên sử dụng nợ thay vì phát hành cổ phần mới ra bên ngoài để tránh pha loãng cổ phần, đảm bảo quyền kiểm soát của nhà nước hoặc cũng có thể sử dụng nhiều nợ để giảm thiểu vấn đề đại diện. [Shao và ctv. \(2014\)](#) cho thấy can thiệp trực tiếp thông qua tỷ lệ sở hữu nhà nước dẫn đến các DN sử dụng đòn bẩy tài chính cao hơn, kì hạn nợ dài hơn, trong khi can thiệp gián tiếp thông qua phân chia các vùng kinh tế phát triển có tác động ngược lại và làm giảm các ảnh hưởng tiêu cực từ can thiệp trực tiếp. Kết quả nghiên cứu của [Li và Zhao \(2009\)](#), cũng ủng hộ quan điểm này. Từ đó, hai giả thuyết được đặt ra khi nghiên cứu tại Việt Nam:

H1a: DN có tỷ lệ sở hữu Nhà nước lớn hơn sẽ có xu hướng sử dụng đòn bẩy tài chính cao hơn và dùng nợ có kì hạn dài hơn.

H2a: DN nằm trong vùng kinh tế trọng điểm có xu hướng sử dụng đòn bẩy tài chính thấp hơn và nợ có kì hạn ngắn hơn các DN bên ngoài.

Chính sách nắm giữ tiền mặt, nhằm giúp DN có sự linh hoạt và tự do về tài chính. Có rất nhiều nghiên cứu đã xem xét các đặc điểm của DN nhằm xác định được lượng tiền mặt nắm giữ tối ưu như cơ hội tăng trưởng, rủi ro dòng tiền, chi trả cổ tức và khả năng tiếp cận thị trường vốn ([Bates và ctv, 2009](#)). DN với tỷ lệ sở hữu Nhà nước cao hơn sẽ dễ dàng tiếp cận tín dụng ngân hàng thông qua sự hỗ trợ của Nhà nước, dẫn tới mối quan hệ nghịch biến giữa lượng tiền mặt nắm giữ và sở hữu NN. [Caprio và ctv. \(2013\)](#) cho rằng các DN hoạt động ở nơi mức độ thị trường hóa kém, các nhà quản lý thực hiện chính sách chi trả cổ tức cao từ đó làm giảm nắm giữ tiền mặt của DN. [Shao và ctv. \(2014\)](#) cũng khẳng định rằng các DN nằm trong vùng kinh tế phát triển có tỷ lệ nắm giữ tiền mặt cao hơn các DN bên ngoài. Từ đó, hai giả thuyết về can thiệp của Nhà nước đến việc nắm giữ tiền mặt được thiết lập:

H1b: DN với tỷ lệ sở hữu nhà nước cao hơn sẽ có xu hướng nắm giữ ít tiền mặt hơn.

H2b: DN nằm trong vùng kinh tế trọng điểm có xu hướng nắm giữ nhiều tiền mặt hơn các DN bên ngoài.

Đánh giá tác động của can thiệp Nhà nước tới quyết định đầu tư và hiệu quả hoạt động của DN thì đa số các bài nghiên cứu cho thấy các DN có tỷ lệ sở hữu Nhà nước càng cao thì đầu tư càng nhiều nhưng hiệu quả lại thấp. Nguyên nhân là do các DN này thường phải thực hiện các dự án mà Chính phủ áp đặt liên quan đến mục tiêu chính trị, xã hội, bên cạnh mục tiêu lợi nhuận ([Shleifer và Vishny, 1994](#)). [Gul \(1999\)](#) chỉ ra rằng các cơ hội tăng trưởng được đo lường bởi tập hợp các cơ hội đầu tư có tương quan thuận với chính sách vay nợ và chi trả cổ tức. [Chen và ctv. \(2011\)](#) cho rằng bất cân xứng thông tin cũng như là sự mâu thuẫn giữa giám đốc và các nhà đầu tư bên ngoài làm cản trở việc DN thực hiện các dự án đầu tư tối ưu. Đồng thời, can thiệp của Nhà nước thông qua tỷ lệ sở hữu và người đại diện lãnh đạo DN sẽ bóp méo hoạt động đầu tư và làm ảnh hưởng xấu đến hiệu quả đầu tư. [Chen và ctv. \(2013\)](#) kết luận rằng can thiệp của Nhà nước có quan hệ cùng chiều với quyết định đầu tư của DN, tác động ấy cao và có ý nghĩa đối với DNNN hơn so với DN tư nhân và DN nước ngoài. Đồng thời hướng thay đổi của đầu tư sẽ làm giảm hiệu quả đầu tư của các DNNN và các DN tư nhân. [Sun và Tong \(2002\)](#) cho rằng mối quan hệ giữa sở hữu nhà nước và hiệu quả hoạt động của DN có dạng **hình chữ U ngược**. Tức là, Nhà nước can thiệp trực tiếp ở một mức độ nào đó đối với DN sẽ là tối ưu. [Kang và Kim \(2012\)](#) cho rằng các DN thuộc sở hữu nhà nước có hiệu quả hoạt động tốt hơn các DN được điều hành bởi Nhà nước và việc tư nhân hoá các DNNN giúp cải thiện tình hình quản trị DN. [Shao và ctv. \(2014\)](#) chỉ ra rằng cả hai hình thức can thiệp đều làm tăng chi tiêu vốn và giảm hiệu quả hoạt động của DN. Ngoài ra, DN sở hữu bởi chính quyền trung ương chịu nhiều tác động rõ rệt hơn DN do chính quyền địa phương sở hữu. Từ đó, tác giả đặt ra hai giả thuyết sau:

H1c: DN có tỷ lệ sở hữu nhà nước cao hơn sẽ có xu hướng chi tiêu vốn nhiều hơn và hiệu quả hoạt động kém hơn.

H2c: DN nằm trong vùng kinh tế trọng điểm có xu hướng chi tiêu vốn nhiều hơn và hiệu quả hoạt động kém hơn các DN bên ngoài.

Đề cập đến thị trường trái phiếu, Pessarossi và Weill (2013) đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định về nợ của DN trên cả hai hình thức là trái phiếu và các khoản vay hợp vốn và tìm thấy bằng chứng ủng hộ ảnh hưởng của sở hữu nhà nước đến quyết định trên do các DN sẽ chỉ vay duy nhất trên thị trường trái phiếu, chứ không khai thác cả hai thị trường nợ. Ngoài ra, sự can thiệp chính trị của Nhà nước giúp các DN thuộc sở hữu nhà nước có được ưu đãi tiếp cận với thị trường trái phiếu hơn là các DN khác. Bài nghiên cứu cũng chỉ ra để có được một thị trường vốn hoàn hảo hơn thì Nhà nước cần hạn chế can thiệp vào quá trình phát hành trái phiếu. Đặc biệt, Shao và ctv. (2014) cho rằng thị trường trái phiếu doanh nghiệp phát triển sẽ cung cấp nguồn tài trợ bổ sung sẽ làm giảm tác động của can thiệp Nhà nước lên đòn bẩy tài chính của DN.

2.1 Phương pháp nghiên cứu

2.1.1 Xây dựng mô hình nghiên cứu

Bài nghiên cứu kế thừa phương pháp nghiên cứu của Shao và ctv. (2014) để xem xét can thiệp gián tiếp thông qua biến số khoảng cách địa lý đồng thời mở rộng nghiên cứu nhằm kiểm soát mối quan hệ nội sinh giữa các biến trong mô hình. Trình tự nghiên cứu được tiến hành như sau:

- **Bước 1:** Kiểm định hai giả thuyết H1a và H2a về tác động của sự can thiệp nhà nước đến đòn bẩy tài chính và kì hạn nợ của DN.

Ở bước này, 2SLS được sử dụng nhằm kiểm soát mối quan hệ nội sinh giữa biến đòn bẩy tài chính và biến kì hạn nợ. 2SLS thực chất là mô hình hồi quy với biến công cụ, trong đó biến công cụ là biến được đưa vào mô hình hồi quy chính với vai trò đại diện cho biến nội sinh để khắc phục hiện tượng nội sinh. Biến công cụ thỏa mãn hai điều kiện: tương quan với biến nội sinh và không tương quan với phần sai số trong mô hình chính. Biến đòn bẩy tài chính được ước lượng trong giai đoạn một bằng các biến ngoại sinh và biến công cụ, còn biến kì hạn nợ được ước lượng trong giai đoạn hai, gồm cả biến giải thích đòn bẩy tài chính để được ước lượng trong giai đoạn 1. Mô hình được thể hiện như sau:

$$\text{Giai đoạn 1: } LEV_{i,t} = \alpha + \beta_1 ITV_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 FIX_i + u_t + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Trong đó: $LEV_{i,t}$: Đòn bẩy tài chính của DN i tại thời điểm t.

$ITV_{i,t}$ đo lường sự can thiệp nhà nước theo hai phương thức: Trực tiếp thông qua tỷ lệ sở hữu nhà nước (GOWN) và gián tiếp thông qua vùng kinh tế trọng điểm (KER). Mỗi biến sẽ được lần lượt thay thế vào từng mô hình.

$X_{i,t}$: véc tơ của các biến kiểm soát bao gồm quy mô DN (SIZE), tài sản hữu hình (TANG), khả năng sinh lợi (PRO), cơ hội tăng trưởng (GRO), vốn luân chuyển (NWC), chi tiêu vốn (CAPEX), thuế suất hiệu lực (TAX) và kiệt quệ tài chính (DIST)

FIX_i - tác động cố định theo ngành, là một véc tơ các biến giả ngành nhằm kiểm soát tính không đồng nhất giữa các ngành. Việc phân ngành các DN dựa trên tiêu chuẩn phân ngành toàn cầu (Global Industry Classification Standards) đang được Sở giao dịch chứng khoán (SGDCK) thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) áp dụng.

u_t là ảnh hưởng đặc trưng thời gian, được đưa vào mô hình để loại bỏ những ảnh hưởng do thay đổi điều kiện vĩ mô theo thời gian (Hsiao, 1986)

$\varepsilon_{i,t}$ là sai số ngẫu nhiên.

$$\text{Giai đoạn 2: } DMAT_{i,t} = \alpha + \beta_1 ITV_{i,t} + \beta_2 LEV_{i,t} + \beta_3 Y_{i,t} + \beta_4 FIX_i + u_t + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

Trong đó: $LEV_{i,t}$ - đòn bẩy tài chính được ước tính từ giai đoạn một theo (1);

$Y_{i,t}$ là véc tơ của các biến kiểm soát bao gồm SIZE, DISTR. Để xác định chính xác tính hệ thống của phương trình thì ở giai đoạn hai không xét tới các biến công cụ TANG, PRO và NWC (Shao và ctg, 2014).

Bảng 1: Mô tả các biến

Biến	Cách tính
Sở hữu nhà nước (GOWN)	Là biến giả, nhận giá trị là 1 nếu nhà nước sở hữu >25% giá DN, ngược lại sẽ nhận giá trị 0, Số liệu về SHNN được lấy từ bản thuyết minh của báo cáo tài chính và báo cáo thường niên của các DN
GTW	SHNN trung ương
GLC	SHNN địa phương
Vùng KTTĐ (KER)	Là biến giả, nhận giá trị 1 nếu trụ sở chính của DN trong vùng KTTĐ (hoặc một trong các thành phố đại diện cho các vùng KTTĐ), ngược lại thì bằng 0
Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI)	Là chỉ số cổ giá trị trong khoảng 0 và 100, giá trị càng lớn cho thấy mức độ thị trường hóa càng lớn của tỉnh, thành phố được xét, Số liệu được thu thập từ pcivietnam.org
Tỷ lệ nắm giữ tiền mặt (CASH)	$\frac{\text{Tiền mặt và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tổng tài sản}}$
Biến giả chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI dummy)	Là biến giả có giá trị là 1 nếu PCI của 1 tỉnh nào đó mà DN tọa lạc ở trên mức trung vị, ngược lại sẽ nhận giá trị 0
Đòn bẩy tài chính (LEV)	$\frac{\text{Nợ dài hạn} + \text{Nợ ngắn hạn}}{\text{Tổng tài sản}}$
Khoảng cách địa lý (DIS)	Bình quân gia quyền của khoảng cách địa lý tính bằng km từ vị trí của DN tới 5 trung tâm giao thông vận tải chính ở Việt Nam (Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TPHCM và Cần Thơ). Thước đo khoảng cách trên Google Map sẽ được sử dụng để tính khoảng cách. Dữ liệu được lấy log.
Quy mô (SIZE)	$\ln(\text{giá trị sổ sách tổng tài sản})$
Tài sản hữu hình (TANG)	$\frac{\text{Tài sản cố định hữu hình ròng}}{\text{Tổng tài sản}}$ (Tài sản cố định hữu hình ròng = tài sản cố định hữu hình - khấu hao lũy kế)
Khả năng sinh lợi (PRO)	$\frac{\text{Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh trước khấu hao}}{\text{Tổng tài sản}}$ (Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh trước khấu hao = lợi nhuận thuần + khấu hao)
Tăng trưởng (GRO)	Tốc độ tăng trưởng doanh thu (%)
Vốn luân chuyển (NWC)	$\frac{\text{Vốn luân chuyển ròng(NWC)}}{\text{Tổng tài sản}}$ $\text{NWC} = \text{Tài sản ngắn hạn} - \text{Nợ ngắn hạn (triệu đồng)}$
Thị trường trái phiếu (BOND)	Là biến giả, nhận giá trị là 1 từ năm 2009 trở đi, và nhận giá trị là 0 cho giai đoạn trước đó. Tác giả chọn năm 2009 là cột mốc đánh dấu sự phát triển của thị trường trái phiếu Việt Nam căn cứ thời điểm 24/9/2009, thị trường trái phiếu chính thức khai trương đi vào hoạt động.
Rủi ro dòng tiền (CFR)	Độ lệch chuẩn của dòng tiền trong vòng ba năm gần nhất
Dòng tiền (CF)	$\frac{\text{Thu nhập sau lãi vay, cổ tức và thuế nhưng trước khấu hao}}{\text{Tổng tài sản}}$ $= \frac{\text{EAT} - \text{Cổ tức} + \text{Khấu hao}}{\text{Tổng tài sản}}$
Thuế suất hiệu lực (TAX)	$\frac{\text{Chi phí thuế}}{\text{Thu nhập trước thuế}}$
Chi tiêu vốn (CAPEX)	$\frac{\text{Chi tiêu vốn}}{\text{Tổng tài sản}}$
Chi trả cổ tức (DIVP)	Là biến giả, nhận giá trị 1 nếu DN trả cổ tức, nhận giá trị 0 nếu không trả cổ tức
Kì hạn nợ (DMAT)	$\frac{\text{Nợ dài hạn}}{\text{Tổng Nợ}}$
Kiệt quệ tài chính (DISTR)	Là một chỉ số, tính theo công thức $(-0,737 * \text{size}) + (0,043 * \text{size}^2) - (0,04 * \text{Age})$ (Hadlock và Pierce, 2008)

- **Bước 2:** Kiểm định hai giả thuyết H1b và H2b về tác động của sự can thiệp nhà nước đến tỷ lệ nắm giữ tiền mặt của DN.

$$\text{CASH}_{i,t} = \alpha + \beta_1 \text{ITV}_i + \beta_2 \text{CASH}_{i,t-1} + \beta_3 \text{Z}_{i,t} + \beta_4 \text{FIX}_i + u_t + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

CASH_{i,t} tỷ lệ nắm giữ tiền mặt của DN i tại thời điểm t

Z_{i,t} là véc tơ các biến kiểm soát bao gồm rủi ro dòng tiền (CFR), dòng tiền (CF), SIZE, LEV, chi trả cổ tức (DIVP) và DISTR (Shao và ctg, 2014; Bates và ctg, 2009). Để kiểm soát độ bền vững trong nắm giữ tiền mặt, biến trễ một kỳ của biến phụ thuộc được đưa vào phương trình đóng vai trò như biến độc lập.

Để khắc phục vấn đề nội sinh trong mô hình (3), phương pháp 2SLS được sử dụng thay cho ước lượng LSDV có hạn chế là không khắc phục được nội sinh trong nghiên cứu (Shao và ctg, 2014).

- **Bước 3:** Kiểm định hai giả thuyết H1c và H2c về tác động của can thiệp nhà nước tới quyết định đầu tư (chi tiêu vốn) và hiệu quả hoạt động của DN:

Ước lượng LSDV được thực hiện với các biến phụ thuộc là CAPEX và PRO, có dạng:

$$\text{CAPEX}_{i,t} = \alpha + \beta_1 \text{ITV}_{i,t} + \beta_2 \text{M}_{i,t} + \beta_3 \text{FIX}_i + u_t + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

Trong đó: véc tơ M_{i,t} - véc tơ chứa các biến kiểm soát bao gồm SIZE, GRO, NWC, DIVP và DISTR (Shao và ctg, 2014).

$$\text{PRO}_{i,t} = \alpha + \beta_1 \text{ITV}_{i,t} + \beta_2 \text{N}_{i,t} + \beta_3 \text{FIX}_i + u_t + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

N_{i,t} là véc tơ các biến kiểm soát bao gồm SIZE, GRO, NWC, LEV và DISTR (Shao và ctg, 2014).

- **Bước 4:** Xem xét ảnh hưởng của hai hình thức can thiệp của nhà nước trong điều kiện có tác động của thị trường TPDN. Thực hiện tương tự Bước 2 nhưng bổ sung thêm biến giả *BOND* và biến tương tác *BONDxGOWN*.

2.1.2 Mô tả dữ liệu

Mẫu nghiên cứu bao gồm 315 DN niêm yết thuộc các ngành khác nhau tại Việt Nam giai đoạn 2007-2014, gồm 164 DN niêm yết tại SGDCK thành phố Hồ Chí Minh (HOSE), 138 DN niêm yết tại SDGCK Hà Nội (HNX), còn lại là các DN giao dịch trên Upcom. Mẫu không bao gồm các DN tài chính vì các DN này thường bị điều chỉnh bằng các quy định riêng và có cấu trúc báo cáo tài chính đặc trưng.

Dữ liệu được lấy từ các báo cáo tài chính và báo cáo thường niên liên quan của các DN. Nguồn dữ liệu được thu thập từ các website vietstock.vn và cophieu68.vn.

3. Kết quả và thảo luận

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến cơ bản

Biến	Trung bình	Trung vị	Sai số chuẩn	Phân vị thứ 10	Phân vị thứ 90
GOWN	0,517	1,000	0,500	0,000	1,000
KER	0,857	1,000	0,350	0,000	1,000
DIS (km)	827,687	814,400	63,944	799,000	905,600
LEV	0,521	0,550	0,215	0,203	0,786
CASH	0,160	0,092	0,680	0,012	0,351
SIZE	1.258,917	1.258,500	726,798	252,500	2.265,500
PRO	0,113	0,093	0,116	0,016	0,229
GRO	0,124	0,119	0,529	-0,270	0,490
NWC	0,208	0,187	0,217	-0,052	0,500
CAPEX	0,051	0,020	0,120	-0,010	0,166
CF	0,106	0,087	0,111	0,018	0,212
DIVP	0,848	1,000	0,359	0,000	1,000
DMAT	0,186	0,090	0,222	0,001	0,546

Bảng 2 cho thấy, tỷ lệ DN Việt Nam có SHNN đáng kể chiếm tỷ trọng cao (51,7%). Đặc biệt, có tới 85,7% các DN trong mẫu nghiên cứu trong vùng KTTĐ. Khoảng cách trung bình đến 5 trung tâm giao thông vận tải lớn của các DN là 827.687 km. Mặt khác, đòn bẩy tài chính trung bình của các DN ở mức 52,1% cho thấy, các DN có cấu trúc vốn thâm dụng nợ. Tính trung bình, các DN duy trì lượng tiền mặt khoảng 16% so với tổng tài sản. Xét về cấu trúc kì hạn của nợ thì tỷ lệ nợ dài hạn trên tổng tài sản của các DN tương đối thấp, chỉ khoảng 18,6%.

Theo kết quả trong cột (1) Bảng 3 về tác động của sự can thiệp nhà nước tới đòn bẩy tài chính, các DN lớn, có nhiều tài sản cố định hữu hình, hiệu quả hoạt động thấp, vốn lưu động thấp có xu hướng sử dụng đòn bẩy tài chính cao. Cột (2) Bảng 3 cho thấy, những DN có tỷ lệ SHNN càng lớn thì sử dụng đòn bẩy tài chính càng cao. Cột (3) Bảng 3 cho thấy, cả sở hữu của chính quyền trung ương và sở hữu của chính quyền địa phương đều tương quan thuận với đòn bẩy tài chính nhưng sở hữu của chính quyền trung ương có tác động mạnh hơn so với sở hữu của chính quyền địa phương. Trong khi đó, kết quả trong cột (4) Bảng 3 cho thấy, DN trong vùng KTTĐ có xu hướng sử dụng đòn bẩy tài chính thấp hơn DN ngoài vùng KTTĐ. Kết quả này phù hợp với lý thuyết cho rằng các DN trong vùng KTTĐ dự phòng nhiều tiết kiệm để đón chờ các cơ hội đầu tư đến từ những ưu đãi phát triển của nhà nước. Một phát hiện của nghiên cứu này là DN càng xa các trung tâm giao thông vận tải lớn thì có đòn bẩy tài chính càng cao. So sánh các kết quả trong các cột (2), (3), (4), có thể thấy sự can thiệp trực tiếp và sự can thiệp gián tiếp của nhà nước có tác động trái chiều lên việc sử dụng đòn bẩy tài chính của DN. Kết quả trong cột (6) củng cố những lý thuyết khi chỉ ra, mức độ phát triển thể chế càng cao thì DN có càng ít nhu cầu sử dụng nợ.

Bảng 3: Tác động của sự can thiệp nhà nước đến đòn bẩy tài chính và kì hạn nợ						
Giai đoạn 1 của hồi quy 2SLS sử dụng biến <i>LEV</i> làm biến phụ thuộc						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
GOWN		0,021* (1,650)				
GTW			0,034** (1,960)			
GLC			0,012 (0,740)			
KER				-0,017* (-1,740)		
DIS					0,144** (1,960)	
PCI						-0,007** (-1,350)
SIZE	0,036*** (6,590)	0,035*** (6,340)	0,035*** (6,320)	0,036*** (6,600)	0,036*** (6,570)	0,036*** (6,550)
TANG	0,022*** (4,400)	0,022*** (4,480)	0,022*** (4,520)	0,022*** (4,400)	0,022*** (4,410)	0,022*** (4,420)
PRO	0,164*** (-7,220)	0,165*** (-7,290)	-0,169*** (-7,460)	-0,164*** (-7,240)	-0,164*** (-7,240)	-0,163*** (-7,190)
NWC	0,435*** (-29,810)	0,434*** (-29,780)	-0,434*** (-29,800)	-0,434*** (-29,740)	-0,434*** (-29,780)	(-0,435)*** (-29,820)
TAX	-0,002 (-0,370)	-0,002 (-0,370)	-0,002 (-0,400)	-0,002 (-0,370)	-0,002 (-0,360)	-0,002 (-0,320)
DISTR	-0,018* (-1,700)	-0,015* (-1,420)	-0,016 (-1,460)	-0,018* (-1,660)	-0,018* (-1,700)	-0,176* (-1,660)
Số quan sát	2201	2201	2201	2201	2201	2201
R ²	0,2339	0,2361	0,2361	0,2363	0,2352	0,2337

Theo kết quả trình bày trong Bảng 4 về tác động của sự can thiệp nhà nước tới kì hạn nợ, những DN lớn, sử dụng đòn bẩy tài chính thấp và những DN đang trong tình trạng kiệt quệ tài chính có xu hướng sử dụng nợ dài hạn. DN có tỷ lệ SHNN càng cao thì có xu hướng sử dụng nợ với kì hạn càng dài. Tương ứng với lý thuyết, kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, các DN trong vùng KTTĐ có xu hướng sử dụng nợ ngắn hạn và những DN càng xa trung tâm sử dụng nợ với kì hạn dài hơn. Sự can thiệp trực tiếp và sự can thiệp gián tiếp của nhà nước cũng có tác động trái chiều lên kì hạn nợ của DN. Kết quả trên hoàn toàn phù hợp với hai giả thuyết H1a và H2a.

Bảng 4: Tác động của can thiệp nhà nước đến đòn bẩy tài chính và kì hạn nợGiai đoạn 2 của hồi quy 2SLS sử dụng *DMAT* làm biến phụ thuộc

GOWN		0,022**				
		(2,160)				
GTW			0,026**			
			(2,170)			
GLC			0,013			
			(0,500)			
KER				-0,032		
				(-1,130)		
DIS					0,223**	
					(2,090)	
PCI						-0,0004
						(-0,05)
SIZE	0,057***	0,056***	0,056***	0,057***	0,057***	0,036***
	(6,250)	(6,070)	(6,060)	(6,260)	(6,270)	(3,660)
DISTR	0,014	0,017	0,017	0,015	0,014	0,137
	(0,800)	(0,970)	(0,970)	(0,850)	(0,790)	(0,800)
LEV	-0,168***	-0,166***	-0,164***	-0,169***	-0,167**	-0,169***
	(-3,490)	(-3,460)	(-3,420)	(-3,500)	(-3,480)	(-3,500)
TAX	-0,010	-0,010	-0,010	-0,010	-0,010	-0,010
	(-1,210)	(-1,210)	(-1,210)	(-1,210)	(-1,200)	(-1,200)
Số quan sát	2201	2201	2201	2201	2201	2201
R ²	0,1714	0,1730	0,1733	0,1731	0,1724	0,1712

Tất cả các hồi quy bao gồm véc tơ Tác động cố định theo ngành; sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo cả không gian và thời gian. Giá trị t-statistics được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** thể hiện mức ý nghĩa lần lượt 10%, 5% và 1%

Bảng 5: Tác động của sự can thiệp nhà nước lên tỷ lệ nắm giữ tiền mặt của DN

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
GOWN		-0,073**				
		(-1,950)				
GTW			-0,084**			
			(-2,050)			
GLC			-0,043**			
			(-0,760)			
KER				0,095*		
				(1,920)		
DIS					-0,674*	
					(1,620)	
PCI						-0,023
						(-0,620)
CASH _{i,t-1}	0,049**	0,048**	0,048**	0,049**	0,048**	0,048**
	(2,230)	(2,210)	(2,200)	(2,270)	(2,230)	(2,230)
CFR	2,488***	2,479***	2,485***	2,508***	2,747***	2,489***
	(9,400)	(9,020)	(9,040)	(9,110)	(8,980)	(9,040)
CF	2,690***	2,743***	2,754***	2,714***	2,714***	2,696***
	(13,470)	(13,550)	(13,480)	(13,560)	(13,500)	(13,530)
CAPEX	-1,585***	-1,590***	-1,585***	-1,572***	-1,580***	-1,58***
	(-10,020)	(-10,060)	(-10,050)	(-9,940)	(-10,000)	(-10,0470)
LEV	-0,175**	-0,207**	-0,215***	-0,189***	-0,185***	-0,172***
	(-2,510)	(-2,240)	(-2,510)	(-2,600)	(-2,33)	(-2,25)
DIVP	-0,053	-0,046	-0,045	-0,057	-0,056	-0,052
	(-1,040)	(-0,900)	(-0,880)	(-1,110)	(-1,090)	(-1,020)
DISTR	0,008	0,027	0,004	0,040	0,008	0,009
	(0,390)	(0,120)	(0,170)	(0,190)	(0,400)	(0,450)
Số quan sát	1890	1890	1890	1890	1890	1890
R ²	0,2256	0,2282	0,2286	0,2276	0,2266	0,2257

Hồi quy 2SLS với *Tỷ lệ nắm giữ tiền mặt* là biến phụ thuộc. Tất cả các hồi quy bao gồm véc tơ *Tác động cố định theo ngành*; sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo cả không gian và thời gian. Giá trị t-statistics được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** thể hiện mức ý nghĩa lần lượt 10%, 5% và 1%

Kết quả trong Bảng 5 cho thấy sự phù hợp của hai giả thuyết H1b và H2b về tác động của sự can thiệp nhà nước tới tỷ lệ tiền mặt nắm giữ. Tương tự các kết quả nghiên cứu trước, DN có chi tiêu vốn ít, đòn bẩy tài chính thấp và dòng tiền dồi dào thường nắm giữ nhiều tiền mặt. Đồng thời, kết quả nghiên cứu chỉ ra mối tương quan nghịch giữa sự can thiệp nhà nước thông qua sở hữu và tỷ lệ tiền mặt nắm giữ của DN. Những DN có tỷ lệ SHNN cao thường có quỹ tiền mặt nhỏ. DN thuộc sự quản lý của chính quyền trung ương nắm giữ ít tiền mặt hơn DN thuộc sự quản lý của chính quyền địa phương. Các DN trong vùng KTTĐ nắm giữ tiền mặt nhiều hơn các DN ngoài vùng KTTĐ. Như vậy, chiều tác động của sự can thiệp nhà nước trực tiếp đối với việc nắm giữ tiền mặt của DN trái ngược với tác động của sự can thiệp gián tiếp.

Theo kết quả trong Bảng 6 về tác động của sự can thiệp nhà nước tới quyết định đầu tư phù hợp với các nghiên cứu trước khi chỉ ra, các DN lớn, tăng trưởng nhanh, có ít vốn luân chuyển thường chi tiêu nhiều vốn hơn. Các DN có nguy cơ kiệt quệ tài chính thấp chi tiêu nhiều vốn. Sự can thiệp trực tiếp của nhà nước tương quan thuận với chi tiêu vốn. Tác động của sự can thiệp từ chính quyền trung ương được chứng minh là mạnh hơn so với tác động của sự can thiệp từ chính quyền địa phương. Phù hợp với các lý thuyết trước, kết quả nghiên cứu cho thấy, DN trong vùng có thể chế phát triển chi tiêu nhiều vốn hơn.

Bảng 6: Tác động của sự can thiệp nhà nước lên quyết định đầu tư và hiệu quả hoạt động DN

Bảng A: Quyết định đầu tư (Hồi quy LSDV với CAPEX là biến phụ thuộc)						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
GOWN		0,003** (2,340)				
GTW			0,021** (2,320)			
GLC			0,015* (1,700)			
KER				-0,019** (-2,490)		
DIS					0,120** (2,730)	
PCI						0,015* (1,890)
SIZE	0,007** (2,320)	0,007** (2,360)	0,007** (2,290)	0,007** (2,410)	0,007*** (2,270)	0,007*** (2,320)
GRO	0,003** (2,120)	0,003** (2,281)	0,003** (2,310)	0,003** (2,550)	0,003* (1,960)	0,003** (2,500)
NWC	-0,081*** (-6,060)	-0,081*** (-6,080)	-0,080*** (-5,980)	-0,078*** (-5,840)	-0,081*** (-6,060)	-0,081*** (-6,040)
DIVP	-0,003 (-0,420)	-0,003 (-0,380)	-0,004 (-0,460)	-0,004 (-0,400)	-0,003 (-0,400)	-0,003 (-0,420)
DISTR	-0,011** (-2,280)	-0,012** (-2,330)	-0,012** (-2,370)	-0,011** (-2,1800)	-0,011** (-2,250)	-0,012** (-2,270)
Số quan sát	1917	1917	1917	1917	1917	1917
R ²	0,1340	0,1341	0,1357	0,1368	0,2362	0,2354
Bảng B: Hiệu quả hoạt động (Hồi quy LSDV với PRO là biến phụ thuộc)						
GOWN		-0,029*** (5,340)				
GTW			-0,037*** (6,620)			
GLC			0,930 (1,450)			
KER				-0,026*** (-3,570)		
DIS					0,296*** (3,820)	
PCI						0,005 (0,860)
SIZE	0,013*** (4,690)	0,011*** (4,080)	0,011*** (4,000)	0,013*** (4,850)	0,013*** (4,560)	0,013*** (4,630)
GRO	0,005* (1,940)	0,004** (2,240)	0,005* (1,780)	0,003** (2,210)	0,004* (1,950)	0,005** (2,150)

NWC	0,015 (1,050)	0,017 (1,130)	0,014 (1,000)	0,019 (1,260)	0,019 (1,070)	0,016 (1,070)
DIVP	-0,202*** (-13,160)	-0,204*** (-13,400)	-0,212*** (-13,890)	-0,203*** (-13,240)	-0,203*** (-13,270)	-0,200*** (-12,920)
DISTR	-0,027*** (-2,840)	-0,022*** (-4,830)	-0,023*** (-4,960)	-0,026*** (-5,740)	-0,026*** (-5,780)	-0,027*** (-2,870)
Số quan sát R ²	1917 0,2401	1917 0,2515	1917 0,2597	1917 0,2452	1917 0,2460	1917 0,2404

Tất cả các hồi quy bao gồm véc tơ *Tác động cố định theo ngành*; sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo cả không gian và thời gian. Giá trị t-statistics được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** thể hiện mức ý nghĩa lần lượt 10%, 5% và 1%

Bảng 6 cho thấy tác động của sự can thiệp nhà nước tới hiệu quả hoạt động của DN phù hợp với các nghiên cứu trước khi chỉ ra, sự can thiệp nhà nước dù với bất kì hình thức nào cũng làm giảm hiệu quả hoạt động của DN. Ngoài ra, DN không trong tình trạng kiệt quệ tài chính có hiệu quả hoạt động tốt hơn. Như vậy, các giả thuyết đã nêu trong Bước 3 là hợp lý.

Để làm rõ hơn sự tác động đồng thời của hai hình thức can thiệp trên, mẫu nghiên cứu tiếp tục được chia thành hai mẫu nhỏ: một mẫu bao gồm các DN trong vùng KTTĐ (270 DN) và một mẫu bao gồm những DN ngoài vùng KTTĐ (45 DN) và sau đó, thực hiện các hồi quy tương tự như phần trên cho hai mẫu nhỏ này. Kết quả trong Bảng 7 cho thấy, các DN trong vùng KTTĐ chịu tác động từ SHNN ít hơn so với các DN ngoài vùng KTTĐ.

Bảng 7: Tác động đồng thời của sự can thiệp trực tiếp và gián tiếp					
	LEV	DMAT	CASH	CAPEX	PRO
Bảng A: DN trong vùng KTTĐ					
GOWN	0,018** (2,450)	0,030** (2,150)	-0,068** (2,250)	0,006* (1,870)	0,031* (2,110)
GTW	0,011*** (2,540)	0,012** (2,100)	-0,005* (1,900)	0,013 (1,250)	0,122 (1,150)
GLC	0,006*** (2,730)	0,008 (1,760)	0,022 (1,005)	0,004* (1,882)	-0,773 (0,102)
Bảng B: DN ngoài vùng KTTĐ					
GOWN	0,031** (2,650)	0,026** (2,100)	-0,023* (1,550)	0,007** (2,262)	-0,223* (1,870)
GTW	0,056*** (2,190)	0,050*** (2,800)	-0,009* (1,770)	0,013* (1,850)	-0,072* (1,750)
GLC	0,012*** (2,600)	0,100*** (2,700)	0,011 (0,083)	0,005* (1,910)	-0,001 (1,210)

Tất cả các hồi quy bao gồm véc tơ *Tác động cố định theo ngành*; sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo cả không gian và thời gian. Giá trị t-statistics được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** thể hiện mức ý nghĩa lần lượt 10%, 5% và 1%

Bảng 8 cho thấy, khi thị trường TPDN khởi sắc hơn từ năm 2009 thì đã góp phần hạn chế được tác động từ SHNN lên đòn bẩy tài chính và kì hạn nợ của các DN. Mặt khác, thị trường TPDN tác động lên nhóm DN có phát hành trái phiếu mạnh hơn so với các DN không phát hành trái phiếu và mức bình quân DN từ năm 2009. Thị trường TPDN đã cung cấp nguồn tài trợ thay thế và qua đó giúp các DN linh hoạt hơn trong việc tìm kiếm nguồn tài trợ và giảm sự lệ thuộc vào nhà nước.

Bảng 8: Sự can thiệp nhà nước trong điều kiện thị trường trái phiếu DN hình thành

	LEV			DMAT		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Toàn mẫu	DN có TPDN	DN không TPDN	Toàn mẫu	DN có TPDN	DN không TPDN
GOWN	0,042** (2,860)	0,015** (2,090)	0,046*** (2,890)	0,051** (2,150)	0,181* (1,720)	0,053** (2,180)
BOND	-0,008* (-1,900)	-0,010* (-1,660)	-0,009* (-1,660)	-0,004** (-2,280)	0,065 (1,030)	-0,002 (-0,120)
BOND×GOWN	-0,525*** (-2,590)	-0,049 (-1,220)	-0,021** (-2,130)	-0,033** (-2,080)	-0,240*** (-2,950)	-0,016 (-1,050)
SIZE	0,034*** (6,310)	0,086* (1,700)	0,031*** (5,500)	0,054*** (6,020)	0,145* (1,900)	0,044*** (4,810)
DISTR	-0,016 (-1,490)	-0,116 (-1,370)	-0,005 (-0,400)	0,019 (1,170)	-0,145 (-1,080)	0,022 (1,250)
LEV				-0,185*** (-3,860)	-0,927*** (-4,270)	-0,074 (-1,570)
TANG	0,021*** (4,330)	0,034*** (3,020)	0,030*** (4,010)			
PRO	-0,170*** (-7,440)	-0,481*** (-3,990)	-0,141*** (-6,140)			
NWC	-0,436*** (-29,610)	-0,298*** (-7,250)	-0,461*** (-28,890)			
CAPEX	0,007 (0,410)	-0,014 (-0,240)	-0,002 (-0,140)			
TAX	-0,002 (-0,310)	0,013 (0,450)	-0,002 (-0,470)			
Số quan sát	2201	217	1984			
R ²	0,2430	0,7795	0,2668	0,1806	0,4758	0,2035

Hồi quy 2SLS tác động của thị trường trái phiếu DN lên *Đòn bẩy tài chính* và *Kỳ hạn nợ*. Tất cả các hồi quy bao gồm véc tơ *Tác động cố định theo ngành*; sai số chuẩn được hiệu chỉnh theo cả không gian và thời gian. Giá trị t-statistics được thể hiện trong ngoặc đơn, *, **, *** thể hiện mức ý nghĩa lần lượt 10%, 5% và 1%

4. Kết luận

Nghiên cứu này phân tích tác động của sự can thiệp nhà nước đến CSTC của các DN niêm yết tại Việt Nam. Kết quả cho thấy, quyết định tài chính của các DN Việt Nam bị chi phối với các tính chất khác nhau từ hai hình thức can thiệp của nhà nước. Nếu hình thức can thiệp trực tiếp thông qua SHNN tăng khiến các DN sử dụng đòn bẩy tài chính cao hơn, kỳ hạn nợ dài hơn và nắm giữ ít tiền mặt hơn thì hình thức can thiệp gián tiếp thông qua lựa chọn vùng KTTĐ lại có tác động ngược lại. Bài nghiên cứu đi đến kết luận rằng, sự can thiệp từ SHNN trung ương có tác động mạnh hơn so với sự can thiệp từ sở hữu ở địa phương và cả hai hình thức can thiệp đều làm giảm hiệu quả hoạt động của DN. Bài nghiên cứu có một số phát hiện mới khi nghiên cứu về quyết định đầu tư và nắm giữ tiền mặt của DN. Các DN Việt Nam có rủi ro dòng tiền cao hơn khi nắm giữ tiền mặt nhiều hơn và các DN không trong tình trạng kiệt quệ tài chính có hiệu quả hoạt động tốt hơn. Ngoài ra, chi tiêu vốn của các DN Việt Nam trong vùng KTTĐ thấp hơn so với các DN ngoài vùng KTTĐ. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cho thấy, hình thức can thiệp gián tiếp của nhà nước Việt Nam góp phần làm giảm tác động từ sự can thiệp trực tiếp khi các kết quả hồi quy chỉ ra, các DN càng gần vùng KTTĐ thì chịu tác động từ SHNN càng ít hơn so với các DN khác. Cuối cùng, tác động của thị trường TPDN Việt Nam dẫn đến một phát hiện quan trọng đó là bằng việc cung cấp thêm nguồn tài trợ cho các DN thị trường TPDN giúp các DN giảm bớt sự ảnh hưởng từ sự can thiệp nhà nước về quyết định đòn bẩy tài chính và kỳ hạn nợ. Nghiên cứu này cung cấp những cơ sở khoa học cho Chính phủ Việt Nam trong việc thực hiện chủ trương tái cơ cấu, sắp xếp lại các DNNN và có những bước đi hợp lý trong việc phát triển thị trường TPDN Việt Nam, qua đó có thể đạt được những mục tiêu kinh tế vĩ mô quan trọng mà không làm ảnh hưởng xấu đến tình hình tài chính của các DN nói chung và DNNN nói riêng. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng là cơ sở để các DN xây dựng CSTC phù hợp với cơ chế quản lý của nhà nước nhằm đạt được hiệu quả hoạt động cao.

Tài liệu tham khảo

1. Almazan, A., Motta, A.D., Titman, S. and Uysal, V. (2010). Financial structure, Liquidity and firm locations. *Journal of Finance*, 65, pp. 529-563.
2. Bates, T.W., Kahle, K.M. and Stulz, R.M. (2009). Why do U.S. firms hold so much more cash than they used to? *Journal of Finance*, 64, pp. 1985-2021.
3. Caprio, L., Faccio, M., & McConnell, J. J. (2013). Sheltering corporate assets from political extraction. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 29(2), 332-354.
4. Chen, D., Khan, S., Yu, X. and Zhang, Z. (2013). Government intervention and investment comovement: Chinese evidence. *Journal of Business Finance & Accounting*, 40, pp. 564-587.
5. Chen, S., Sun, Z., Tang, S. and Wu, D. (2011). Government intervention and investment efficiency: Evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, 17, pp. 259-271.
6. Diamond, D.W. (1991). Debt maturity structure and liquidity risk. *Quarterly Journal of Economics*, 106, pp. 709-737.
7. Fama, E.F. and French, K.R. (1997). Industry costs of equity. *Journal of Financial Economics*, 43, pp. 153-193.
8. Gul, F.A. (1999). Government share ownership, investment opportunity set and corporate policy choices in China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 7, pp. 157-172.
9. Hadlock, C.J. and Pierce, J.R. (2010). New evidence on measuring financial constraints: Moving beyond the KZ index. *Review of Financial Studies*, 23, pp. 1909-1940.
10. Kang, Y. and Kim, B. (2012). Ownership structure and firm performance: Evidence from Chinese corporate reform. *China Economic Review*, 23, pp. 471-481.
11. Li, K., Yue, H. and Zhao, L. (2009). Ownership, institutions, and capital structure: Evidence from China. *Journal of Comparative Economics*, 37, pp. 471-490.
12. Myers, S. and Majluf, N. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 5, pp. 187-221.
13. Pessarossi, P. and Weill, L. (2013). Choice of corporate debt in China: The role of state ownership. *China Economic Review*, 26, 1-16.
14. Petersen, M.A. (2009). Estimating standard errors in finance panel data sets: Comparing approaches. *Review of Financial Studies*, 22.
15. Shao, Y., Liu, P. and Hernández, R. (2014). Government intervention and corporate policies: Evidence from China, *Journal of Business Research*.
16. Shleifer, A. and Vishny, R.W. (1994). *Politicians and firms*. *Quarterly Journal of Economics*, 109, 995-1025.
17. Shleifer, A. and Vishny, R.W. (1986). Large shareholders and corporate control. *Journal of Political Economy*, 94, pp. 461-488.
18. Sun, Q., Tong, W.H.S. and Tong, J. (2002). *How does government ownership affect firm performance? Evidence from China's privatization experience*. *Journal of Business Finance and Accounting*, 29, 1-27.

ẢNH HƯỞNG CỦA MỨC ĐỘ CẠNH TRANH NGÂN HÀNG LÊN SỰ TRUYỀN DẪN CỦA CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ THÔNG QUA KÊNH CHO VAY NGÂN HÀNG: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ CÁC NGÂN HÀNG VIỆT NAM

Vũ Minh Hà¹, Đinh Thị Thu Hà¹ và Hoàng Thị Phương Anh^{1,*}

¹Trường đại học Kinh tế TP.HCM

*Tác giả nhận phản hồi: anhtcdn@ueh.edu.vn

TÓM TẮT

Bằng việc sử dụng dữ liệu bảng của 31 ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam từ năm 1999-2015, nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của cạnh tranh ngân hàng lên sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay ngân hàng. Kết quả của chúng tôi thấy rằng ngân hàng với mức độ cạnh tranh (đại diện bởi chỉ số Lerner) cao hơn, thì có cung tín dụng nhạy cảm hơn với những cú sốc của chính sách tiền tệ. Do đó, kết quả ước lượng của chúng tôi cung cấp một bằng chứng cho thấy một sự gia tăng trong mức độ cạnh tranh của ngân hàng sẽ làm cho sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay hiệu quả hơn.

Từ khóa: cạnh tranh ngân hàng, kênh cho vay ngân hàng, chính sách tiền tệ

ABSTRACT

Using bank-level panel data for 31 commercial banks in Vietnam during period from 1999-2015, This paper examines how banking competition affects the transmission of monetary policy through the bank lending channel. Our results suggest that banks with level of bank competition (proxied by the Lerner index) higher, , have a credit supply that is more sensitive to monetary policy shock. Therefore, our estimation results provide consistent evidence that increase in the level of bank competition enhances the effectiveness of monetary policy transmission through the bank lending channel.

Keywords: banking competition; credit supply; monetary policy

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, ngành ngân hàng ở Việt Nam đã trải qua những thay đổi quan trọng trong điều kiện cạnh tranh. Các yếu tố đó đã góp phần vào những thay đổi quan trọng trong cấu trúc thị trường bao gồm hội nhập quốc tế về tài chính, tư nhân hóa và một làn sóng sáp nhập và mua lại, cùng với sự gia tăng sự thâm nhập của ngân hàng nước ngoài và cải cách tài chính để bảo lãnh cho các ngân hàng từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008-2009.

Trong bối cảnh hiện tại của phục hồi khủng hoảng, một trong những vấn đề chính cần quan tâm là khả năng của các trung gian tài chính để tài trợ cho việc làm mới và cung cấp những cơ hội mới cho sự phát triển ổn định và bền vững. Cấu trúc thị trường và đặc biệt là cạnh tranh của các ngân hàng có thể ảnh hưởng đến các mục tiêu này. Thật vậy, sự cạnh tranh có thể trực tiếp làm thay đổi sự phát triển của các nguồn cung cấp tín dụng, nhưng cũng có thể gián tiếp ảnh hưởng đến nó thông qua những tác động truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua các kênh cho vay của ngân hàng. Do đó, mức độ cạnh tranh ngân hàng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả của chính sách tiền tệ bằng cách tiếp tay hoặc cản trở việc truyền tải các quyết định của chính sách tiền tệ.

Nhiều nghiên cứu đã cố gắng xác định những tác động của chính sách tiền tệ đến việc cung cấp tín dụng của các ngân hàng. Một chính sách tiền tệ thắt chặt có thể buộc một số ngân hàng cắt giảm cung tiền cho vay của họ. Tuy nhiên, việc cắt giảm này sẽ khác nhau giữa các ngân hàng. Một ngân hàng khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn vốn khác sẽ cắt giảm cung tín dụng nhiều hơn các ngân hàng dễ dàng tiếp cận các nguồn vốn khác. Họ nhận thấy rằng các ngân hàng có quy mô nhỏ phản ứng mạnh hơn với các cú sốc của chính sách tiền tệ. Ngoài quy mô (Xem Kashyap và Stein, 2000; Altunbas et al, 2002;.. Altunbas et al, 2009), một số nghiên cứu còn cho thấy vốn (Kishan và Opiela, 2000; Van den Heuvel, 2002; Gambacorta, 2005; Altunbas et al, 2009) và khả năng thanh khoản cũng có thể ảnh hưởng đến phản ứng cho vay của ngân hàng khi có sự thay đổi trong chính sách tiền tệ (Kashyap và Stein, 2000; Ehrmann et al, 2003;.. Altunbas et al, 2009). Ngoài những yếu tố trên, tác động của chính sách tiền tệ đến cung cho vay của ngân hàng còn tùy thuộc vào cấu trúc thị trường và sự cạnh tranh của ngân hàng. Nhiều quan điểm cho rằng, khi không có sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa các ngân hàng tức

một ngân hàng có sức mạnh thị trường cao hơn thì có thể dễ dàng tiếp cận với các nguồn vốn như chứng chỉ tiền gửi và các khoản vay liên ngân hàng. Do đó, một ngân hàng càng có sức mạnh thị trường càng lớn thì sẽ giúp giảm bớt các cú sốc bằng cách giảm tạm thời lợi nhuận của mình. Từ quan điểm trên, một số nghiên cứu thực nghiệm đã tiến hành nghiên cứu ảnh hưởng sự cạnh tranh của ngân hàng đến việc truyền dẫn chính sách tiền tệ thông qua kênh tín dụng (Xem *Adams và Amel, 2005; Gunji et al, 2009; Olivero et al, 2011; Fungáčová và Weill, 2014; Leory, 2014; Leroy và Lucotte, 2015*). Tuy việc nghiên cứu ảnh hưởng của cạnh tranh giữa các ngân hàng đến sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ mang nhiều ý nghĩa thực tiễn to lớn, nhưng hầu hết các nghiên cứu thực nghiệm về vấn đề này đều được tiến hành trên các thị trường như Mỹ, khu vực Châu Âu, khu vực Châu Á và Mỹ La Tinh. Gần đây, có *Nguyễn Thị Thùy Linh và ctv (2015)* nghiên cứu cho khu vực Đông Nam Á. Theo tìm hiểu của chúng tôi, ở Việt Nam đến nay vẫn chưa có một nghiên cứu chính thức nào về vấn đề này. Các nghiên cứu ở Việt Nam chủ yếu tập trung vào sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay hoặc các đặc điểm của ngân hàng là chính (Xem *Chu Khánh Lâm, 2012; Nguyễn Phúc Cảnh, 2014*). Do đó, trong nghiên cứu này, chúng tôi sẽ phân tích ảnh hưởng của cạnh tranh giữa các ngân hàng đến việc cung cấp tín dụng và phản ứng với những cú sốc của chính sách tiền tệ ở Việt nam trong giai đoạn từ năm 1999-2015. Bằng việc sử dụng dữ liệu của từng ngân hàng riêng lẻ, nghiên cứu của chúng tôi sẽ cung cấp thêm một bằng chứng thực nghiệm về vấn đề này cho một thị trường mới nổi, hệ thống ngân hàng còn chịu sự giám sát quản lý chặt chẽ của nhà nước như Việt Nam.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước đây

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã cho thấy rằng sự cạnh tranh của ngân hàng sẽ có ảnh hưởng đến sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay của ngân hàng. Các kênh này bao gồm: (1) nếu sức cạnh tranh của các ngân hàng được nâng cao do sự mở rộng quy mô thị trường của các ngân hàng lớn, sự gia tăng này sẽ làm suy yếu mức độ truyền dẫn thông qua kênh cho vay của chính sách tiền tệ. Các ngân hàng lớn thường có nhiều cách tiếp cận các nguồn tín dụng phi truyền thống khác, điều này giúp họ có thể đối phó với mức độ suy giảm các khoản dự phòng do chính sách tiền tệ thắt chặt gây ra. Theo đó, khi quy mô thị trường của các ngân hàng lớn được mở rộng, sự tác động của suy giảm trong cung tiền đến hoạt động cho vay và các hoạt động kinh tế sẽ thấp hơn (Xem *Aftalion and White (1978); VanHoose (1983, 1985)*); (2) sức cạnh tranh được nâng cao có thể làm suy yếu sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ lên kênh cho vay của ngân hàng nếu sự nâng cao trong khả năng cạnh tranh này được kết hợp với sự suy giảm trong vấn đề bất cân xứng thông tin giữa các ngân hàng về mức độ tín nhiệm của những người đi vay. Sự bất cân xứng về mặt thông tin này kết hợp với sự độc quyền thông tin về khách hàng của các ngân hàng sẽ khiến cho chi phí đi vay của khách hàng tăng cao khi chuyển từ ngân hàng này sang ngân hàng khác, chi phí này sẽ khiến cho người đi vay bị “mắc kẹt”. Chính vì thế, khi chính sách tiền tệ thắt chặt, các ngân hàng nhỏ dễ bị tác động động bởi sự thắt chặt này sẽ thu hẹp các khoản cho vay của mình. Nếu người đi vay không thể chuyển đổi qua các ngân hàng khác, mức tăng cầu tiền do các ngân hàng nhỏ không thể đáp ứng này cũng không thể được đáp ứng bởi các ngân hàng lớn. Như vậy phản ứng của tổng cung tín dụng đến các điều kiện của chính sách tiền tệ nên được gia tăng với mức độ các chi phí chuyển đổi giữa các ngân hàng này. Khi sự gia tăng trong mức độ cạnh tranh của ngân hàng được nâng lên, ảnh hưởng của cú shock do chính sách tiền tệ gây ra cũng được giảm thiểu ((Xem *Adams and Amel (2005)*); (3) sự cạnh tranh của các ngân hàng có thể tác động đến hiệu quả của chính sách tiền tệ thông qua sự ảnh hưởng lên mức độ nhạy cảm của lãi suất cho vay của ngân hàng lên cú shock của chính sách tiền tệ. Do đó, khi mức độ cạnh tranh tăng lên sẽ làm cho sự tác động của chính sách tiền tệ tăng lên hàm ý rằng sự thay đổi trong lãi suất cho vay của các khoản ký gửi gây ra bởi cú sốc đến các khoản dự phòng sẽ truyền dẫn trực tiếp đến lãi suất cho vay của ngân hàng (Xem *Olivero et al, 2009*).

Olivero et al (2011) kiểm chứng sự thay đổi trong mức độ cạnh tranh của các ngân hàng có ảnh hưởng như thế nào đến mức độ truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua các kênh cho vay của ngân hàng tại 20 nước Mỹ Latin và Châu á trong giai đoạn 1996-2006. Các tác giả tìm thấy bằng chứng cho thấy sự gia tăng cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng sẽ làm giảm hiệu quả truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay ngân hàng. Kết quả này đặc biệt phù hợp với các ngân hàng có quy mô nhỏ, mức thanh khoản thấp và có giá trị vốn hoá nhỏ. Tại các nước Mỹ Latin, sự gia tăng trong mức độ cạnh tranh của ngân hàng làm giảm hiệu quả truyền dẫn của chính sách tiền tệ trong khu vực. Bên cạnh đó, mức độ cạnh tranh của ngân hàng không cho thấy sự tác động ngược chiều đối với hiệu quả truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua các kênh cho vay. Các tác giả đề xuất một sự giám sát hơn nữa đối

với sự phát triển của mức độ cạnh tranh của ngân hàng và cấu trúc trong hệ thống ngân hàng tại các thị trường mới nổi, đặc biệt khi quá trình hội nhập và quốc tế hoá của hệ thống ngân hàng, cũng như sự tham gia của các ngân hàng nước ngoài, và quá trình cải tổ hệ thống ngày càng được nâng cao

Leroy và Lucotte (2015) kiểm chứng mối quan hệ giữa mức độ cạnh tranh của ngân hàng và kênh lãi suất của các quốc gia trong khu vực Châu Âu giai đoạn 2003-2010. Các tác giả đo lường mức độ cạnh tranh thông qua chỉ số Lerner và nhận thấy mức độ cạnh tranh của ngân hàng (1) làm giảm lãi suất cho vay; (2) tăng cường mức độ truyền dẫn của lãi suất dài hạn; (3) đẩy nhanh tốc độ điều chỉnh về mức cân bằng dài hạn trong thời gian ngắn. Do đó, tăng cường mức độ cạnh tranh của ngân hàng có thể cải thiện hiệu quả truyền dẫn của chính sách tiền tệ đến kênh lãi suất. Các tác giả cho rằng, các ngân hàng hoạt động trong một thị trường cạnh tranh, vì sợ mất thị phần của mình sẽ cung cấp các khoản tín dụng với mức lãi suất thấp hơn và điều chỉnh lãi suất huy động nhanh hơn để phản ứng với sự thay đổi trong lãi suất của chính sách tiền tệ so với các ngân hàng hoạt động trong thị trường tập trung. Mức độ cạnh tranh và tập quyền trong lĩnh vực ngân hàng sẽ ảnh hưởng đến sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ đến lãi suất ký gửi.

Güntner (2011) kiểm chứng tác động của hệ thống ngân hàng lên sự truyền dẫn cú shock của chính sách tiền tệ và nhận thấy: sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại cho thấy lãi suất cho vay sẽ có tương quan chặt chẽ đối với lãi suất của chính sách. Kết quả từ mô hình của tác giả cho thấy mức độ cạnh tranh độc quyền trong lĩnh vực ngân hàng có sự ảnh hưởng lớn đến mức độ truyền dẫn của sự thay đổi trong lãi suất chính sách. Đặc biệt, mức độ cạnh tranh càng cao sẽ càng khuếch đại mức độ hiệu quả của chính sách tiền tệ.

Rất nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng mức độ truyền dẫn của chính sách tiền tệ đến lãi suất cho vay của ngân hàng là không hoàn toàn, ít nhất là trong ngắn hạn. Cả lãi suất cho vay và lãi suất ký gửi đều điều chỉnh một cách chậm chạp theo lãi suất thị trường (Cottarelli và Kourelis, 1994, Berlin và Mester, 1999, de Bondt, 2005).

Mặc cho ý kiến đồng thuận rằng mức độ gắn kết giữa các quốc gia và các sản phẩm của ngân hàng khác nhau, các lý giải về mối quan hệ giữa mức độ cạnh tranh của ngân hàng và truyền dẫn của chính sách tiền tệ vẫn gây nhiều tranh cãi. Nghiên cứu đầu tiên đóng góp về mặt lý thuyết của Klein (1971), sau đó hàng loạt các nghiên cứu thực nghiệm đã ra đời để tìm hiểu mối quan hệ này. Hannan và Berger (1991) nhận thấy lãi suất ký gửi điều chỉnh chậm chạp hơn tại các thị trường tập trung, đặc biệt khi lãi suất thị trường đang tăng cao.

Van Leuvensteijn et al (2013) phân tích ảnh hưởng của mức độ cạnh tranh của thị trường lên lãi suất ngân hàng trong khu vực Châu Âu giai đoạn 1994-2004. Các tác giả cho thấy mức độ cạnh tranh càng cao cho thấy sự khác biệt giữa các ngân hàng và lãi suất thị trường của các khoản vay càng thấp. Hơn nữa, mức độ phản ứng của lãi suất cho vay đối với sự thay đổi lãi suất thị trường có quan hệ cùng chiều với mức độ cạnh tranh. Kết quả này trùng hợp với kết quả nghiên cứu của các nghiên cứu trước với các phương pháp đo lường mức độ cạnh tranh khác nhau như Cottarelli và Kourelis (1994), Claudio và Wilhelm (1995), và de Bondt (2005). Mức độ cạnh tranh gay gắt từ những ngân hàng khác hoặc từ thị trường vốn có thể đẩy nhanh quá trình điều chỉnh của lãi suất tiền gửi lên sự thay đổi của thị trường tiền tệ.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô tả dữ liệu

Nghiên cứu của chúng tôi dựa trên dữ liệu bảng cân đối kế toán và báo cáo thu nhập hàng năm của 31 ngân hàng Việt nam trong giai đoạn từ năm 1999-2015. Nguồn dữ liệu được lấy từ cơ sở dữ liệu của bankscope. Các ngân hàng trong mẫu của chúng tôi bao gồm các ngân hàng thương mại, chi nhánh ngân hàng nước ngoài và ngân hàng có vốn của nhà nước.

Chính sách tiền tệ là như nhau giữa các ngân hàng. Theo Bernanke và Blinder (1988), chúng tôi đo lường chính sách tiền tệ thông qua những thay đổi trong tỷ lệ lãi suất ngắn hạn, do đó, một hoạt động thắt chặt (nới lỏng) tiền tệ sẽ được phản ánh trong một gia tăng (giảm sút) trong lãi suất. Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng lãi suất liên ngân hàng qua đêm hoặc lãi suất tái cấp vốn làm biến đại diện cho chính sách tiền tệ theo nhiều nghiên cứu trước đây (xem Ehrmann et al, 2003; Gambacorta, 2005; Olivero et al 2011; Fungáčová và Weill, 2014). Bên cạnh đó, chúng tôi còn sử dụng thêm biến GDP. Những dữ liệu này được lấy từ cơ sở dữ liệu của Thomson Reuters.

3.2. Đo lường cạnh tranh ngân hàng

Hầu hết các nghiên cứu thực nghiệm đều đo lường cạnh tranh ngân hàng thông qua hai phương pháp: phương pháp truyền thống và phương pháp tổ chức công nghiệp (IO) mới.

3.2.1. Phương pháp truyền thống

Phương pháp truyền thống dựa trên mô hình hành vi cấu trúc hoạt động (SCP), được sử dụng rộng rãi cho đến đầu những năm 1990. Giả thuyết SCP là các ngân hàng trong thị trường ngân hàng tập trung cao sẽ ít cạnh tranh hơn, dẫn đến lợi nhuận ngân hàng cao hơn. Như vậy, cạnh tranh ngân hàng có thể được đại diện bởi việc đo lường cấu trúc tập trung của thị trường như chỉ số Herfindahl (HHI) hay thị phần của n ngân hàng lớn trong hệ thống ngân hàng. Tuy nhiên, Bikker et al, (2012) cho rằng sự tập trung của thị trường là một thước đo cạnh tranh kém hiệu quả.

Trong ngành ngân hàng, chỉ số Herfindahl-Hirschman (HHI) được sử dụng để nhận biết mức độ cạnh tranh của thị trường là hoàn hảo hay độc quyền cao. Tại Mỹ, chỉ số này được Bộ Tư pháp sử dụng để đánh giá mức độ độc quyền hay độc quyền nhóm trong hoạt động mua bán, sáp nhập (M&A) giữa các ngân hàng. HHI được xác định như sau:

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Trong đó: si là thị phần ngân hàng thứ i. Si có thể được đo lường dựa trên doanh thu, tổng tài sản, tổng tiền gửi, tổng tín dụng hoặc tổng thu nhập từ lãi của các ngân hàng. Trong bài nghiên cứu này, chúng tôi cũng đánh giá mức độ cạnh tranh trên các tiêu chí trên theo như đề xuất của Lê Hải Trung (2014), Nguyễn Thị Bích (2016); n là số lượng ngân hàng.

HHI có thể thay đổi từ 100%, đại diện cho thị trường độc quyền hoàn toàn khi một ngân hàng chiếm lĩnh toàn bộ thị trường đến 0%, đại diện cho thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Về lý thuyết HHI càng nhỏ thì càng chứng tỏ không có ngân hàng nào thống lĩnh thị trường và thị phần được công bố công bằng hơn giữa các thành viên. Một thị trường mà thị phần của các thành viên gần như nhau được xem là cạnh tranh hơn và ít có thái độ cư xử thiếu cạnh tranh. Thông thường để phân loại mức độ cạnh tranh, HHI thường được phân theo 3 mức như sau (Xem Lê Hải Trung, 2014; Nguyễn Thị Bích, 2016): $HHI < 1\%$: Thị trường cạnh tranh hoàn hảo; $1\% \leq HHI \leq 10\%$: Mức độ cạnh tranh cao; $10\% \leq HHI \leq 18\%$: Thị trường cạnh tranh trung bình; $HHI \geq 18\%$: Mức độ tập trung thị trường cao và có xu hướng độc quyền.

3.2.1. Phương pháp IO (industrial organization methods)

Nhằm mục đích đo lường cạnh tranh ngân hàng một cách trực tiếp hơn là sử dụng các đại diện như cấu trúc thị trường và thị phần. Được sử dụng rộng rãi nhất là các thước đo phi cấu trúc bao gồm chỉ số Lerner, đo lường Rosse-Panzar (Chỉ số H) và gần đây nhất là chỉ số Boone.

Trong bài nghiên cứu này chúng tôi sử dụng chỉ số Lerner để đo lường cạnh tranh của ngân hàng tương tự như nhiều nghiên cứu trước đây (xem Claessens và Laeven, 2004; Lapteacru, 2014 giải thích tại sao một số các nghiên cứu gần đây lại sử dụng chỉ số Lerner; Phan Thị Thơm và Thân Thị Thu Thủy, 2015 trong nghiên cứu về Việt Nam cũng đã cho rằng chỉ số Lerner là công cụ đánh giá mức độ cạnh tranh ngân hàng ở Việt nam hiệu quả hơn so với các chỉ số khác).

Chỉ số Lerner được ước tính như sau:

$$Lerner = \frac{P-MC}{P}$$

Khi cạnh tranh hoàn hảo tồn tại thì giá bán bằng chi phí biên, do vậy chỉ số này sẽ có giá trị bằng 0. Khi giá cả lớn hơn chi phí biên thì chỉ số Lerner sẽ lớn hơn 0, vì vậy, chỉ số Lerner sẽ nằm trong khoảng từ 0 đến 1. Chỉ số này càng gần 1 thì mức độ độc quyền của doanh nghiệp càng cao. **Trong đó:** P: giá trung bình đầu ra của ngân hàng (tổng doanh thu/tổng tài sản).

MC là chi phí biên. Do MC không thể tính toán một cách trực tiếp được, nên đầu tiên chúng tôi sẽ ước tính hàm chi phí Translog với một biến đầu ra (tổng chi phí) và ba mức giá đầu vào (giá lao động, giá vốn vật chất và giá của việc vay mượn). Hàm chi phí như sau:

$$\ln TC = \alpha_0 + \alpha_1 \ln y + \frac{1}{2} \alpha_2 (\ln y)^2 + \sum_{j=1}^3 \beta_j \ln w_j + \sum_{j=1}^3 \sum_{k=1}^3 \beta_{jk} \ln w_j \times \ln w_k + \sum_{j=1}^3 \gamma_j \ln y \ln w_j + \varepsilon \quad (1)$$

Trong đó: TC đại diện cho tổng chi phí được tính bằng tổng của chi phí nhân sự, chi phí ngoài lãi, chi phí lãi phải trả. w1 là giá lao động (là tỷ số giữa chi phí nhân sự trên tổng tài sản), w2 là giá vốn

vật chất (là tỷ số giữa chi phí ngoài lãi trên tài sản cố định), w_3 là giá của vay mượn (là tỷ số giữa chi phí lãi phải trả trên tổng tiền gửi).

Chúng tôi sẽ ước tính hàm chi phí trong mô hình (1) bằng cách sử dụng dữ liệu bảng với hiệu ứng cố định (Fixed effects), trong đó chúng tôi cũng chạy bao gồm các biến giả thời gian, biến giả doanh nghiệp để kiểm soát tính không đồng nhất của mẫu.

Ước lượng các hệ số của hàm chi phí trong mô hình (1), sau đó sử dụng các hệ số này để tính chi phí biên MC như sau (Xem Claessens và Laeven, 2004; Fungáčová và Weill, 2014; Phan Thị Thom và Thân Thị Thu Thủy, 2015; Nguyễn Thị Thùy Linh và ctv, 2015; Leory, 2014; Leroy và Lucotte, 2015)

$$MC = \frac{TC}{y} (\alpha_1 + \alpha_2 \ln y + \sum_{j=1}^3 y_j \ln w_j) \quad (2)$$

3.3. Mô hình nghiên cứu

Để xem xét ảnh hưởng của cạnh tranh đến sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay ngân hàng, mô hình thực nghiệm của chúng tôi được ước lượng dựa theo nghiên cứu Ehrmann và cộng sự (2003), mô hình hồi quy cơ bản như sau:

$$\log(L_{i,t}) = \alpha_i + \sum_{j=1}^l b_j \log(L_{i,t-j}) + \sum_{j=0}^l c_j MP_{t-j} + \sum_{j=0}^l d_j \%GDP_{t-j} + \sum_{j=0}^l f_j X_{i,t-1} + \sum_{j=0}^l g_j X_{i,t-1} MP_{t-j} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

Với i là các ngân hàng; t là thời gian (năm); j là độ trễ; L_{it} đại diện cho tổng số tiền vay của ngân hàng i đến các ngành phi ngân hàng trong thời gian t được tính bằng cách lấy logarit của số tiền vay thuần; MP là chính sách tiền tệ được đo lường trên 2 chỉ tiêu lãi suất liên ngân hàng và lãi suất tái cấp vốn và $\%GDP$ là tốc độ tăng trưởng GDP thực. Các đặc điểm của ngân hàng được đại diện bởi biến X_i . Hơn nữa, mô hình còn bao gồm những yếu tố cố định của ngân hàng α_i .

Trong mô hình thực nghiệm, sự tồn tại của một kênh cho vay ngân hàng sẽ được phản ánh trong hệ số hồi quy của biến tương tác giữa các đặc điểm của ngân hàng với chính sách tiền tệ. Ba thước đo đặc điểm của ngân hàng thường được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây là quy mô, vốn và khả năng thanh khoản (xem Ehrmann et al, 2003; Gambacorta, 2005; Olivero et al, 2011; Fungáčová và Weill, 2014; Nguyễn Thị Thùy Linh và ctv, 2015). Quy mô ngân hàng (Size) được đo lường bằng log của tổng tài sản. Khả năng thanh khoản (Liquid) được tính bằng cách lấy tài sản có khả năng thanh khoản chia cho tổng tài sản. Vốn được tính bằng cách lấy vốn sở hữu của ngân hàng chia cho tổng tài sản (xem Ehrmann et al, 2003; Nguyễn Thị Thùy Linh và ctv, 2015). Quy mô ngân hàng và tỷ lệ vốn hóa và tính thanh khoản là những yếu tố mà có thể ảnh hưởng đến sự tiếp cận các nguồn tài trợ bên ngoài của ngân hàng. Mức độ cao trong khả năng thanh khoản cũng giúp cho các doanh nghiệp có thể dựa vào nguồn vốn của mình thay vì phải dựa vào các nguồn vốn bên ngoài thị trường nhất là khi có sự hiện diện của chính sách thắt chặt tiền tệ.

Mô hình bảng động trong phương trình (3) nếu dùng phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất (OLS) để hồi quy, trong điều kiện thừa nhận hay không thừa nhận mối tương quan giữa biến độc lập với yếu tố sai số ε_i thì kết quả ước lượng vẫn bị chệch và không vững vì trong mô hình (4) có chứa biến trễ của biến phụ thuộc, điều này sẽ dẫn đến hiện tượng nội sinh trong mô hình (Baltagi, 2008). Để khắc phục hiện tượng nội sinh tồn tại trong mô hình này, Arellano và Bond (1991) đề nghị sử dụng mô hình D-GMM (Difference Generalized Method of Moments), tức chuyển mô hình hồi quy sang mô hình sai phân bậc nhất và sử dụng độ trễ của biến cùng tín dụng và các nhân tố ảnh hưởng làm biến công cụ. Bằng cách chuyển đổi này, tác động riêng biệt η_i đã bị loại, đồng thời việc sử dụng độ trễ của đòn bẩy và các nhân tố ảnh hưởng làm biến công cụ cho phép tạo ra các điều kiện trực giao giữa sai số ε_{it} và các biến độc lập, đồng nghĩa với việc giải quyết được vấn đề nội sinh. Tuy nhiên, theo Fungáčová và Weill (2014), vì sử dụng dữ liệu theo năm thay vì quý, nên họ cho rằng hoàn toàn có thể thuyết phục người khác rằng cho vay trong quý trước đó có thể ảnh hưởng đến cho vay hiện tại, nhưng điều này sẽ là khó khăn hơn để có thể tạo ra một cơ sở về mặt kinh tế để giải thích cho lý do tại sao cho vay vào cuối năm trước có thể ảnh hưởng đến cho vay hiện tại. Do đó, họ cho rằng giá trị trễ của tăng trưởng tín dụng thì không quan trọng và chúng ta thiếu một lý do kinh tế có sức thuyết phục để thêm biến độ trễ này vào mô hình như là một biến hồi quy độc lập, vì vậy, họ nghi ngờ lợi ích của việc sử dụng phương pháp D-GMM hay S-GMM (system GMM). Do đó, dựa theo nghiên cứu của Fungáčová và Weill (2014), chúng tôi sẽ ước tính phương trình (3) mà không có biến phụ thuộc như sau:

$$\log(L_{i,t}) = \alpha_i + c_i \Delta MP_t + d_i \Delta GDP_t + f_i X_{i,t-1} + g_i X_{i,t} \Delta MP_t + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

Trong đó: Các biến đặc trưng của ngân hàng X_{it} (vốn, quy mô, khả năng thanh khoản và sức mạnh thị trường) được lấy trễ một kỳ để hạn chế hiện tượng nội sinh (theo *Fungáčová và Weill (2014)*). Phương trình (4) sẽ được ước lượng bằng hồi quy dữ liệu bảng với hiệu ứng cố định chuẩn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mức độ cạnh tranh của ngân hàng

Bảng 1: Chỉ số HHI từ năm 1999-2014

Năm	Số lượng NH	HHI theo doanh thu	HHI theo tài sản	HHI theo thu nhập từ lãi	HHI theo tiền gửi	HHI theo cho vay	Thị phần 4 ngân hàng lớn theo DT
1999	14	27.82%	21.35%	27.82%	21.48%	22.96%	93.25%
2000	15	26.09%	21.11%	26.09%	21.26%	22.98%	92.65%
2001	17	23.91%	20.79%	23.92%	21.03%	23.27%	92.25%
2002	18	24.38%	20.53%	24.24%	20.00%	22.99%	88.69%
2003	19	24.70%	20.84%	24.51%	20.19%	24.21%	86.37%
2004	22	25.55%	16.68%	25.42%	19.27%	18.89%	90.20%
2005	24	25.12%	15.67%	24.75%	17.46%	17.77%	90.03%
2006	27	22.00%	13.95%	21.95%	15.47%	16.24%	83.47%
2007	27	17.83%	10.96%	18.12%	12.67%	13.50%	74.46%
2008	29	14.43%	10.84%	14.43%	12.29%	13.27%	69.10%
2009	31	11.11%	9.31%	11.11%	10.38%	11.69%	61.22%
2010	31	10.81%	8.13%	10.81%	8.99%	10.90%	59.50%
2011	31	10.25%	7.43%	10.79%	7.96%	10.29%	56.29%
2012	31	9.83%	7.74%	10.26%	8.32%	9.95%	54.54%
2013	31	10.28%	7.81%	10.62%	8.23%	9.73%	57.56%
2014	28	9.52%	8.77%	9.85%	8.65%	10.55%	55.67%

Nguồn: tác giả tự tổng hợp và tính toán

Nhìn vào bảng 1. chúng tôi thấy rằng. mức độ tập trung tính theo doanh thu của các ngân hàng trong giai đoạn từ năm 1999-2006 đều lớn hơn 18%. điều này cho thấy có sự xuất hiện của xu hướng độc quyền của các ngân hàng. Đặc biệt trong giai đoạn này. có sự xuất hiện của độc quyền nhóm. khi hơn 80% thị phần đều tập trung vào bốn ngân hàng quốc doanh lớn (gồm ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển nông thôn (Agribank). ngân hàng Đầu tư và phát triển (BIDV). ngân hàng ngoại thương (Vietcombank). Ngân hàng công thương (Vietinbank). Tuy nhiên. từ năm 2007-2010. mức độ cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng chuyển độc quyền sang cạnh tranh trung bình (chỉ số $10\% < HHI < 18\%$). Có được điều này là theo lộ trình hội nhập khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Việt Nam sẽ phải mở cửa. cho phép các ngân hàng nước ngoài thành lập ngân hàng con 100% vốn. Bên cạnh đó. năm 2008 ghi nhận những giấy phép lập ngân hàng mới đầu tiên được cấp. Thị trường đón nhận 2 thành viên mới chính thức đi vào hoạt động là Ngân hàng Liên Việt và Ngân hàng Tiên Phong. Tháng 12/2008. Ngân hàng Nhà nước cấp thêm giấy phép mới cho Ngân hàng Bảo Việt. dự kiến đi vào hoạt động đầu năm 2009. Đồng thời. cũng trong năm 2008. Ngân hàng Nhà nước chính thức cấp giấy phép lập ngân hàng con 100% vốn nước ngoài đầu tiên cho HSBC. ANZ và Standard Chartered. Sự ra đời của hàng loạt các ngân hàng mới. cũng như những quy định trong tiến trình hội nhập. mở cửa thị trường tài chính là nguyên nhân chính tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ hơn trong ngành ($10\% \leq HHI \leq 18\%$).

4.2. Kết quả phân tích hồi quy

Để xem xét ảnh hưởng của cạnh tranh đến việc truyền dẫn chính sách tiền tệ chúng tôi tiến hành chạy bốn mô hình hồi quy để chứng minh tác động cụ thể của cạnh tranh và ảnh hưởng của nó đến với các biến khác. Mô hình (1) xem xét tác động của chính sách tiền tệ đến tăng trưởng tín dụng của các ngân hàng. Mô hình (2) xem xét sự truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay ngân hàng. Mô hình (3) xem xét tác động của cạnh tranh đến sự truyền dẫn chính sách tiền tệ. Mô hình (4) xem xét ảnh hưởng truyền dẫn của chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay lẫn sự cạnh tranh ngân hàng. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong bảng 2 như sau:

Bảng 2: Các kết quả chính của mô hình

	Chính sách tiền tệ	Kênh cho vay ngân hàng	Bao gồm chỉ số lerner	Kênh cho vay ngân hàng và chỉ số Lerner
	(1)	(2)	(3)	(4)
L.liquid	2.006* (0.059)	2.041* (0.055)	1.915* (0.051)	1.970** (0.047)
L.Size	-0.235* (0.008)	-0.232* (0.007)	-0.235* (0.010)	-0.231* (0.008)
L.Cap	-1.009 (0.605)	-1.071 (0.591)	-0.619 (0.726)	-0.648 (0.715)
ΔMP	-0.0174 (0.189)	-0.0653 (0.364)	-0.0151 (0.147)	-0.0752 (0.283)
ΔGDP	0.0000123* (0.014)	0.0000123* (0.015)	0.0000121* (0.012)	0.0000121* (0.013)
$\Delta MP \times cap$		-0.482 (0.240)		-0.545 (0.130)
$\Delta MP \times liquid$		0.0824 (0.595)		0.149 (0.267)
$\Delta MP \times size$		0.0622 (0.294)		0.0646 (0.235)
LERNER			0.0596 (0.313)	0.0629 (0.300)
$\Delta MP \times lerner$			0.000298** (0.021)	0.00125** (0.088)
_cons	0.991 (0.327)	0.951 (0.324)	0.975 (0.350)	0.915 (0.356)
R-square	0.173	0.179	0.206	0.214
Observations	372	372	372	372

Ghi chú: Bảng 2 được ước lượng bằng mô hình dữ liệu bảng với hiệu ứng cố định. Biến phụ thuộc là tỷ lệ tăng trưởng tín dụng ($\Delta \ln loan$). Biến chính sách tiền tệ (MP) là sự khác biệt trong lãi suất liên ngân hàng qua đêm hiện nay so với thời kỳ trước đó. Các biến giải thích (Cap , $liquid$, $size$) được trễ một kỳ. Trong ngoặc là giá trị p -value và *, ** và *** lần lượt là các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.
Nguồn: tác giả tự tính toán

Đầu tiên, chúng tôi tìm thấy bằng chứng cho thấy ảnh hưởng tiêu cực của sự thay đổi chính sách tiền tệ đến tăng trưởng tín dụng. Các hệ số của chính sách tiền tệ là đáng kể và tiêu cực trong tất cả các ước tính. Sự gia tăng (giảm) lãi suất dẫn đến giảm (tăng) trong tốc độ tăng trưởng cho vay. Kết quả này thì phù hợp với nghiên cứu của Kashyap và ctg (1993) khi cho rằng trong giai đoạn hạn chế chính sách tiền tệ đã dẫn đến sự suy giảm trong cho vay ngân hàng nhưng đồng thời cũng làm tăng các chứng từ thương mại phát hành

Thứ hai, khi xem xét tương tác giữa chính sách tiền tệ với các đặc điểm của ngân hàng như vốn, tính thanh khoản và quy mô, kết quả nghiên cứu thực nghiệm thì không có ý nghĩa về mặt thống kê. điều này có nghĩa là các đặc điểm cụ thể của ngân hàng không ảnh hưởng đến cách thức mà các khoản cho vay của ngân hàng phản ứng với những thay đổi trong chính sách tiền tệ. Bởi vì kênh cho vay ngân

hàng được dự đoán là phản ứng khác nhau với việc cho vay giữa các các ngân hàng khác nhau. kết quả của chúng tôi không hỗ trợ sự tồn tại của một kênh cho vay ngân hàng ở Việt Nam trong thời gian nghiên cứu. Kết quả này thì giống với nghiên cứu của Fungáčová và cộng sự (2014) cho các quốc gia trong khu vực Euro. Gambacorta và Marques-Ibanez (2011) cho các ngân hàng ở 15 quốc gia (các nước khu vực đồng Euro. Đan Mạch. Thụy Điển. Anh. Mỹ). Tuy nhiên kết quả nghiên cứu này thì khác với nghiên cứu của Brissimis và cộng sự (2012). tìm thấy hệ số có ý nghĩa cho biến tương tác chính sách tiền tệ với vốn và tính thanh khoản cho các ngân hàng trong khu vực Euro. Sự khác biệt này có thể xuất phát từ sự khác biệt có thể phương pháp ước tính hoặc thời gian nghiên cứu.

Phát hiện chính thứ ba của chúng tôi là tương tác của chính sách tiền tệ đối với chỉ số Lerner với tăng trưởng tín dụng là tích cực và có ý nghĩa thống kê. Kết quả này có được bằng chứng cho sự tồn tại của một kênh cho vay ngân hàng thông qua cạnh tranh ngân hàng ở Việt Nam. Fungáčová và cộng sự 2014; Brissimis và cộng sự (2012); Leroy và Lucotte (2015) cũng tìm bằng chứng về sự có mặt này trong các ngân hàng trong khu vực Euro. Kết quả này chỉ ra rằng các ngân hàng có sức mạnh thị trường cao hơn thì ít nhạy cảm với những thay đổi trong chính sách tiền tệ do nó có thể dễ dàng tiếp cận các nguồn tài trợ khác. Như vậy, mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng có nghĩa là những thay đổi trong chính sách tiền tệ ảnh hưởng đến khả năng tài chính, vì vậy mà những thay đổi này sẽ được truyền trực tiếp hơn với việc cung cấp tín dụng. Tuy nhiên mức độ phản ứng của biến này với chính sách tiền tệ khá yếu (hệ số là 0.000298 và 0.00125). điều này có thể là do hiện nay phần lớn thị phần của ngành ngân hàng Việt Nam đều nằm trong tay của bốn ngân hàng (Agribank. BIDV. Vietcombank. Vietinbank). mức độ cạnh tranh trong ngành chỉ ở mức trung bình.

Trong phân tích các biến số khác trong các ước tính của chúng tôi, chúng tôi thấy rằng các ngân hàng có vốn hóa lớn, thanh khoản cao và quy mô nhỏ sẽ đạt được mức tăng trưởng tín dụng mạnh mẽ hơn. Một mức độ cao về vốn hoặc thanh khoản cho phép các ngân hàng dễ dàng đáp ứng cơ hội cho vay mà không gặp khó khăn theo luật định. Những yếu tố tăng cường tạo ra sự tin cậy và uy tín của ngân hàng, cho phép họ thu thập tài nguyên mới một cách nhanh chóng và dễ dàng. Hệ số thanh khoản đều có ý nghĩa và tích cực; quy mô có tương quan tiêu cực trong tất cả các ước tính. Chúng tôi tiếp tục quan sát những thay đổi trong hoạt động kinh tế, được đo bằng tốc độ tăng trưởng GDP, kết quả cho tìm thấy mối tương quan tích cực đến tăng trưởng tín dụng. Tăng trưởng kinh tế sẽ làm tăng các dự án khả thi và cải thiện các cơ hội cho các công ty, từ đó dẫn đến sự gia tăng tín dụng. (theo Repullo và Suarez, 2009; Fungáčová và cộng sự, 2014)

5. Kết luận

Mục tiêu của nghiên cứu này là xem xét ảnh hưởng của cạnh tranh ngân hàng đến truyền dẫn chính sách tiền tệ thông qua kênh cho vay ngân hàng. Chúng tôi thấy rằng mức độ cạnh tranh của ngân hàng (được đo lường thông qua chỉ số Lerner) càng cao tức sức mạnh thị trường của nó càng thấp sẽ làm cho việc truyền dẫn chính sách tiền tệ thông qua các kênh cho vay ngân hàng hiệu quả hơn. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy khi mức độ cạnh tranh của ngân hàng càng cao sẽ làm gây khó khăn cho các ngân hàng trong việc tìm kiếm các nguồn vốn thay thế và do đó làm cho kênh cho vay ngân hàng phản ứng tốt hơn với chính sách tiền tệ.

Phát hiện của chúng tôi dẫn đến hai kết luận. Từ góc độ chính sách, mức độ cạnh tranh ngân hàng là yếu tố quan trọng trong việc truyền dẫn chính sách tiền tệ. Việc truyền dẫn sẽ kém hiệu quả hơn khi hệ thống ngân hàng kém cạnh tranh. Điều này ủng hộ quan điểm cho rằng sự cạnh tranh giữa các ngân hàng càng lớn sẽ tạo ra sự hiệu quả càng cao của chính sách tiền tệ. Từ góc độ kinh tế, việc hội nhập tài chính nhiều hơn giữa các nước trong khu vực và trên thế giới sẽ làm gia tăng mức độ cạnh tranh của ngành ngân hàng. Như một hệ quả, việc nỗ lực tăng cường hợp tác và hội nhập quốc tế sẽ làm gia tăng cạnh tranh ngân hàng. Điều này có thể được coi là yếu tố cơ bản để cải thiện hơn nữa việc thực hiện các chính sách tiền tệ ở Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adams, R., Amel, D., (2005). The Effects of Local Banking Market Structure on the Bank-Lending Channel of Monetary Policy. Working Paper 2005-16. Board of Governors of the Federal Reserve System.
2. Altunbaş, Y., Fazylov, O., & Molyneux, P. (2002). Evidence on the bank lending channel in Europe. *Journal of Banking & Finance*. 26(11). 2093-2110.

3. Altunbas. Y.. Gambacorta. L.. & Marques-Ibanez. D. (2010). Bank risk and monetary policy. *Journal of Financial Stability*. 6(3). 121-129.
4. Anil. K. K.. & Jeremy. C. S. (1997). The role of banks in monetary policy: a survey with implications for the European Monetary Union. *Economic Perspectives*(Sep). 2-18.
5. Aftalion, F., White, J.L., (1978). A study of a monetary system with a pegged discount rate under different market structures. *Journal of Banking and Finance* 2, 351–
6. 354.
7. Arellano. M.. & Bond. S. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *The Review of Economic Studies*. 58(2). 277-297. doi: 10.2307/2297968
8. Ashcraft. A. B. (2006). New Evidence on the Lending Channel. *Journal of Money. Credit and Banking*. 38(3). 751-775.
9. Baltagi. B. H. (2008). *Econometric analysis of panel data*. Chichester. UK; Hoboken. NJ: John Wiley & Sons.
10. Berlin. M.. & Mester. L. J. (1999). Deposits and Relationship Lending. *Review of Financial Studies*. 12(3). 579-607. doi: 10.1093/revfin/12.3.0579
11. Bernanke. B. S.. & Blinder. A. S. (1988). Credit. Money. and Aggregate Demand. National Bureau of Economic Research Working Paper Series. No. 2534.
12. Bernanke. B. S.. & Blinder. A. S. (1992). The Federal Funds Rate and the Channels of Monetary Transmission. *The American Economic Review*. 82(4). 901-921.
13. Bernanke. B. S.. & Gertler. M. (1995). Inside the Black Box: The Credit Channel of Monetary Policy Transmission. National Bureau of Economic Research Working Paper Series. No. 5146.
14. Bikker. J. A.. Shaffer. S.. & Spierdijk. L. (2011). Assessing Competition with the Panzar-Rosse Model: The Role of Scale. Costs. and Equilibrium. *Review of Economics and Statistics*. 94(4). 1025-1044. .
15. Brissimis. S. N.. & Delis. M. D. (2009). Identification of a loan supply function: A cross-country test for the existence of a bank lending channel. *Journal of International Financial Markets. Institutions and Money*. 19(2). 321-335.
16. Cecchetti. S. G. (1999). Legal structure. financial structure. and the monetary policy transmission mechanism: National bureau of economic research.
17. Claessens, S., & Laeven, L. (2004). What drives bank competition? Some international evidence. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 36(3), 563-583.
18. Claudio. E. V. B.. & Wilhelm. F. (1995). The response of short-term bank lending rates to policy rates: a cross-country perspective: Bank for International Settlements.
19. Cottarelli. C.. & Kourelis. A. (1994). Financial Structure. Bank Lending Rates. and the Transmission Mechanism of Monetary Policy. *Staff Papers*. 41(4). 587-623.
20. Chu Khánh Lâm (2013). Nghiên cứu thực nghiệm về truyền dẫn chính sách tiền tệ qua kênh tín dụng tại Việt Nam. *Tạp chí Ngân hàng*, số 5 tháng 3/2013, 17-2323
21. De Bondt. G. J. (2005). Interest Rate Pass-Through: Empirical Results for the Euro Area. *German Economic Review*. 6(1). 37-78.
22. Ehrmann. M.. Gambacorta. L.. Martínez-Pagés. J.. Sevestre. P.. & Worms. A. (2003). The effects of monetary policy in the euro area. *Oxford Review of Economic Policy*. 19(1). 58-72.
23. Ehrmann. M.. Gambacorta. L.. Martínez-Pagés. J.. Sevestre. P.. & Worms. A. (2001). Financial systems and the role of banks in monetary policy transmission in the euro area.
24. Friedman. M.. & Schwartz. A. J. (1963). *A monetary history of the United States. 1867-1960*. Princeton: Princeton University Press.
25. Fungáčová. Z.. Solanko. L.. & Weill. L. (2014). Does competition influence the bank lending channel in the euro area? *Journal of Banking & Finance*. 49. 356-366.
26. Gambacorta. L. (2005). Inside the bank lending channel. *European Economic Review*. 49(7). 1737-1759.
27. Gambacorta. L.. & Marques-Ibanez. D. (2011). The bank lending channel: lessons from the crisis. *Economic Policy*. 26(66). 135-182.
28. Güntner. J. H. F. (2011). Competition among banks and the pass-through of monetary policy. *Economic Modelling*. 28(4). 1891-1901.

29. Gunji, H., Miura, K., Yuan, Y., 2009. Bank competition and monetary policy. *Japan and the World Economy* 21 (1), 105–115.
30. Hannan, T. H., & Berger, A. N. (1991). The Rigidity of Prices: Evidence from the Banking Industry. *The American Economic Review*. 81(4). 938-945.
31. Jiménez, G., & Ongena, S. (2012). Credit Supply and Monetary Policy: Identifying the Bank Balance-Sheet Channel with Loan Applications. *The American Economic Review*. 102(5). 2301-2326.
32. Kashyap, A. K., & Stein, J. C. (1995). The impact of monetary policy on bank balance sheets. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*. 42. 151-195. doi:
33. Kashyap, A. K., & Stein, J. C. (2000). What do a million observations on banks say about the transmission of monetary policy? *American Economic Review*. 407-428.
34. Kashyap, A. K., Stein, J. C., & Wilcox, D. W. (1992). Monetary policy and credit conditions: Evidence from the composition of external finance: National bureau of economic research.
35. Kishan, R. P., & Opiela, T. P. (2000). Bank Size, Bank Capital, and the Bank Lending Channel. *Journal of Money, Credit and Banking*. 32(1). 121-141.
36. Klein, M. A. (1971). A Theory of the Banking Firm. *Journal of Money, Credit and Banking*. 3(2). 205-218.
37. Leroy, A. (2014). Competition and the bank lending channel in Eurozone. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, Elsevier*, 31(C), 296-314.
38. Leroy, A., & Lucotte, Y. (2015). Heterogeneous monetary transmission process in the Eurozone: Does banking competition matter? *International Economics*. 141. 115-134.
39. Lê Hải Trung (2014). Mức độ tập trung và cạnh tranh thị trường tại hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp chí ngân hàng*. 23. 21-31.
40. Loutskina, E., & Strahan, P. E. (2009). Securitization and the Declining Impact of Bank Finance on Loan Supply: Evidence from Mortgage Originations. *The Journal of Finance*. 64(2). 861-889.
41. Matousek, R., & Sarantis, N. (2009). The bank lending channel and monetary transmission in Central and Eastern European countries. *Journal of Comparative Economics*. 37(2). 321-334.
42. Mian, A., & Khwaja, A. I. (2006). Tracing the impact of bank liquidity shocks: Evidence from an emerging market: National Bureau of Economic Research.
43. Nguyễn Thị Bích (2016). Tập trung thị trường trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam. *Tạp chí phát triển và hội nhập*. 26(36). 33-37
44. Nguyễn Phúc Cảnh (2014). Truyền dẫn của chính sách tiền tệ qua kênh giá tài sản tài chính: Nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam. *Tạp chí Phát triển và hội nhập*, 19(29) - Tháng 11-12/2014, trang 11-18.
45. Nguyễn Thị Thùy Linh; Trần Hoàng Ngân; Trần Thị Hồng (2015). Quyền lực thị trường của ngân hàng và khả năng truyền dẫn chính sách tiền tệ qua kênh tín dụng: Bằng chứng tại một số nước ASEAN. *Tạp chí phát triển kinh tế*. 26(9). 26-43.
46. Olivero, M. P., Li, Y., & Jeon, B. N. (2011). Competition in banking and the lending channel: Evidence from bank-level data in Asia and Latin America. *Journal of Banking & Finance*. 35(3). 560-571.
47. Olivero, M.P., Li, Y., Jeon, B.N. (2009). Consolidation in Banking and the Lending Channel of Monetary Transmission: Evidence from Asia and Latin America. Working Paper, LeBow College of Business, Drexel University
48. Peek, J., & Rosengren, E. S. (2013). The role of banks in the transmission of monetary policy. from <http://www.bos.frb.org/economic/ppdp/2013/ppdp1305.htm>
49. Phan Thị Thơm; Thân Thị Thu Thủy (2015). Cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam: So sánh giữa tiếp cận truyền thống và tiếp cận mới. *Tạp chí phát triển kinh tế*. 26(7). 28-46.
50. Repullo, R., & Suarez, J. (2012). The Procyclical Effects of Bank Capital Regulation. *Review of Financial Studies*.
51. Romer, C. D., Romer, D. H., Goldfeld, S. M., & Friedman, B. M. (1990). New Evidence on the Monetary Transmission Mechanism. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1990(1). 149-213.
52. Stein, J. C. (1995). An Adverse Selection Model of Bank Asset and Liability Management with Implications for the Transmission of Monetary Policy. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*. No. 5217.

53. Van den Heuvel. S. J. (2002). Does bank capital matter for monetary transmission? *Economic Policy Review*. 8(1). 259-265.
54. Van Leuvensteijn. M.. Sørensen. C. K.. Bikker. J. A.. & van Rixtel. A. A. R. J. M. (2013). Impact of bank competition on the interest rate pass-through in the euro area. *Applied Economics*. 45(11). 1359-1380. doi: 10.1080/00036846.2011.617697.
55. VanHoose, D., (1983). Monetary policy under alternative bank market structures. *Journal of Banking and Finance* 7, 383–404.
56. VanHoose, D., (1985). Bank market structure and monetary control. *Journal of Money, Credit and Banking* 17, 298–311.