

Mục lục

Nợ công và tăng trưởng kinh tế: Vai trò của thể chế	<i>Hồ Thủy Tiên</i>	2
Ứng dụng kinh tế lượng không gian đánh giá tác động lan tỏa xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp các doanh nghiệp ngành chế biến, chế tạo Việt Nam	<i>Nguyễn Ánh Tuyết, Phùng Mai Lan</i>	12
Tác động của hỗ trợ của chính phủ đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: Vai trò trung gian của môi trường kinh doanh	<i>Nguyễn Minh Thành, Vũ Thị Thủy Nga</i>	23
Tác động của dân trí tài chính đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam	<i>Khúc Thế Anh, Bùi Kiên Trung, Nguyễn Minh Phương</i>	31
Tác động của tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<i>Nguyễn Hồng Nga, Nguyễn Thị Thu Trang</i>	41
Tác động của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đến kết quả công việc của nhân viên môi giới bất động sản tại Việt Nam	<i>Trần Thị Hồng Liên, Cao Thị Giang</i>	51
Tiêu dùng bền vững trong bối cảnh covid-19: Nghiên cứu thực nghiệm với lý thuyết hành vi có kế hoạch	<i>Nguyễn Thị Phương Linh</i>	60
Ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Xuân Hồng</i>	71
Nghiên cứu ảnh hưởng của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam	<i>Dương Công Doanh, Lê Thị Loan</i>	81

NỢ CÔNG VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ: VAI TRÒ CỦA THỂ CHẾ

Hồ Thủy Tiên

Trường Đại học Tài chính – Marketing

Email: tienht@ufm.edu.vn

Mã bài: JED - 947

Ngày nhận bài: 28/09/2022

Ngày nhận bài sửa: 02/11/2022

Ngày duyệt đăng: 05/12/2022

Tóm tắt

Nghiên cứu phân tích tác động của nợ công đối với tăng trưởng kinh tế và vai trò của chất lượng thể chế. Sử dụng dữ liệu trong giai đoạn 2002 – 2020 của các quốc gia ASEAN-5, với ước lượng bình phương nhỏ nhất tổng quát khả thi (FGLS) và kiểm định tính vững với ước lượng GMM hệ thống (SGMM), kết quả chỉ ra rằng, trong khi nợ công gia tăng có tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế, tác động này sẽ giảm khi chất lượng thể chế tăng. Hơn nữa, nghiên cứu chỉ ra rằng có một mức độ chất lượng thể chế mà trên đó độ co giãn của tăng trưởng kinh tế đối với nợ công trở nên ít tiêu cực hơn. Một số hàm ý chính sách quan trọng được đưa ra gồm chính phủ cần kiểm soát tốt tham nhũng và cải thiện chất lượng hoạch định chính sách sẽ loại bỏ một số đặc điểm kém hiệu quả của các chính phủ ở cấp địa phương và quốc gia và tạo điều kiện cho tác động tích cực của nợ đối với tăng trưởng.

Từ khóa: Nợ công, Tăng trưởng, Thể chế.

Mã JEL: F34; F43; O11; O43

Public debt and economic growth: The role of institutions

Abstract

This study analyzes the impact of public debt on economic growth and the role of institutional quality. Using data from 2002 – 2020 for ASEAN-5 countries with feasible generalized least squares (FGLS) estimate and a robustness test with a systematic GMM (SGMM) estimate, the results found that, while increasing public debt has a negative effect on economic growth, this effect is lessened with an increase in the quality of institutions. Furthermore, the findings indicate a degree of institutional quality in which, if above it, the elasticity of economic growth to public debt becomes less damaging. Some important policy implications are that governments need to control corruption better and that improving policymaking quality will remove some inefficiencies. Government performance at the local and national levels facilitates debt's positive effect on growth.

Keywords: Public debt, growth, institutional quality.

JEL Codes: F34; F43; O11; O43

1. Giới thiệu

Các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) của Liên hợp quốc đã nêu ra 17 mục tiêu mà 193 quốc gia cần đạt được trước năm 2030. Một trong những mục tiêu (mục tiêu số 8) là đạt được tăng trưởng kinh tế cao hơn. Ngày nay, chính phủ chú trọng đầu tư vào trí tuệ nhân tạo, phát triển công nghệ và vốn con người. Nếu không có những khoản đầu tư quan trọng này, tăng trưởng kinh tế sẽ bị đình trệ và các quốc gia sẽ trở nên kém cạnh tranh (World Economic Forum, 2017). Đầu tư vào các lĩnh vực quan trọng được chỉ định ở trên đòi hỏi một lượng vốn lớn. Do đó, các quốc gia cần đến nợ công để hỗ trợ phát triển kinh tế của họ.

Nợ công được coi là một nguồn lực quan trọng để tài trợ cho tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia. Tuy nhiên, sự gia tăng gánh nặng nợ là khác nhau giữa các nhóm quốc gia, với mức nợ lên tới khoảng 107% GDP ở các nền kinh tế tiên tiến là mức cao nhất được ghi nhận trong nửa thế kỷ (Woo & Kumar, 2015).

Ở các quốc gia đang phát triển, nợ công là nguồn tài chính cần thiết để bổ sung cho tiết kiệm quốc gia của họ, hướng tới sự tăng trưởng và phát triển của đất nước (Siddique & cộng sự, 2016). Kể từ sau cuộc khủng hoảng Nợ công Châu Âu và cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008, cuộc thảo luận về mối quan hệ giữa công và tăng trưởng kinh tế đã được chú ý nhiều hơn trong các tài liệu (Chudik & cộng sự, 2017). Đặc biệt, trong hai năm vừa qua, 2020 và 2021, thế giới đối mặt với đại dịch Covid-19 với những tác động nặng nề đến nền kinh tế. Các quốc gia ASEAN-5 (bao gồm Indonesia, Malaysia, Singapore, Thái Lan và Việt Nam) cũng không ngoại lệ, đây là nhóm quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của đợt dịch bùng phát lần thứ ba. Các quốc gia ASEAN-5 đóng góp chung khoảng 84% GDP (trị giá 3,1 nghìn tỷ USD – đứng thứ 5 thế giới) và chiếm hơn 90% dòng chảy thương mại và đầu tư của ASEAN trong năm 2019. Với thị trường gần nửa tỷ dân, ASEAN-5 là một trong những thị trường tiêu thụ lớn nhất trên thế giới, sau Trung Quốc và Ấn Độ. Ngoài tác động của dịch bệnh, các nước ASEAN-5 đã phải hứng chịu những cú sốc đối với giá hàng hóa, đặc biệt là sự gia tăng nhanh chóng của giá xăng dầu và các mặt hàng thiết yếu trong giai đoạn gần đây làm tăng thêm gánh nặng nợ công. Điều này đã gây ra những lo ngại liên quan đến tính bền vững tài khóa và khả năng dễ bị tổn thương của các nền kinh tế trước các cuộc khủng hoảng. Việc tập trung vào các quốc gia ASEAN-5 do có sự tương đồng trong địa lý và chính sách cũng như đảm bảo tính đa dạng trong thu nhập, tăng trưởng và thể chế ở cả nước phát triển và đang phát triển, đồng thời có thể đưa ra các hàm ý chính sách cho khu vực dựa trên phân tích dữ liệu từ các quốc gia này.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Nợ công và tăng trưởng: tác động tích cực

Mô hình tân cổ điển cho rằng tăng trưởng có thể được thực hiện bằng cách tăng đầu tư (Solow, 1956), gợi ý rằng tiết kiệm ngày càng tăng làm tăng nguồn lực đầu tư có thể làm tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế (Hunt, 2007). Theo Adegbite & cộng sự (2008), tài trợ bằng nợ như một bổ sung cho tài chính của chính phủ để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Bằng chứng thực nghiệm về tác động tuyến tính tích cực của nợ công đối với tăng trưởng kinh tế được tìm thấy trong nghiên cứu của Burhanudin & cộng sự (2017) đối với Malaysia và Gómez-Puig và Sosvilla-Rivero (2017, 2018) cho các quốc gia EU.

2.2. Nợ và tăng trưởng: tác động tiêu cực

Nợ công là gánh nặng cho các thế hệ tương lai và có tác động tiêu cực đến sự tăng trưởng kinh tế của một quốc gia (Majumder, 2007). Lập luận này được hỗ trợ bởi Krugman (1988) và Sachs (1989), cho rằng mức độ cao của nợ công có hại cho tăng trưởng kinh tế. Elmendorf và Mankiw (1999) cho rằng sự gia tăng tiết kiệm tư nhân không đủ để bù đắp cho việc cắt giảm thuế, điều này dẫn đến nợ nần chồng chất, về lâu dài có nguy cơ ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Tác động tiêu cực của nợ đến tăng trưởng có thể trở nên tồi tệ hơn do sự tồn tại của các chính sách thuế lệch lạc (Elmendorf & Mankiw, 1999).

Tác động bất lợi của mức nợ công cao ở các quốc gia có thu nhập thấp được tìm thấy trong nghiên cứu của Pattillo & cộng sự (2004), tăng trưởng bình quân đầu người sẽ giảm 1% nếu nợ tăng gấp đôi. Cecchetti & cộng sự (2011) dựa trên phân tích 18 nền kinh tế OECD lập luận rằng có ngưỡng nợ 85% so với GDP, nếu vượt quá sẽ dẫn đến giảm tăng trưởng kinh tế. Họ nhận thấy rằng sau ngưỡng, tăng 10% trong tỷ lệ nợ chính phủ trên GDP sẽ làm giảm tăng trưởng kinh tế hàng năm 0,17–0,18% trong giai đoạn 5 năm tiếp theo. Asteriou & cộng sự (2021) cũng báo cáo tác động tiêu cực của nợ công đối với tăng trưởng kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn ở các quốc gia châu Á trong một phân tích đồng liên kết bảng với mô hình ARDL.

2.3. Nợ và tăng trưởng: Tác động phi tuyến

Mặc dù việc tích lũy nợ như một nguồn tài chính tài trợ cho thâm hụt ngân sách đã được các mô hình lý thuyết chỉ ra rằng có mối quan hệ tuyến tính với tăng trưởng kinh tế, tuy nhiên, theo lý thuyết dư nợ thì mối quan hệ này là phi tuyến, mức nợ thấp có tác động tích cực đến tăng trưởng, nhưng mức nợ cao sẽ tác động tiêu cực đến tăng trưởng. Krugman (1988) lập luận rằng khả năng trả nợ của một nền kinh tế sẽ khó khăn nếu nó giữ nợ cao hơn khả năng trả nợ. Dư nợ xảy ra khi các quốc gia mắc nợ cao có giá trị hiện tại của thu nhập quốc dân thấp hơn so với tổng nợ tích lũy của họ (Burhanudin & cộng sự, 2017; Ewaida, 2017; Snieska & Burksaitienė, 2018). Một lý do có thể là sự kém hiệu quả của quốc gia trong việc quản lý các khoản vốn vay (Shkolnyk & Koilo, 2018). Thay vì chuyển nguồn vốn vay cho các mục đích sản xuất, các chính phủ chọn sử dụng nguồn vốn này để trả các khoản nợ trước đây hoặc tài trợ cho các chi phí hoạt động thường không

mang tính chất sản xuất. Do đó, các quỹ này không được sử dụng cho mục đích sản xuất sẽ không tạo ra giá trị gia tăng đáng kể cho nền kinh tế. Điều này sẽ làm giảm hứng thú đầu tư của các nhà đầu tư vì lợi nhuận trong tương lai sẽ bị đánh thuế rất nhiều để trả cho các chủ nợ hiện tại (Claessens, 1997). Việc thiếu động lực đầu tư sẽ làm giảm sản lượng và do đó làm giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế.

Các nghiên cứu thực nghiệm cũng đã tìm thấy tác động phi tuyến của nợ đến tăng trưởng. Reinhart và Rogoff (2010) tìm thấy mối liên hệ yếu giữa nợ công và tốc độ tăng trưởng nhưng lập luận rằng nếu tỷ lệ nợ trên GDP vượt quá 90% sẽ có hại cho sự phát triển. Tuy nhiên, kết quả Rogoff và Reinhart đã trở thành vấn đề gây tranh cãi do một số lỗi tính toán đã được chỉ ra ở Herndon & cộng sự (2014) làm suy yếu sự tồn tại của ngưỡng 90% trong liên kết tăng trưởng nợ. Kết quả về tác động phi tuyến của nợ công đối với tăng trưởng cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Ahlborn & Schweickert (2018), Woo & Kumar (2015), Presbitero (2012). Law & cộng sự (2021) sử dụng kỹ thuật ngưỡng trên dữ liệu bảng đã cung cấp bằng chứng mới về giá trị ngưỡng của tỷ lệ nợ công trên GDP ở 71 quốc gia đang phát triển là 51,65%. Họ báo cáo nợ công có tác động tiêu cực và có ý nghĩa thống kê đến tăng trưởng kinh tế ở mức nợ công cao nhưng ảnh hưởng không đáng kể ở mức nợ công thấp.

2.4. Vai trò của thể chế trong mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng

Thể chế tốt sẽ đảm bảo việc ban hành các chính sách có lợi cho việc sử dụng hiệu quả nguồn vốn thu được từ nợ công. Trên thực tế, tác động của chất lượng thể chế đối với tăng trưởng kinh tế đã được phân tích trong một số nghiên cứu, với kết quả nhìn chung cho thấy các nước có thể chế yếu kém dễ bị khủng hoảng hơn và hiệu quả tăng trưởng kém (Acemoglu & cộng sự, 2001).

Kim & cộng sự (2017) điều tra tác động của tham nhũng đối với mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng kinh tế. Bằng cách sử dụng dữ liệu của 77 quốc gia trong giai đoạn 1990–2014, họ nhận thấy biến tương tác của nợ công và tham nhũng là có ý nghĩa thống kê và kết luận rằng nợ công thúc đẩy tăng trưởng ở các quốc gia có tính minh bạch cao (không tham nhũng) và ngược lại. Tương tự, Jalles (2011) đã kiểm tra tác động của trách nhiệm giải trình dân chủ và kiểm soát tham nhũng đối với mối quan hệ tăng trưởng - nợ công với 72 quốc gia đang phát triển trong giai đoạn 1970-2005. Các kết quả thực nghiệm đã xác nhận rằng các quốc gia có mức độ tham nhũng thấp hơn có thể sử dụng nợ của họ một cách hiệu quả. Sani & cộng sự (2019) chỉ ra rằng chất lượng thể chế có cả tác động trực tiếp và gián tiếp đến tăng trưởng kinh tế. Hơn nữa, hiệu quả của chính phủ, kiểm soát tham nhũng và chất lượng thể chế được phát hiện có ảnh hưởng mạnh nhất đến việc giảm thiểu tác động tiêu cực của nợ công đối với tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia Châu Phi cận Sahara. Kết quả tương tự cũng được báo cáo bởi Kemoe và Lartey (2022).

Nhìn chung, tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế đã được nhiều nghiên cứu quan tâm, song kết quả nghiên cứu là hỗn hợp. Điều này có thể xuất phát từ những đặc tính quốc gia như môi trường thể chế hay các điều kiện kinh tế vĩ mô khác. Trong nghiên cứu này, chúng tôi tập trung vào vai trò của thể chế ở các quốc gia ASEAN-5, nơi ít được chú ý để giải thích sự khác biệt trong tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế so với các quốc gia khác, để cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ này.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Mục tiêu của nghiên cứu là tập trung vào tác động của nợ công, thể chế và các yếu tố phía cầu xác định tăng trưởng kinh tế, do đó, mô hình tiêu chuẩn được ước tính như sau:

$$GDP_{it} = \mu_i + \gamma GDP_{i,t-1} + \alpha DEBT_{it} + \beta INST_{it} + \delta (DEBT * INST)_{it} + \theta X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Trong đó, $i = 1, \dots, 5$ và $t = 2002, \dots, 2021$. GDP_{it} là tốc độ tăng trưởng GDP bình quân đầu người theo giá cố định 2010 của quốc gia i trong thời gian t , tương ứng. $DEBT_{it}$ là tỷ lệ nợ công trên GDP (%). $INST_{it}$ là biến đại diện cho chất lượng thể chế. Dựa trên các nghiên cứu trước đây (Aziz, 2018, Daude & Stei, 2007, Masron & Abdullah, 2010, Ahmad & cộng sự, 2018, Dorożyński & cộng sự, 2020), tác giả sử dụng hai thước đo chất lượng thể chế là Mức độ tham nhũng và Chất lượng dịch vụ công. Chỉ số kiểm soát tham nhũng (CC) đo lường Mức độ tham nhũng, nắm bắt được nhận thức về mức độ quyền lực công được thực hiện vì lợi ích tư nhân trong phạm vi một đất nước. Về Chất lượng của các dịch vụ công, tác giả sử dụng chỉ số hiệu quả của chính phủ (GE) nắm bắt nhận thức về chất lượng của nền công vụ và mức độ độc lập của Chính phủ một quốc gia khỏi các áp lực chính trị, chất lượng của việc xây dựng chính sách và việc thực hiện, cũng như độ tin cậy của cam kết của chính phủ đối với các chính sách. Ngoài ra, nhằm mục đích kiểm định

tính vững của ước lượng, tác giả sử dụng chỉ số chất lượng thể chế tổng hợp (IQ), được tính toán bằng trung bình giản đơn của sáu chỉ số thành phần trong bộ chỉ số của WGI. Do đó, trong các mô hình ước lượng, tác giả lần lượt thay thế $INST_{it}$ trong mô hình (1) bằng GE_{it} , CC_{it} , IQ_{it} . Ngoài ra, với mục tiêu đánh giá vai trò của chất lượng thể chế trong mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng, tác giả cũng bao gồm một biến tương tác $(DEBT*INST)_{it}$ trong mô hình nghiên cứu. Các biến giải thích chính là nợ công và mối quan hệ tương tác giữa nợ công và chất lượng thể chế. Các biến khác được lựa chọn phù hợp với các tài liệu về phân tích thực nghiệm về tăng trưởng kinh tế và các nghiên cứu hiện có về mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng. Tập hợp các biến kiểm soát khác bao gồm đầu tư (% GDP), chi tiêu chính phủ (% GDP), vốn con người, độ mở thương mại và lạm phát. μ_i đại diện cho hiệu ứng cố định theo quốc gia và ε_{it} là số hạng sai số, $\varepsilon_{it} \sim iid(0, \sigma^2)$.

3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu cho nghiên cứu này được thu thập từ Chỉ số phát triển của Ngân hàng Thế giới (WDI), Ngân hàng phát triển châu Á (ADB), Bộ chỉ số Quản trị toàn cầu (WGI) cho 5 quốc gia ASEAN-5 bao gồm Singapore, Indonesia, Malaysia, Thailand, Việt Nam với tần suất hàng năm từ năm 2002 đến năm 2020. Bởi vì bộ chỉ số Quản trị toàn cầu chỉ được cập nhật liên tục kể từ 2002 do đó tác giả lựa chọn giai đoạn nghiên cứu trong giai đoạn từ 2002 đến nay.

Tác giả tập trung vào tác động của nợ công và các yếu tố phía cầu cũng như nhằm xem xét vai trò của thể chế đến mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng kinh tế, do đó, các chuỗi biến được thu thập bao gồm: (1) tăng trưởng GDP bình quân đầu người theo giá cố định 2010 để đo lường Tăng trưởng kinh tế. (2) tỷ lệ nợ công trên GDP để đo lường Nợ công. (3) các chỉ số phản ánh chất lượng thể chế bao gồm GE, CC và IQ. (4) tỷ lệ tổng kim ngạch xuất nhập khẩu trên GDP để đo lường Độ mở thương mại. (5) Tổng đầu tư trong nước (tỷ lệ % trên GDP). (6) số năm đi học bình quân của người lớn từ 25 tuổi trở lên và số năm đi học dự kiến của trẻ em trong độ tuổi đi học để đại diện cho Vốn con người. (7) chi tiêu cho tiêu dùng cuối cùng của Chính phủ (tỷ lệ % trên GDP) và (8) tỷ lệ thay đổi của chỉ số giá tiêu dùng hàng năm để đo lường Lạm phát.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng các phương pháp ước lượng tiêu chuẩn đối với dữ liệu bảng bao gồm mô hình Pooled OLS, mô hình FEM và mô hình REM. Bởi vì mỗi phương pháp ước lượng đều có giá trị, tác giả sử dụng các kiểm định khác nhau nhằm lựa chọn phương pháp ước lượng phù hợp nhất với dữ liệu nghiên cứu (Baltagi, 2005; Gujarati, 2004). Các kiểm định khuyết tật sau hồi quy cũng được áp dụng và trong trường hợp mô hình có khuyết tật, tác giả tiến hành khắc phục các khuyết tật của mô hình với ước lượng bình phương nhỏ nhất tổng quát khả thi (FGLS).

Ngoài ra, nếu vấn đề nội sinh tiềm ẩn liên quan đến hồi quy dữ liệu bảng động là nghiêm trọng, tác giả cũng sử dụng ước lượng moment tổng quát hệ thống (system-GMM) của Arellano & Bond (1991) và Blundell & Bond (1998) để nhằm làm vững hơn kết quả nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1 cho thấy tốc độ tăng trưởng GDP bình quân đầu người trung bình của các quốc gia ASEAN-5 là 3,6% trong giai đoạn 2002-2020, trong đó, 12,5% là tốc độ tăng trưởng cao nhất của Singapore vào năm 2010, trong khi mức thấp nhất là - 6,86% của Malaysia vào năm 2020. Nợ công của 5 quốc gia trong mẫu trung bình chiếm 53,5% GDP trong nước, cho thấy sự phụ thuộc khá nhiều vào nguồn tài trợ nợ của Chính phủ các nước. Sự chênh lệch giữa các quốc gia về tỷ lệ nợ trên GDP khá lớn, thể hiện qua độ lệch chuẩn là 27,5%.

Liên quan đến các biến mô tả chất lượng thể chế, Bảng 1 cho thấy, trung bình, các chỉ số nằm trên điểm giữa của phạm vi giá trị mà các chỉ số có thể giả định $[-2,5; 2,5]$, thể hiện mức chất lượng thể chế tương đối tốt ở các quốc gia ASEAN-5. Thật vậy, chỉ số kiểm soát tham nhũng trung bình là 0,16 trong mẫu của tác giả và chỉ số hiệu quả của chính phủ trung bình là 0,63, trong khi chỉ số chất lượng thể chế tổng hợp trung bình là 0,15. Cần lưu ý rằng sự gia tăng giá trị của mỗi chỉ số thể hiện sự cải thiện về chất lượng thể chế tương ứng; trong trường hợp này, sự suy giảm tham nhũng và sự gia tăng chất lượng của các dịch vụ công.

4.2. Phân tích tương quan

Bảng 2 cho thấy mức độ tương quan giữa các biến độc lập trong cùng một mô hình hầu hết ở mức thấp dưới 0,5. Tương quan cao nhất là giữa biến GDP và DEBT với hệ số tương quan là -0,619.

Bảng 1. Thống kê mô tả

Biến	Đo lường	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
GDP	Tăng trưởng GDP bình quân đầu người theo giá cố định 2010 (%)	95	3,5719	2,8794	-6,8603	12,5085
DEBT	Tỷ lệ nợ công trên GDP (%)	95	53,5174	27,4962	22,9550	152,0010
G	Chi tiêu cho tiêu dùng cuối cùng của Chính phủ (tỷ lệ % trên GDP)	95	13,7974	4,8269	7,2575	24,9750
INF	Tỷ lệ thay đổi của chỉ số giá tiêu dùng hàng năm (%)	95	3,7453	3,9136	-1,1387	23,1155
TRADE	Tỷ lệ tổng kim ngạch xuất nhập khẩu trên GDP (%)	95	172,3793	108,4979	32,9756	437,3267
INV	Tổng đầu tư trong nước (tỷ lệ % trên GDP)	95	26,0371	3,8424	19,4292	35,1100
EDU	Số năm đi học bình quân của người lớn từ 25 tuổi trở lên và số năm đi học dự kiến của trẻ em trong độ tuổi đi học	95	13,1158	1,3883	10,7606	16,4409
GE	Chỉ số chất lượng dịch vụ công	95	0,6370	0,9089	-0,4831	2,4370
CC	Chỉ số kiểm soát tham nhũng	95	0,1633	1,0626	-1,1440	2,3256
IQ	Chỉ số chất lượng thể chế tổng hợp	95	0,1531	0,7700	-0,9125	1,6394

4.2.1. Tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế: Vai trò của chất lượng thể chế

Sử dụng ước lượng FGLS để khắc phục các khuyết tật của mô hình hồi quy, kết quả được báo cáo ở Bảng 3. Các kết quả kiểm định mô hình và khuyết tật hồi quy sẽ được tác giả cung cấp nếu có yêu cầu. Bằng chứng mạnh mẽ từ các mô hình ước lượng khác nhau cho thấy, nợ công tác động âm đến tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia ASEAN-5. Các hệ số ước lượng dao động trong phạm vi từ -0,106 đến -0,166, và đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Trong khi tác động của các chỉ số chất lượng thể chế riêng lẻ (CC; GE; IQ) đến tăng trưởng kinh tế được tìm thấy là dương và có ý nghĩa thống kê trong tất cả các mô hình ước lượng. Hệ số của các biến tương tác giữa nợ công và kiểm soát tham nhũng (DEBT*CC), nợ công và hiệu quả của chính phủ (DEBT*GE), nợ công và chất lượng thể chế tổng hợp (DEBT*IQ) trong mô hình (2), (4) và (6) đều báo cáo kết quả dương và có bằng chứng thống kê cao.

4.2.2. Vai trò của chất lượng dịch vụ công (hiệu quả của chính phủ)

Bảng 2. Ma trận tương quan

	GDP	DEBT	G	INF	TRADE	INV	EDU	GE	CC	IQ
GDP	1,000									
DEBT	-0,619*	1,000								
G	0,164	0,087	1,000							
INF	0,265*	-0,296*	0,179*	1,000						
TRADE	0,339*	-0,101	0,154	0,202*	1,000					
INV	0,169	-0,040	0,107	0,334*	0,008	1,000				
EDU	-0,300*	0,347*	-0,274*	-0,509*	-0,187*	-0,148	1,000			
GE	0,056	0,023	-0,005	-0,002	0,135	0,060	-0,068	1,000		
CC	0,027	0,052	0,008	-0,005	-0,033	-0,003	-0,097	0,959*	1,000	
IQ	-0,002	0,095	-0,040	0,071	0,039	0,093	0,026	0,981*	0,983*	1,000

Ghi chú: * thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%.

Về vai trò của chất lượng dịch vụ công (hiệu quả của chính phủ) trong mối quan hệ giữa nợ công và tăng trưởng, tác giả xem xét kết quả ước lượng ở cột (1) và (2) của Bảng 3: Các ước tính hệ số cho nợ công là âm và có ý nghĩa thống kê. Hệ số ước tính cho hiệu quả của chính phủ đối với tăng trưởng có ý nghĩa thống kê và mang dấu dương. Hệ số tương tác giữa hiệu quả của chính phủ và nợ là dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Tác động của nợ đối với tăng trưởng, có tính đến ảnh hưởng của hiệu quả của chính phủ, là sự kết hợp phi tuyến giữa hệ số trên nợ và hệ số trên biến tương tác. Những ước tính này cho thấy rằng sự gia tăng hiệu quả của chính phủ làm giảm tác động cận biên tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng. Hơn nữa, dựa trên các ước tính hệ số về nợ và biến tương tác, tác giả ước tính giá trị ngưỡng của chỉ số hiệu quả của chính phủ

Bảng 3. Tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế và vai trò của chất lượng thể chế với ước lượng FGLS

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
L.GDP	0,292***	0,219***	0,209**	0,159*	0,217**	0,162*
	(3,59)	(2,58)	(2,27)	(1,75)	(2,55)	(1,85)
DEBT	-0,139***	-0,106***	-0,130***	-0,141***	-0,166***	-0,138***
	(-3,54)	(-2,68)	(-3,27)	(-3,60)	(-4,09)	(-3,59)
G	0,094***	0,081***	0,095***	0,069***	0,108***	0,077***
	(4,60)	(3,66)	(3,96)	(2,65)	(4,79)	(3,28)
INF	-0,059***	-0,042**	-0,035*	-0,019	-0,055***	-0,029
	(-3,90)	(-2,32)	(-1,71)	(-0,87)	(-3,24)	(-1,44)
TRADE	0,028***	0,033***	0,035***	0,036***	0,029***	0,038***
	(3,87)	(4,16)	(4,12)	(4,24)	(3,79)	(4,65)
INV	0,057***	0,043*	0,067***	0,042*	0,066***	0,037
	(2,74)	(1,91)	(2,85)	(1,78)	(2,85)	(1,56)
EDU	-0,141	-0,191*	-0,065	-0,136	-0,100	-0,174
	(-1,24)	(-1,69)	(-0,51)	(-1,10)	(-0,81)	(-1,50)
GE	1,790***	5,098***				
	(2,63)	(3,32)				
DEBT*GE		0,095**				
		(-2,44)				
CC			1,643**	5,124***		
			(2,36)	(4,02)		
DEBT*CC				0,096***		
				(-3,00)		
IQ					2,558**	7,419***
					(2,20)	(3,64)
DEBT*IQ						0,134***
						(-2,93)
cons	2,231	3,680**	1,212	3,278*	1,571	3,859**
	(1,24)	(2,10)	(0,64)	(1,83)	(0,81)	(2,20)

Ghi chú: t-statistic trong ngoặc đơn (). *, ** và *** thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%, tương ứng.

mà trên đó, sẽ giảm tác động của tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng¹. Sử dụng các thông số kỹ thuật trong cột (2), giá trị ngưỡng ước tính vào khoảng 1,12.

Các biến giải thích còn lại phù hợp với các bằng chứng thực nghiệm hiện có. Hệ số về độ trễ một kỳ của tốc độ tăng trưởng GDP bình quân đầu người là dương và có ý nghĩa thống kê, và nằm trong khoảng 0,159 đến 0,292, phản ánh tốc độ tăng trưởng có động lực từ quá khứ. Chi tiêu của chính phủ, trong tất cả các

trường hợp, có hệ số dương và có ý nghĩa thống kê phản ánh tác động tích cực của chi tiêu lên tăng trưởng thông qua đầu tư và tiêu dùng. Bảng chứng thống kê về tác động của vốn con người không được tìm thấy, song ý nghĩa kinh tế được tìm thấy trong mô hình là âm. Điều này có thể do chất lượng giáo dục chưa đạt được hiệu quả như mong đợi, do đó lực lượng lao động có năng suất đối với tăng trưởng vẫn còn yếu và chưa kích thích tăng trưởng. Đầu tư và độ mở thương mại có tác động tích cực đến tăng trưởng.

4.2.3. Vai trò của kiểm soát tham nhũng

Xem xét kết quả báo cáo ở cột (3) và (4) của Bảng 3 cho thấy: thứ nhất, sự gia tăng tỷ lệ nợ trên GDP có thể làm giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế và thứ hai, sự kết hợp phi tuyến của hệ số nợ và chỉ số tham nhũng chỉ ra rằng tác động cận biên của nợ đối với tăng trưởng, tính đến ảnh hưởng của các biện pháp kiểm soát tham nhũng, ở mức thấp hơn và có ý nghĩa thống kê. Những kết quả này cho thấy ảnh hưởng của chất lượng thể chế tốt hơn, như được ghi nhận bởi chỉ số kiểm soát tham nhũng, dẫn đến việc giảm tác động tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng và có thể tạo ra tác động tích cực của nợ ở các giá trị cao hơn của chỉ số này.

Hơn nữa, dựa trên các ước tính hệ số về nợ và biến tương tác, tác giả ước tính giá trị ngưỡng của chỉ số kiểm soát tham nhũng mà trên đó, sẽ giảm tác động của tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng. Sử dụng các

Bảng 4. Kết quả ước lượng SGMM

	(1)	(2)	(3)	(4)
L.GDP	-0,106*	-0,0974	-0,0988	-0,0971
	(-1,75)	(-1,53)	(-1,52)	(-1,50)
DEBT	-0,284***	-0,221***	-0,290***	-0,261***
	(-6,81)	(-5,34)	(-6,76)	(-4,99)
G	0,127***	0,109***	0,126***	0,115***
	(3,14)	(2,74)	(3,14)	(2,71)
INF	-0,0525	-0,0283	-0,0562	-0,0351
	(-1,52)	(-0,83)	(-1,49)	(-1,02)
TRADE	0,0530***	0,0552***	0,0547***	0,0546***
	(9,65)	(10,34)	(11,73)	(12,11)
INV	0,108***	0,0933**	0,109***	0,0995**
	(2,86)	(2,30)	(2,86)	(2,49)
EDU	0,00489	0,0463	0,0045	0,0306
	(0,06)	(0,51)	(0,05)	(0,33)
GE	1,933***	4,363***		
	(3,43)	(4,03)		
DEBTGE		0,0501***		
		(-2,84)		
CC			1,948***	3,353***
			(5,36)	(2,59)
DEBTCC				0,0328
				(-1,38)
AR(1)	-1,74*	-1,73*	-1,72*	-1,71*
AR(2)	-1,08	-1,00	-1,08	-1,03
Kiểm định Sargan	82,25	81,10	83,29	82,74
Kiểm định Hansen	0,00	0,00	0,00	0,00

Ghi chú: *t*-statistic trong ngoặc đơn (). *, ** và *** thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%, tương ứng.

thông số kỹ thuật trong cột (4), giá trị ngưỡng ước tính vào khoảng 1,14.

Mức nợ tăng lên hạn chế phạm vi đầu tư công vì buộc cắt giảm chi tiêu vốn. Việc cắt giảm chi tiêu vốn như vậy có xu hướng tác động tiêu cực đến nền kinh tế. Mặt khác, việc thiết lập các biện pháp kiểm soát tham nhũng sẽ giải phóng nguồn lực cho đầu tư sản xuất và nâng cao hiệu quả đầu tư công. Hơn nữa, bằng cách giảm thời gian và chi phí chính của hoạt động kinh doanh, các biện pháp như vậy cũng có thể thu hút đầu tư tư nhân từ cả các nguồn trong và ngoài nước. Do đó, các biện pháp kiểm soát tham nhũng sẽ làm giảm tác động tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng, như được chỉ ra bởi hệ số của biến tương tác, phù hợp với phát hiện của Kim & cộng sự (2017).

4.3. Kiểm định tính vững

4.3.1. Thay đổi thước đo chất lượng thể chế

Tác giả xác định mức độ chắc chắn của các kết quả chính bằng cách thay đổi thước đo chất lượng thể chế bằng chỉ số thể chế tổng hợp (IQ) và ước tính thêm một bộ thông số kỹ thuật. Kết quả, được trình bày trong cột (5) và (6) của Bảng 3, cho thấy hệ số tác động của nợ công là âm và có ý nghĩa thống kê trên cả hai mô hình ước lượng, tương tự như các ước tính trong cột (1) đến cột (4). Biến tương tác giữa nợ và chất lượng thể chế có ý nghĩa thống kê và có giá trị dương, xác nhận phát hiện rằng việc cải thiện chất lượng thể chế có ảnh hưởng tích cực đến mối quan hệ giữa nợ và tăng trưởng bằng việc giảm tác động tiêu cực ban đầu của nợ. Do đó, về tổng thể, bộ ước lượng hệ số này cho các biến quan tâm nhất quán với các ước lượng trước đó.

4.3.2. Thay đổi phương pháp ước lượng, SGMM

Bởi vì mô hình của tác giả bao gồm biến trễ của biến phụ thuộc tức là mô hình ước lượng dạng bảng động, mô hình có thể tồn tại hiện tượng nội sinh. Do đó, theo đề xuất của Arellano & Bond (1991), công cụ ước lượng GMM sẽ cung cấp một ước tính phù hợp cho các mô hình như vậy. Tác giả sử dụng ước lượng GMM hệ thống để cung cấp một ước tính vững chắc bên cạnh ước lượng FGLS thông thường, nhằm khắc phục tính nội sinh tiềm ẩn trong mô hình nghiên cứu. Kết quả được trình bày ở Bảng 4 cung cấp bằng chứng vững chắc về tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế cũng như vai trò của chất lượng thể chế trong việc giảm thiểu tác động tiêu cực của nợ công đến tăng trưởng ở các quốc gia ASEAN-5. Kết quả kiểm định cho thấy mô hình ước lượng không tồn tại hiện tượng tự tương quan đến bậc 2 ở mức ý nghĩa 5%. Các kiểm định Sagan và Hansen cũng báo cáo kết quả các biến công cụ được sử dụng là hợp lệ và kết quả ước lượng là đáng tin cậy.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Bài báo này xem xét vai trò của chất lượng thể chế đối với tác động của nợ công đến tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia ASEAN-5. Kết quả cho thấy mặc dù nợ công có tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế, nhưng việc cải thiện chất lượng thể chế (các biện pháp kiểm soát tham nhũng, tăng cường hiệu quả của chính phủ và cải thiện chất lượng dịch vụ công) có thể làm giảm tác động tiêu cực của nợ đối với tăng trưởng. Kết quả được tìm thấy là vững với các thước đo thay thế cho chất lượng thể chế cũng như phương pháp ước lượng thay thế. Do đó, các chính phủ ở các quốc gia ASEAN-5 nên thúc đẩy hoặc củng cố các biện pháp chống tham nhũng và theo đuổi các biện pháp để nâng cao chất lượng của hoạch định chính sách, đặc biệt đối với quản lý tài chính công, nhằm tạo ra những tác động tích cực của nợ đối với tăng trưởng.

Bên cạnh đó, đầu tư và độ mở thương mại cũng như chi tiêu chính phủ có tác động tích cực đến tăng trưởng. Từ kết quả trên, các quốc gia ASEAN-5 cần chú trọng hơn nữa trong việc tăng cường nguồn vốn đầu tư và chú trọng hiệu quả sử dụng vốn cũng như mở cửa thương mại có chọn lọc được xem là các biện pháp chính sách quan trọng trong hỗ trợ tăng trưởng ở các quốc gia ASEAN-5, nơi có mức độ mở cửa ở mức cao trong bối cảnh hội nhập ngày càng tăng.

Các nghiên cứu tiếp theo về chủ đề này có thể mở rộng phạm vi dữ liệu hoặc sử dụng các phương pháp ước lượng khác có tính đến yếu tố nội sinh trong mô hình bảng động để khắc phục những nhược điểm của mô hình SGMM với mẫu N nhỏ và T lớn.

Ghi chú:

1. Cách tiếp cận liên quan đến việc lấy đạo hàm của phương trình tăng trưởng đối với nợ và đặt nó bằng 0.

Tài liệu tham khảo

- Acemoglu, D., Johnson, S. & Robinson, J. (2001), 'The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation', *American Economic Review*, 91(5), 1369–1401.
- Adegbite, E.O., Ayadi, F.S. & Ayadi, O.F. (2008), 'The impact of Nigeria's external debt on economic development', *International Journal of Emerging Markets*, 3(3), 285–301.
- Ahlborn, M. & Schweickert, R. (2018), 'Public debt and economic growth – economic systems matter', *International Economics and Economic Policy*, 15(2), 373–403.
- Ahmad, M.H., Ahmed, Q.M. & Atiq, Z. (2018), 'The Impact of Quality of Institutions on Sectoral FDI', *Foreign Trade Review*, 53(3), 174–188.
- 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.
- Asteriou, D., Pilbeam, K. & Pratiwi, C.E. (2021), 'Public debt and economic growth: panel data evidence for Asian countries', *Journal of Economics and Finance*, 45(2), 270–287.
- Aziz, O.G. (2018), 'Institutional quality and FDI inflows in Arab economies', *Finance Research Letters*, 25, 111–123.
- Baltagi, B.H. (2005), *Econometric analysis of panel data*, John Wiley & Sons Ltd.
- Blundell, R. & Bond, S. (1998), 'Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models', *Journal of Econometrics*, 87, 115–143.
- Burhanudin, M.D.A., Muda, R., Nathan, S.B.S. & Arshad, R. (2017), 'Real effects of government debt on sustainable economic growth in Malaysia', *Journal of International Studies*, 10(3), 161–172.
- Cecchetti, S.G., Mohanty, M. & Zampolli, F. (2011), *The real effects of debt*, BIS Working Papers No 352.
- Chudik, A., Mohaddes, K., Pesaran, M.H. & Raissi, M. (2017), 'Is There a Debt-Threshold Effect on Output Growth?', *The Review of Economics and Statistics*, 99(1), 135–150.
- Claessens, S. (1997), 'Analytical Aspects of the Debt Problems of Heavily Indebted Poor Countries', In Iqbal, Z. & Kanbur, S.M.R. (Eds.), *External Finance for Low-Income Countries*, International Monetary Fund, 235.
- Daude, C. & Stein, E. (2007), 'The quality of institutions and foreign direct investment', *Economics and Politics*, 19(3), 317–344.
- Dorożyński, T., Dobrowolska, B. & Kuna-Marszałek, A. (2020), 'Institutional quality in central and East European countries and its impact on FDI inflow', *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 91–110.
- Elmendorf, D.W. & Mankiw, N.G. (1999), 'Government debt', in *Handbook of Macroeconomics*, 1, 1615–1669.
- Ewaída, H.Y.M. (2017), 'The Impact of Sovereign Debt on Growth: An Empirical Study on GIIPS versus JUUSD Countries', *European Research Studies Journal*, XX(2A), 607–633.
- Gómez-Puig, M. & Sosvilla-Rivero, S. (2017), 'Heterogeneity in the debt-growth nexus: Evidence from EMU countries', *International Review of Economics and Finance*, 51, 470–486.
- Gómez-Puig, M. & Sosvilla-Rivero, S. (2018), 'Public debt and economic growth: Further evidence for the euro area', *Acta Oeconomica*, 68(2), 209–227.
- Gujarati, D.N. (2004), *Basic Econometric*, The McGraw–Hill Companies, New York.
- Herndon, T., Ash, M. & Pollin, R. (2014), 'Does high public debt consistently stifle economic growth? A critique of Reinhart and Rogoff', *Cambridge Journal of Economics*, 38(2), 257–279.
- Hunt, S.D. (2007), 'Economic growth: Should policy focus on investment or dynamic competition?', *European Business Review*, 19(4), 274–291.
- Kemoe, L. & Lartey, E.K.K. (2022), 'Public debt, institutional quality and growth in sub-Saharan Africa: a threshold

-
- analysis', *International Review of Applied Economics*, 36(2), 222–244.
- Kim, E., Ha, Y. & Kim, S. (2017), 'Public debt, corruption and sustainable economic growth', *Sustainability*, 9(3), 1–30.
- Krugman, P. (1988), 'Financing vs. forgiving a debt overhang', *Journal of Development Economics*, 29(3), 253–268.
- Masron, A. & Abdullah, H. (2010), 'Institutional quality as a determinant for FDI inflows: evidence from ASEAN', *World Journal of Management*, 2(3), 115–128.
- Pattillo, C.A., Poirson, H. & Ricci, L.A. (2004), 'What Are the Channels Through Which External Debt Affects Growth?', *IMF Working Papers*, 04(15), 1–34.
- Presbitero, A.F. (2012), 'Total Public Debt and Growth in Developing Countries', *The European Journal of Development Research*, 24(4), 606–626.
- Reinhart, C.M. & Rogoff, K.S. (2010), 'Growth in a Time of Debt', *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 100(May 2010), 573–578.
- Sachs, J.D. (1989), 'Conditionality, Debt Relief, and the Developing Country Debt Crisis', In Sachs, Jeffrey D. (ed), *Developing Country Debt and the World Economy*, University of Chicago Press, New York, 275–284.
- Sani, A., Said, R., Ismail, N.W. & Mazlan, N.S. (2019), 'Public debt, institutional quality and economic growth in sub-Saharan Africa', *Institutions and Economies*, 11(3), 39–64.
- Shkolnyk, I. & Koilo, V. (2018), 'The Relationship Between External Debt and Economic Growth: Empirical Evidence from Ukraine and Other Emerging Economies', *Investment Management and Financial Innovations*, 15(1), 1–15.
- Siddique, A., Selvanathan, E.A. & Selvanathan, S. (2016), 'The impact of external debt on growth: Evidence from highly indebted poor countries', *Journal of Policy Modeling*, 38(5), 874–894.
- Snieška, V. & Burksaitienė, D. (2018), 'Panel data analysis of public and private debt and house price influence on GDP in the European Union countries', *Engineering Economics*, 29(2), 197–204.
- Solow, R.M. (1956), 'A Contribution to the Theory of Economic Growth', *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94.
- Woo, J. & Kumar, M.S. (2015), 'Public Debt and Growth', *Economica*, 82(328), 705–739.
- World Economic Forum (2017), *The Global Competitiveness Report 2017–2018*, World Economic Forum, Switzerland.

ỨNG DỤNG KINH TẾ LƯỢNG KHÔNG GIAN ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG LAN TỎA XUẤT KHẨU TỚI NĂNG SUẤT NHÂN TỔ TỔNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH CHẾ BIẾN, CHẾ TẠO VIỆT NAM

Nguyễn Ánh Tuyết

Trường Đại học Thủy Lợi

Email: tuyetna@tlu.edu.vn

Phùng Mai Lan

Trường Đại học Thủy Lợi

Email: lanpm@tlu.edu.vn

Mã bài: JED - 953

Ngày nhận bài: 30/09/2022

Ngày nhận bài sửa: 19/10/2022

Ngày duyệt đăng: 02/11/2022

Tóm tắt

Nghiên cứu dựa trên bộ số liệu điều tra doanh nghiệp giai đoạn 2010-2019 của Tổng cục thống kê, sử dụng mô hình dữ liệu mảng không gian đánh giá tác động của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp theo tỉnh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, xuất khẩu có tác động lan tỏa tích cực đến TFP của các doanh nghiệp được thể hiện thông qua kênh lan tỏa xuất khẩu theo chiều ngang, lan tỏa xuất khẩu ngược và tỷ trọng phân chia vốn nước ngoài. Tỷ lệ vốn vay bên ngoài cho thấy doanh nghiệp sử dụng nguồn vốn chưa hiệu quả trong việc tăng TFP ở trong phạm vi mỗi tỉnh. Thu nhập của người lao động có tác động tích cực tới tăng TFP cả trong ngắn hạn và dài hạn nhưng lại có tác động tiêu cực cho các tỉnh lân cận. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp thúc đẩy lan tỏa tích cực và hạn chế lan tỏa tiêu cực tới năng suất doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo Việt Nam.

Từ khóa: Xuất khẩu, TFP, lan tỏa xuất khẩu.

Mã JEL: F41

Application of spatial econometrics to evaluate the impact of export spillover on total factor productivity of Vietnamese manufacturing - processing firms

Abstract

Employing a spatial econometrics model on a panel from Vietnamese Enterprise surveys 2010-2019 of the General Statistics Office, this paper aims to examine the effect of export on province-level total factor productivity. The research results show that, exports have a positive spillover effect on TFP of enterprises expressed through horizontal export diffusion channels, reverse export diffusion and foreign capital share. The ratio of external loans shows that enterprises have not used capital effectively in increasing TFP within each province. Employees income has a positive impact on TFP growth in both the short and long term but has a negative impact on neighboring provinces. So, research proposes a number of solutions to promote positive spillover and limit negative spillover to the productivity of manufacturing enterprises in Vietnam

Keywords: Export, TFP, export spillover

JEL code: F41

1. Giới thiệu

Từ lâu nay, xuất khẩu đã được coi là một trong những động lực quan trọng của nền kinh tế, đóng góp lớn trong vai trò phát triển kinh tế nói chung và sự lớn mạnh của cộng đồng các doanh nghiệp nói riêng, đặc biệt là với các nước đang phát triển. Ngành công nghiệp chế biến chế tạo ở Việt Nam là một trong những ngành có sự đóng góp rất lớn tới tăng trưởng xuất khẩu quốc gia, xuất khẩu hàng hóa liên tục tăng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu từ 80,3% vào năm 2016 lên đến 86,24% vào năm 2021. Trên thế giới đã có một số công trình nghiên cứu định lượng liên quan đến tác động của xuất khẩu tới năng suất. Các nhà nghiên cứu đã có nhiều cách tiếp cận, phương pháp khác nhau để đo lường mối quan hệ này. Kết quả chỉ ra rằng không phải bất kỳ quốc gia hay doanh nghiệp nào cũng có kết quả như nhau khi tham gia vào xuất khẩu, có thể tích cực, tiêu cực, tác động mờ nhạt (Kokko & cộng sự, 2001). Bên cạnh đó, việc đánh giá tác động lan tỏa cũng mới tiếp cận chủ yếu ở các doanh nghiệp FDI xuất khẩu và chưa có tiếp cận đối với phương pháp kinh tế lượng không gian (Kokko & cộng sự, 2001; Greenaway & cộng sự, 2004; Crespi & cộng sự, 2008; Phillips & Ahmadi-Esfahani, 2010; Kneller & Pisu, 2007; Franco & Sasidharan 2010). Đối với các nghiên cứu tại Việt Nam thì nghiên cứu về tác động xuất khẩu tới TFP, đặc biệt là lan tỏa xuất khẩu còn rất hạn chế, chủ yếu là nghiên cứu tác động lan tỏa ở cấp độ vĩ mô hoặc là tác động lan tỏa chỉ xét từ doanh nghiệp FDI, kết quả cũng không hoàn toàn thống nhất (Pham & Hoang, 2015; Anwar & Nguyen, 2011; Đào Thị Bích Thủy, 2016; Nguyen & Nguyen, 2015). Những kết luận không hoàn toàn thống nhất về tác động của xuất khẩu tới năng suất của doanh nghiệp khiến cho chủ đề này, cho tới nay, vẫn còn mang tính thời sự, các nghiên cứu về tác động của xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp rất hiếm đánh giá được tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp và đặc biệt là ở ngành chế biến chế tạo. Vì vậy, nghiên cứu sẽ xây dựng các biến số và các kênh lan tỏa không gian của các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo ở Việt Nam, sau đó đánh giá tác động trực tiếp và gián tiếp (lan tỏa không gian) của các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo ở Việt Nam giai đoạn 2010- 2019. Từ đó, đề xuất một số kiến nghị giải pháp về xuất khẩu nhằm thúc đẩy lan tỏa tích cực và hạn chế lan tỏa tiêu cực tới năng suất doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết về các kênh lan tỏa của xuất khẩu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Tác động lan tỏa của xuất khẩu cũng được khá nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước tiếp cận, tuy nhiên mỗi cách tiếp cận theo những hướng khác nhau và phù hợp tùy theo bối cảnh và sự sẵn có của nguồn số liệu. Các nghiên cứu này đang chủ yếu tập trung khá nhiều vào việc nghiên cứu tác động lan tỏa xuất khẩu từ các doanh nghiệp FDI, ít xem xét đến tổng thể các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu, và chưa sử dụng phương pháp không gian đánh giá lan tỏa. Kokko & cộng sự (2001) tìm hiểu lan tỏa xuất khẩu từ doanh nghiệp FDI đến các doanh nghiệp ở Uruguay, cho thấy sự hiện diện của doanh nghiệp FDI làm tăng khả năng tham gia xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước. Tuy nhiên, nghiên cứu chỉ dừng lại ở việc kiểm định lan tỏa đến quyết định ‘có tham gia xuất khẩu hay không’ của doanh nghiệp trong nước, chưa chỉ ra được các kênh lan tỏa cụ thể. Greenaway & cộng sự (2004) nghiên cứu về tác động lan tỏa xuất khẩu từ các công ty đa quốc gia MNEs cho các doanh nghiệp chế biến thực phẩm trong giai đoạn 1992–1996. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự hiện diện của lan tỏa xuất khẩu từ các MNEs và hiệu ứng cạnh tranh gia tăng là kênh lan tỏa quan trọng nhất. Với cách tiếp cận tương tự, Kneller & Pisu (2007) kết luận rằng quyết định tham gia xuất khẩu của doanh nghiệp Anh không chịu tác động bởi các tương tác với các công ty đa quốc gia, trong khi quyết định về tỷ trọng xuất khẩu chịu ảnh hưởng bởi sự hiện diện của doanh nghiệp nước ngoài trong các ngành dọc. Franco & Sasidharan (2010) đã nghiên cứu về hiệu ứng lan tỏa xuất khẩu, xem xét trường hợp của nền kinh tế thị trường mới nổi, cụ thể là Ấn Độ, sử dụng dữ liệu cấp độ doanh nghiệp trong giai đoạn 1994. Kết quả cho thấy hiệu ứng lan tỏa xuất khẩu chủ yếu có được từ hiệu ứng bất chước, trái với trường hợp của các nền kinh tế thị trường mới nổi khác như Trung Quốc, nơi có hiệu ứng cạnh tranh.

Đối với Việt Nam thì nghiên cứu lan tỏa xuất khẩu còn rất hạn chế, chủ yếu là nghiên cứu tác động lan tỏa ở cấp độ vĩ mô hoặc là tác động lan tỏa chỉ xét từ doanh nghiệp FDI. Anwar & Nguyen (2011) tìm hiểu về lan tỏa xuất khẩu từ FDI ở VN, sử dụng dữ liệu từ các doanh nghiệp chế biến năm 2000. Kết quả cho thấy FDI có ảnh hưởng tích cực đến hành vi xuất khẩu của DN trong nước thông qua kênh liên kết ngang và liên kết dọc về phía trước. Tuy nhiên, kênh liên kết dọc về phía sau tác động ngược chiều đến các quyết định xuất khẩu của doanh nghiệp nội địa. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Đào & Phạm Thế Anh (2012) cho thấy, doanh nghiệp FDI có tác động lan tỏa đến tỷ trọng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước. Tuy

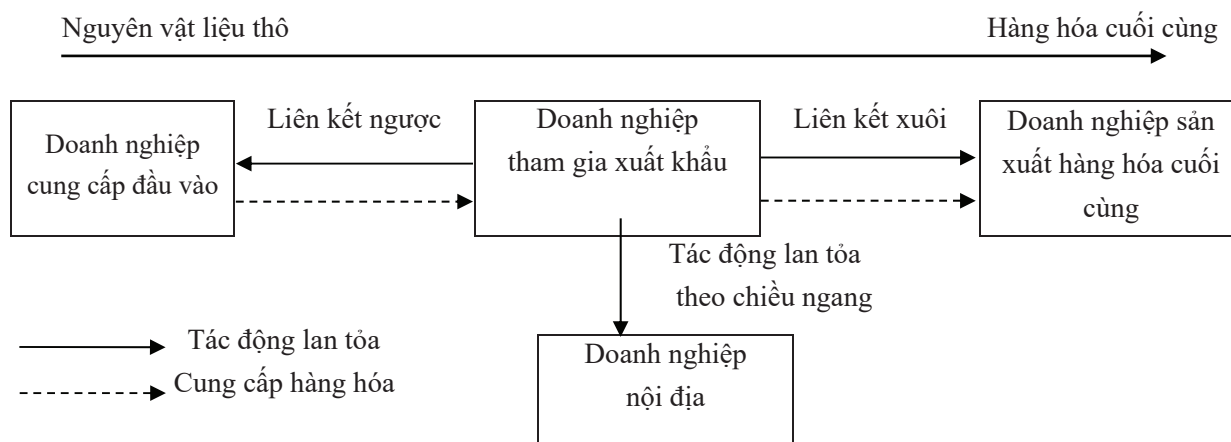
nhiên, hiệu ứng lan tỏa không đồng nhất và phụ thuộc vào đặc trưng riêng của doanh nghiệp trong nước. Nguyen & Nguyen (2015) đã xây dựng mô hình để phân tích tác động của hình thức FDI mới (FDI hướng vào thị trường thứ ba) và áp dụng mô hình lý thuyết cho nghiên cứu các ngành sản xuất của Việt Nam. Các kết quả ước lượng của họ cho thấy FDI theo hướng phục vụ xuất khẩu cho thị trường thứ ba vào các ngành thuộc giai đoạn sau của chuỗi sản xuất có ảnh hưởng thuận chiều tới các liên kết ngược. Ngoài ra, những ngành này được đặt tại những nơi mà càng có nhiều nhà sản xuất thâm dụng đầu vào thì các liên kết ngược càng lớn. Tuy nhiên, nghiên cứu này chỉ xem xét tác động lan tỏa của FDI tới TFP mà không xem xét tác động tới năng suất lao động.

Để khắc phục những hạn chế của những nghiên cứu trước đó, cũng như có những kết luận thuyết phục hơn khi nghiên cứu tác động lan tỏa của xuất khẩu, nghiên cứu sẽ sử dụng dữ liệu mảng cập nhật với kích thước mẫu lớn hơn áp dụng cho toàn bộ các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu chứ không chỉ FDI và sử dụng một phương pháp khác biệt là đánh giá được tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp và đặc biệt là ở ngành chế biến chế tạo.

2.2. Cơ sở lý thuyết các kênh lan tỏa xuất khẩu

Những kênh lan tỏa công nghệ mà qua đó doanh nghiệp tham gia xuất khẩu có thể tác động đến năng suất của các doanh nghiệp khác được xây dựng trong nghiên cứu này là các kênh lan tỏa công nghệ theo chiều ngang và lan tỏa công nghệ theo chiều dọc. Tác giả áp dụng cách tiếp cận về các kênh lan tỏa mà đã được nghiên cứu trước đây đề cập như: McAleese & McDonald (1978) và Lall (1980) khởi xướng về kênh lan tỏa dọc, sau đó Javorcik (2004) đã phân biệt những lan tỏa ngược và những lan tỏa xuôi. Và Markusen & Venables (1999) đã nghiên cứu thêm một loại tác động lan tỏa liên ngành khác vào tập hợp này, đó là lan tỏa ngược cung (Hình 1).

Hình 1: Tác động lan tỏa của doanh nghiệp tham gia xuất khẩu đến doanh nghiệp cung ứng nội địa thông qua liên kết ngang, liên kết dọc



Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp.

Các kênh truyền tải cần xây dựng sẽ được mô tả chi tiết như sau:

XK_{fs_tinh_{it}} cho biết phần chia vốn của doanh nghiệp FDI xuất khẩu trong tổng số vốn của các doanh nghiệp

Biến độc lập **xk_{hor_tinh}** cho biết mức độ tham gia của nước ngoài trong ngành và được tính bằng tỷ trọng vốn nước ngoài bình quân của tất cả các doanh nghiệp trong ngành, trọng số lấy bằng tỷ trọng của sản lượng từng doanh nghiệp trong sản lượng ngành:

$$Xk_hor_tinh_{jt} = \frac{\sum_{i \in j} FS_{ijt} Y_{ijt}}{\sum_{i \in j} Y_{ijt}} \quad (1)$$

Trong đó: Y_{ijt} là sản lượng đầu ra thực tế; trong đó FS_{ijt} là phần chia vốn nước ngoài của doanh nghiệp i trong ngành j thời gian t , chỉ mức độ tham gia của doanh nghiệp FDI xuất khẩu trong tổng số vốn của doanh nghiệp. Do vậy, giá trị của biến **xk_{hor_tinh}** tăng theo sản lượng của doanh nghiệp đầu tư nước ngoài xuất khẩu và tỷ trọng vốn nước ngoài trong các doanh nghiệp này.

Biến độc lập xk_back_tinh lan tỏa ngược: biểu thị mức độ tham gia của nước ngoài trong các ngành mà ngành cung cấp đầu vào cho chúng có các doanh nghiệp, và do vậy sẽ phản ánh mức độ hợp tác giữa các nhà cung cấp nội địa với các khách hàng là doanh nghiệp FDI xuất khẩu. Biến này được tính như sau:

$$Xk_back_tinh_{jt} = \sum_{k \neq j} a_{jk} Xk_hor_tinh_{kt} \quad (2)$$

Trong đó a_{jk} là tỷ trọng của sản lượng ngành j được cung cấp bởi ngành k , được rút ra từ ma trận I – O (2007) với 2 chữ số. Tỷ trọng được tính nhưng bỏ đi các sản phẩm dùng cho tiêu dùng cuối cùng và cộng thêm vào các sản phẩm trung gian nhập khẩu. Do vậy, sự tham gia nhiều hơn của phía nước ngoài trong các ngành nhận đầu vào từ ngành j và tỷ trọng sản phẩm trung gian được cung cấp cho các ngành có sự hiện diện của doanh nghiệp đa quốc gia lớn hơn thì giá trị của biến số này sẽ lớn hơn.

Biến độc lập xk_for_tinh lan tỏa xuôi: biểu thị mức độ tham gia của nước ngoài với bên mua tại địa phương, được định nghĩa như sau:

$$Xk_for_tinh_{jt} = \sum_{l \neq j} a_{jl} Xk_hor_tinh_{lt} \quad (3)$$

Trong đó phần tỷ lệ a_{jl} của đầu vào mua từ ngành l ở thời gian t . Các đầu vào mua ở bên trong bị loại, vì nó đã được bao hàm trong biến Xk_hor_tinh .

Biến độc lập xk_sback_tinh nắm bắt giả thiết của Markusen và Venables được xây dựng theo cách sau:

$$Xk_sback_tinh_{jt} = \sum_{l \text{ nếu } l \neq j} a_{jlt} * xk_back_tinh_{lt} \quad (4)$$

Trong đó, phần tỷ lệ a_{jlt} của đầu vào mua từ ngành phía thượng nguồn l ở thời gian t mà đến lượt nó lại cung cấp đầu vào cho các ngành phía hạ nguồn của các công ty nước ngoài xuất khẩu được đo bởi $Xk_back_tinh_{lt}$.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp ước lượng TFP của Levinsohn-Petrin

Tác giả sử dụng đầu vào trung gian để điều chỉnh sự chệch do tính đồng thời. Phương pháp này được minh họa bằng việc xem xét hàm sản xuất Cobb-Douglas dưới dạng logarit. Phương trình ước lượng đối với nhà máy i trong ngành j năm t như sau (các biến được lấy logarit):

$$y_{it}^j = \alpha + \beta_l l_{it}^j + \beta_m m_{it}^j + \beta_k k_{it}^j + \omega_{it}^j + \varepsilon_{it}^j \quad (5)$$

Thành phần năng suất ω_{it}^j , nhà kinh tế lượng không quan sát được, nhưng các nhà quản lý nhà máy biết, và nó tác động lên các quy tắc quyết định của nhà máy. Thành phần ε_{it}^j không có tác động gì lên các quyết định của nhà máy, biểu thị các sốc không dự đoán được có trung bình bằng 0 đối với năng suất thực hiện sau khi đầu vào được chọn. Để giải quyết vấn đề tính đồng thời, phương pháp bán tham số sử dụng nguyên liệu để xấp xỉ cho phần của sai số tương quan với các đầu vào Levinsohn & Petrin (2003). Hàm cầu đầu vào trung gian khi đó được viết dưới như sau:

$$m_{it}^j = m_{it}^j(\omega_{it}^j, k_{it}^j) \quad (6)$$

Phần dư TFP trung tính kiểu Hicks, được định nghĩa là $TFP_{it} = \omega_{it} + \varepsilon_{it}$ và biểu thị hiệu quả trong chuyển đổi đầu vào thành đầu ra, tiếp nhận những phương pháp sản xuất và công nghệ mới và tốt hơn, cải tiến quản lý, đào tạo công nhân... Nó có thể kết hợp được những thay đổi không quan sát được trong sử dụng nhân tố, bởi vì chi phí tăng khi nhà máy hoạt động dưới khả năng. Sử dụng các hệ số hàm sản xuất thu được, TFP nhà máy được ước lượng bởi

$$TFP_{it} = y_{it} - \hat{\beta}_l l_{it} - \hat{\beta}_m m_{it} - \hat{\beta}_k k_{it} \quad (7)$$

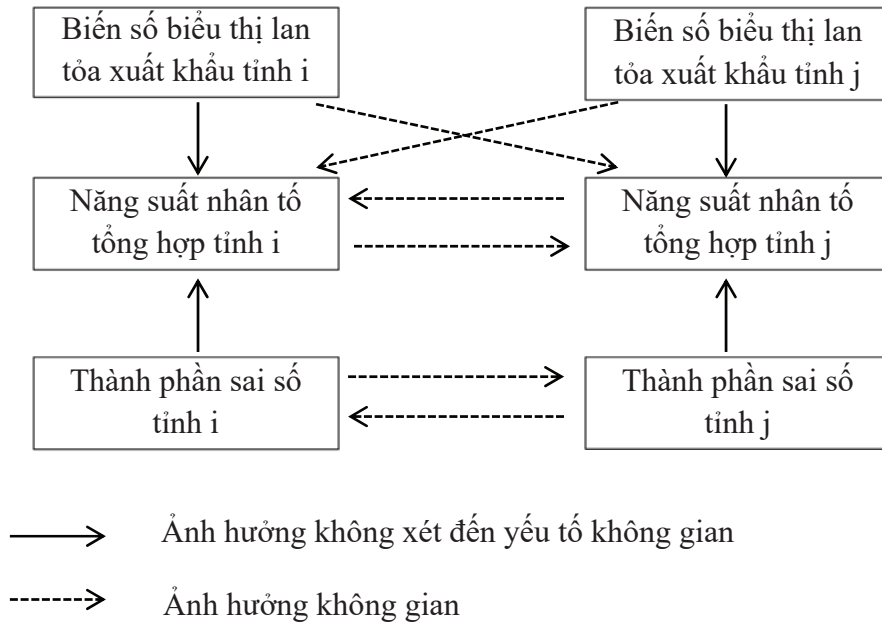
Độ đo TFP này gắn với công nghệ cụ thể. Ở đây TFP_{it} là logarit của TFP, y_{it} là mức đầu ra thực của đầu ra đối với nhà máy i tại thời điểm t . l_{it} , m_{it} , k_{it} biểu thị giá trị logarit của lao động, nguyên liệu, và tư bản đối với nhà máy i tại thời điểm t . Các $\hat{\beta}$ với chỉ số thích hợp là các ước lượng tham số thu được từ ước lượng hàm sản xuất.

3.2. Cơ sở lý thuyết kinh tế lượng không gian

Để đánh giá tác động của lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp, nghiên cứu lựa chọn hồi quy theo ba dạng mô hình có tính ưu việt cao hơn và đang được sử dụng phổ biến gần đây đó là mô hình trễ không gian kết hợp (SAC), mô hình Durbin không gian (SDM) (LeSage & Page, 2009; Gibbons & cộng sự, 2014) và mô hình không gian động (Arellano & Bond, 1991). Khung phân tích tác động không gian của lan tỏa xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp được trình bày tại Hình 2.

Mô hình Durbin không gian (SDM) đánh giá tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất nhân

Hình 2: Khung phân tích tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp



tổ tổng hợp theo tỉnh được biểu diễn bằng phương trình sau:

$$\ln TFP_i = \rho W \ln TFP_i + \beta X_i + \gamma W X_i + u_i \quad (8)$$

$\ln TFP$ là logarit của năng suất nhân tố tổng hợp theo tỉnh và X là các biến độc lập biểu thị các nhân tố trong đây có yếu tố lan tỏa xuất khẩu tới năng suất. W là ma trận trọng số không gian 63×63 . ρ (tham số trễ) đo lường độ trễ của biến phụ thuộc $\ln TFP$, phản ánh ảnh hưởng của các lan tỏa toàn cục và γ (tham số của biến biểu thị các nhân tố tác động tới tạo việc làm theo không gian) đo lường ảnh hưởng của mức độ lan tỏa địa phương (lan tỏa từ các tỉnh lân cận).

Khi đưa thêm yếu tố trễ của biến phụ thuộc vào mô hình, ta có mô hình không gian động có dạng như sau:

$$\ln TFP_i = \alpha \ln TFP_i(\text{trễ}) + \rho W \ln TFP_i + \beta X_i + \gamma W X_i + u_i \quad (9)$$

Mô hình trễ không gian kết hợp (SAC) đánh giá tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp theo tỉnh được biểu diễn bằng phương trình sau:

$$\ln TFP_i = \rho W \ln TFP_i + \beta X_i + \gamma W X_i + u_i \quad (10)$$

$$\text{ở đó } \mu = \lambda W u_i + \varepsilon_i$$

Ở đó ρ (hệ số trễ) đo lường ảnh hưởng của các lan tỏa toàn cục và γ (hệ số của biến độc lập theo không gian) đo lường ảnh hưởng của mức độ lan tỏa địa phương (lan tỏa từ các tỉnh lân cận) và λ là đo lường mức độ tương quan của phần dư không gian.

Để xem xét khả năng tồn tại sự phụ thuộc không gian theo tỉnh (kiểm định độ trễ không gian và kiểm định sai số không gian), nghiên cứu thực hiện một số kiểm định Moran's I (Moran, 1950), kiểm định Geary's C (Geary, 1954) và kiểm định nhân tử LM (Anselin, 1996).

Ngoài ra, để đánh giá ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp trong ngắn hạn và dài hạn của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp của tỉnh theo không gian, nghiên cứu cũng tiến hành đo lường các ảnh hưởng trung bình của các nhân tố theo không gian lên năng suất nhân tố tổng hợp của tỉnh.

Ảnh hưởng trực tiếp đo lường những ảnh hưởng từ biến X ở tỉnh i lên giá trị kỳ vọng của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) ở chính tỉnh i : $i: \frac{\partial E(\ln TFP_i)}{\partial X_i}$

Ảnh hưởng gián tiếp đo lường những ảnh hưởng từ biến X ở tỉnh i lên giá trị kỳ vọng của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) ở tỉnh j : $j: \frac{\partial E(\ln TFP_j)}{\partial X_i}$

Tổng ảnh hưởng = Ảnh hưởng trực tiếp + Ảnh hưởng lan tỏa gián tiếp

3.3. Đề xuất mô hình kinh tế lượng để lượng hóa

Mô hình dữ liệu mảng không gian đánh giá tác động không gian của xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp theo tỉnh được đề xuất ở dạng cơ bản như sau:

$$\ln TFP_{it} = \alpha \ln TFP_t(\text{trễ}) + \rho W \ln TFP_{it} + \beta X_{it} + \gamma WX_{it} + u_i \quad (11)$$

Với $u_i = \lambda W u_i + \varepsilon_i$

Trong đó:

- $\ln TFP$ là logarit năng suất nhân tố tổng hợp theo tỉnh theo năm;
- $\ln TFP_t(\text{trễ})$ là biến trễ của biến phụ thuộc;
- X là ma trận biến giải thích ngoại sinh biểu thị các nhân tố tác động theo không gian;
- W là ma trận trọng số không gian;
- $W \ln TFP$ ký hiệu tác động tương tác nội sinh của biến phụ thuộc $\ln TFP$;
- WX ký hiệu tác động tương tác ngoại sinh của biến độc lập X ;
- ρ là tham số trễ phản ánh ảnh hưởng của các tác động toàn cục;
- γ là tham số của biến X biểu thị tác động các nhân tố theo không gian, đo lường ảnh hưởng của mức độ tác động địa phương (tác động từ các tỉnh lân cận);
- λ là hệ số tự tương quan không gian, đo lường mức độ tương quan của phần dư không gian.

Trong đó $X = LC_tinh$ (Tiền lương trung bình), VNG_tinh (Tỷ lệ vốn vay), xk_fs_tinh1 (Biến tỷ trọng phân chia vốn của nước ngoài), xk_hor_tinh (Biến lan tỏa xuất khẩu theo chiều ngang), xk_back_tinh (Biến lan tỏa xuất khẩu ngược), xk_sback_tinh (Biến lan tỏa xuất khẩu ngược cung), xk_for_tinh (Biến lan tỏa xuất khẩu theo chiều xuôi).

3.4. Nguồn số liệu

Số liệu sử dụng trong nghiên cứu này là số liệu điều tra hằng năm của Tổng cục Thống kê (GSO) của các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo từ 2010-2019. Sau quá trình xử lý số liệu, loại bỏ các quan sát không phù hợp và tổng hợp giá trị trung bình theo tỉnh ngành chế biến chế tạo theo năm, bộ dữ liệu hoàn chỉnh phục vụ cho nghiên cứu là bộ dữ liệu mảng cân đối theo tỉnh gồm 567 quan sát trong 10 năm tại 63 tỉnh từ 2010-2019. Các thông tin chủ yếu của doanh nghiệp như năng suất nhân tố tổng hợp, thu nhập người lao động, tỷ lệ vốn vay của doanh nghiệp. Biến thu nhập bình quân (LC) tính bằng đơn vị triệu đồng, biến năng

Bảng 1: Thống kê mô tả các biến số

Tên biến	Độ lệch chuẩn	Mean	Min	Max
Năng suất nhân tố tổng hợp	2,185	4,54678	3,519554	6,0869
Tiền lương trung bình	7,053	9,095269	2,784381	65,02808
Tỷ lệ vốn vay	0,659	0,112	3.97e-06	387,493
Tỷ trọng phân chia vốn của nước ngoài	0,0039	0,00018	0	0,734
Lan tỏa xuất khẩu theo chiều ngang	0,024	0,0037	0	0,850
Lan tỏa xuất khẩu ngược	0,039	0,026	5,64E-06	0,453
Lan tỏa xuất khẩu ngược cung	0,022	0,015	0,00004	0,274
Lan tỏa xuất khẩu xuôi	0,062	0,034	0,00001	0,491

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu của Tổng cục Thống kê

suất nhân tố tổng hợp (TFP), biến tỷ lệ vốn vay (VNG) được tính bằng đơn vị phần trăm (%). Kết quả thống kê mô tả các biến số đưa vào mô hình trong Bảng 1.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích năng suất tổng hợp ngành chế biến chế tạo theo phương pháp Levinson và Petrin

Ta nhận thấy, nhìn chung TFP các doanh nghiệp xuất khẩu cao hơn TFP của các doanh nghiệp không xuất khẩu. Trung bình TFP có xu hướng gia tăng dần trong giai đoạn 2010-2019, chỉ có năm 2014 giảm nhẹ. Sau năm 2016 năng suất của các doanh nghiệp có xuất khẩu có bước tiến cao hơn hẳn so với những năm trước. TFP của những doanh nghiệp xuất khẩu lớn hơn so với TFP của các doanh nghiệp không xuất khẩu. Xuất khẩu tạo điều

Bảng 2. TFP của doanh nghiệp xuất khẩu và không xuất khẩu

Năm	2010	2012	2014	2016	2018	2019
Trung bình	4,046	4,836	4,067	4,827	4,967	5,101
Doanh nghiệp xuất khẩu	5,439	5,865	5,947	6,852	6,936	6,978
Doanh nghiệp không xuất khẩu	3,852	4,702	3,786	4,381	4,786	4,986

Nguồn: Tác giả ước lượng từ bộ dữ liệu điều tra doanh nghiệp.

Bảng 3: Kết quả ước lượng tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo theo 3 loại mô hình

Loại ảnh hưởng	Biến phụ thuộc $\ln TFP_LP_{tinhLI}$	Mô hình SAC (1)	Mô hình SDM (2)	Mô hình động không gian (3)
Main	$\ln TFP_LP_{tinhLI}$			0,1218456* [0,086]
	LC_tinh	0,0230444*** [0,000]	0,0269735*** [0,000]	0,0305468*** [0,000]
	VNG_tinh	-0,0238695*** [0,003]	-0,0281789** [0,035]	-0,0319211** [0,026]
	xk_fs_tinhI	0,6304606** [0,026]	0,5390426* [0,073]	0,7272931** [0,040]
	xk_hor_tinh	1,518088 [0,627]	2,529923 [0,394]	1,780756 [0,558]
	xk_back_tinh	7,671944* [0,091]	7,462056 [0,252]	1,88387 [0,762]
	xk_sback_tinh	12,10623 [0,469]	20,59539 [0,193]	28,51301* [0,075]
	xk_for_tinh	0,8611217 [0,687]	-2,885273 [0,367]	-4,609899 [0,155]
Wx	LC_tinh		-0,0139742*** [0,000]	-0,0208955*** [0,000]
	VNG_tinh		0,0217176 [0,217]	0,0270249 [0,105]
	xk_fs_tinhI		-1,250118 [0,349]	-1,879278 [0,334]
	xk_hor_tinh		11,33294 [0,138]	16,33737* [0,058]
	xk_back_tinh		23,50583* [0,066]	26,22625* [0,074]
	xk_sback_tinh		-78,00775** [0,028]	-75,60727* [0,063]
	xk_for_tinh		3,991041 [0,272]	4,592812 [0,201]
	$Rho(\rho)$	-0,7037006*** [0,000]	0,2261684*** [0,000]	0,254244*** [0,000]
	$Lambda$	0,7472099*** [0,000]		
	$Sigma2_e$	0,0312787*** [0,000]	0,0383262*** [0,002]	0,0440239*** [0,001]
	$Test AIC$	-224,2573	-200,7688	-160,5356
	$Test BIC$	-180,8537	-131,3231	-88,75185

kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận rộng rãi với kiến thức công nghệ thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và phát triển dẫn tới tiến bộ công nghệ, khi tham gia vào thị trường xuất khẩu đòi hỏi các doanh nghiệp tiếp xúc với công nghệ và cạnh tranh nước ngoài sẽ tạo áp lực thúc đẩy doanh nghiệp phải đổi mới, ra sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế, kích thích mức tiến bộ công nghệ một cách nhanh chóng, nhờ đó TFP tăng (Bảng 2).

4.2. Kết quả ước lượng tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo

Bảng 3 trình bày kết quả ước lượng mô hình số liệu mảng tự tương quan không gian kết hợp (SAC), mô

Bảng 4: Kết quả ước lượng tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo trong ngắn hạn

<i>Biến phụ thuộc lnTFP_LPtínhL1</i>	Ảnh hưởng trực tiếp ngắn hạn	Ảnh hưởng gián tiếp ngắn hạn	Tổng ảnh hưởng ngắn hạn
<i>LC_tinh</i>	0,0295745*** [0,000]	-0,0162405*** [0,002]	0,0133339** [0,018]
<i>VNG_tinh</i>	-0,0288577** [0,043]	0,0265782 [0,229]	-0,0022796 [0,942]
<i>xk_fs_tinh1</i>	0,6075192* [0,081]	-2,250745 [0,358]	-1,643226 [0,517]
<i>xk_hor_tinh</i>	3,082084 [0,303]	21,65907** [0,044]	24,74116** [0,020]
<i>xk_back_tinh</i>	3,756067 [0,548]	31,96379* [0,069]	35,71986* [0,088]
<i>xk_sback_tinh</i>	23,28671 [0,126]	-82,04672* [0,076]	-58,76001 [0,137]
<i>xk_for_tinh</i>	-4,293647 [0,148]	4,187268 [0,253]	-0,1063793 [0,965]

Ghi chú: *, **, *** hệ số hồi quy có ý nghĩa ở mức 10%, 5% và 1%

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu điều tra doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê.

hình số liệu mảng Durbin không gian (SDM) và mô hình động không gian để đánh giá tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất ngành chế biến chế tạo Việt Nam (lnTFP).

Cột (1), cột (2), và cột (3) của Bảng 3 trình bày kết quả ước lượng tác động không gian của các nhân tố theo tính theo ba mô hình SAC, SDM và mô hình không gian động. Nghiên cứu có sử dụng tiêu chuẩn AIC và BIC để lựa chọn mô hình phù hợp và theo kết quả nghiên cứu thì mô hình không gian động (mô hình tại cột (3)) tỏ ra phù hợp hơn với các giá trị test AIC và BIC là thấp nhất so với hai mô hình còn lại.

Hệ số của biến trễ không gian ρ đo lường ảnh hưởng của các lan tỏa toàn cục đều dương và có ý nghĩa thống kê ở mức cao 1% cho thấy tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu là tích cực tới năng suất nhân tố tổng hợp ngành chế biến chế tạo. Trong đó, tính tổng thể, hệ số của biến $W*LC_tinh$, $W*xk_hor_tinh$, $W*xk_back_tinh$, $W*xk_sback_tinh$ theo không gian, đo lường ảnh hưởng của mức độ lan tỏa địa phương từ thu nhập bình quân đầu người, lan tỏa xuất khẩu theo chiều ngang, ngược và ngược cung của các tỉnh lân cận tới TFP các doanh nghiệp của tỉnh đều có ý nghĩa thống kê.

Kết quả nghiên cứu được thể hiện ở Bảng 4 và Bảng 5 cũng cho thấy biến LC_tinh mang dấu dương trong tổng ảnh hưởng dài hạn và ngắn hạn, cho biết tiền lương trung bình tăng lên có tác động tích cực đến TFP. Khi tiền lương trung bình của doanh nghiệp tăng lên với điều kiện các yếu tố khác không đổi thì TFP tăng. Điều này chứng tỏ tiền lương là một trong những nhân tố quan trọng có thể dùng để cải thiện năng suất nhân tố tổng hợp của các doanh nghiệp. Thực tiễn và lý thuyết tiền lương hiệu quả cho thấy khi trình độ của người lao động càng cao thì doanh nghiệp chắc chắn sẽ phải tăng lương để có thể giữ người lao động ở lại doanh nghiệp. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy cả trong ngắn hạn và dài hạn tiền lương trung bình cao lên trong tỉnh thì dẫn đến những tác động tiêu cực cho các tỉnh lân cận, điều này có thể là do sự di chuyển lao

động vào nơi có tiền lương cao hơn, dẫn đến thiếu hụt lao động chất lượng tốt của các tỉnh khác.

Biến VNG_tinh là mang dấu âm trong ảnh hưởng trực tiếp ở ngắn hạn và dài hạn, nhưng lại không tìm thấy bằng chứng có ảnh hưởng tới TFP của các doanh nghiệp ở các tỉnh lân cận. Điều này cho thấy các doanh nghiệp sử dụng nguồn vốn chưa hiệu quả, hao hụt do tham nhũng hay sử dụng nguồn vốn sai mục

Bảng 5: Kết quả ước lượng tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo trong dài hạn

<i>Biến phụ thuộc $lnTFP_LPtinhL1$</i>	Ảnh hưởng trực tiếp ngắn hạn	Ảnh hưởng gián tiếp ngắn hạn	Tổng ảnh hưởng ngắn hạn
LC_tinh	0,0336165*** [0,000]	-0,0176616*** [0,005]	0,0159548** [0,018]
VNG_tinh	-0,0326803 ** [0,047]	0,0300802 [0,260]	-0,0026001 [0,945]
xk_fs_tinh1	0,6719791* [0,097]	-2,634992 [0,366]	-1,963013 [0,519]
xk_hor_tinh	3,732342 [0,276]	25,85585** [0,041]	29,58819** [0,020]
xk_back_tinh	4,57936 [0,524]	37,9287* [0,067]	42,50806* [0,085]
xk_sback_tinh	25,84623 [0,132]	-95,68178* [0,076]	-69,83555 [0,134]
xk_for_tinh	-4,861535 [0,148]	4,743258 [0,263]	-0,1182766 [0,968]

Ghi chú: *, **, *** hệ số hồi quy có ý nghĩa ở mức 10%, 5% và 1%

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu điều tra doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê.

đích gây lãng phí dẫn đến không kích thích tăng trưởng của doanh nghiệp, từ đó làm giảm TFP (Bảng 4 và bảng 5).

Hệ số biến xk_fs_tinh1 mang dấu dương trong ảnh hưởng trực tiếp ở ngắn hạn và dài hạn, có ý nghĩa thống kê 10% trong mô hình hàm ý rằng tỷ trọng phần chia vốn nước ngoài tăng lên hay là sự tham gia của các doanh nghiệp xuất khẩu đã tạo hiệu ứng tích cực, tăng năng suất nhân tố tổng hợp các doanh nghiệp ở Việt Nam. Tuy nhiên, tác giả chỉ tìm thấy được hiệu ứng lan tỏa tích cực này trực tiếp ở phạm vi trong tỉnh chứ chưa có cơ sở để kết luận sự lan tỏa xuất khẩu này sang các tỉnh lân cận. Các doanh nghiệp khi tham gia xuất khẩu họ sẽ hấp thụ, tích lũy kiến thức, ý tưởng học hỏi xuất khẩu thông qua các đối tác xuất khẩu, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận rộng rãi với kiến thức công nghệ từ đó thúc đẩy tăng năng suất nhân tố tổng hợp.

Hệ số biến xk_hor_tinh mang dấu dương trong ảnh hưởng gián tiếp ngắn hạn và dài hạn, còn trong ảnh hưởng trực tiếp thì hệ số biến không có ý nghĩa thống kê nên chưa đủ cơ sở để đánh giá tác động. Hệ số biến xk_hor_tinh mang dấu dương tạo ra những lợi ích cực cho các doanh nghiệp khác như sự di chuyển của công nhân được đào tạo từ các doanh nghiệp xuất khẩu sang các doanh nghiệp khác, đặc biệt hơn nữa là sự di chuyển lao động giữa các tỉnh lân cận điều này buộc các công ty phải đối mặt với sự cạnh tranh ác liệt của các doanh nghiệp xuất khẩu thúc giục các công ty khác phải sử dụng nguồn lực hiện có hiệu quả hơn từ đó giúp nâng cao năng lực của mình, đẩy mạnh tăng năng suất nhân tố tổng hợp.

Hệ số biến xk_back_tinh mang dấu dương trong ảnh hưởng gián tiếp ngắn hạn và dài hạn cho thấy là các doanh nghiệp làm nhiệm vụ cung cấp đầu vào cho các doanh nghiệp xuất khẩu có tác động lan tỏa không gian trong việc làm TFP của các doanh nghiệp tỉnh lân cận, nhưng lại không tìm thấy tác động trong phạm vi tỉnh. Bởi các doanh nghiệp xuất khẩu mua nguyên liệu đầu vào họ sẽ chuyển giao những kiến thức, kinh nghiệm học hỏi từ xuất khẩu cho các nhà cung cấp trong nước, phá vỡ vấn đề đình trệ sản xuất từ đó tăng TFP

Hệ số biến xk_sback_tinh mang dấu âm trong ảnh hưởng gián tiếp ngắn hạn và dài hạn, còn trong ảnh hưởng trực tiếp thì hệ số biến không có ý nghĩa thống kê nên chưa đủ cơ sở để đánh giá tác động. Hệ số biến

mang dấu âm chứng tỏ những doanh nghiệp xuất khẩu chưa kích thích các doanh nghiệp khác nâng cao năng suất nhân tố nhân tố tổng hợp.

5. Kết luận

Nghiên cứu thực hiện đánh giá tác động lan tỏa không gian của xuất khẩu tới năng suất doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo Việt Nam. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy một số kết luận quan trọng sau:

Thứ nhất, xuất khẩu có tác động lan tỏa tích cực đến TFP của các doanh nghiệp được thể hiện thông qua kênh lan tỏa xuất khẩu theo chiều ngang, lan tỏa xuất khẩu ngược và tỷ trọng phần chia vốn nước ngoài. Kết quả cho thấy mặc dù tỷ trọng phần chia vốn nước ngoài có tác động lan tỏa làm tăng TFP của các doanh nghiệp trong phạm vi mỗi tỉnh cả trong ngắn hạn và dài hạn, tuy nhiên các tác động theo chiều ngang và lan tỏa ngược thì mới chỉ thúc đẩy làm tăng TFP tới các tỉnh lân cận. Vì vậy, chính phủ cần phải có phủ nền thực hiện các chương trình tăng cường để giúp đỡ các doanh nghiệp trong nước tham gia hoạt động xuất khẩu và có sự kết nối giữa các tỉnh với nhau, tạo các vùng liên kết một số tỉnh lân cận có nhiều đặc điểm tương đồng và các chính sách hỗ trợ khuyến khích kèm theo để phát huy lợi thế của nhau, hình thành chuỗi liên kết cung ứng giữa các vùng. Chính phủ phải xây dựng nhiều chính sách khuyến khích các doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ phát triển, tạo tiền đề cho ngành công nghiệp chế biến chế tạo nâng cao năng suất đóng vai trò dẫn dắt cho toàn ngành.

Thứ hai, tỷ lệ vốn vay bên ngoài cho thấy doanh nghiệp sử dụng nguồn vốn chưa hiệu quả trong việc tăng TFP ở trong phạm vi mỗi tỉnh. Vì vậy, các doanh nghiệp cần cơ cấu và phân bổ lại nguồn vốn của mình cho hiệu quả theo hướng tập trung vào nghiên cứu, phát triển và lựa chọn công nghệ phù hợp tránh sử dụng vốn lãng phí, không đúng mục đích. Thứ ba, thu nhập của người lao động có tác động tích cực tới tăng TFP cả trong ngắn hạn và dài hạn nhưng lại có tác động tiêu cực cho các tỉnh lân cận. Đây cũng là một vấn đề của chính các doanh nghiệp và bản thân các tỉnh thành, ngoài việc tích cực nâng cao trình độ lao động, chú trọng chế độ lương thưởng của công nhân viên thì phải chú trọng việc giữ chân người lao động, đặc biệt những lao động có kinh nghiệm, trình độ cao.

Hạn chế lớn của nghiên cứu là chưa xem xét được tác động lan tỏa xuất khẩu khác nhau giữa doanh nghiệp tham gia xuất khẩu là FDI và không phải FDI.

Tài liệu tham khảo

- Anselin, L. (1996), 'The Moran Scatterplot as an ESDA Tool to Assess Local Instability in Spatial Association', In: Fischer, M., Scholten, H. & Unwin, D. (Eds.), *Spatial Analytical Perspectives on GIS*, Taylor and Francis, London, 111-125.
- Anwar, S. & Nguyen, P.L (2011), 'Foreign Direct Investment and Export Spillovers: Evidence from Vietnam', *International Business Review*, 20, 177-193.
- Arellano, M. & Bond, S. (1991), 'Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations', *Review of Economic Studies*, 58, 277-297. DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/2297968>.
- Franco, C. & Sasidharan, S. (2010), 'MNEs, technological efforts and channels of export spillover: An analysis of Indian manufacturing industries', *Economic Systems*, 34 (3), 270-288.
- Crespi, G., Criscuolo, C. & Haskel, J. (2008), 'Productivity, exporting, and the learning by exporting hypothesis: direct evidence from UK firms', *Canadian Journal of Economics/Revue Canadienne d'Économique*, 41(2), 619-638.
- Đào Thị Bích Thủy (2016), 'Tác động lan tỏa của xuất khẩu đến tăng trưởng kinh tế Trường hợp của các nước ASEAN-5', *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, 32(3), 80-87.
- Geary, R.C. (1954), 'The contiguity ratio and statistical mapping', *Incorporated Statistician*, 5, 115-145.
- Greenaway, D. Sousa, N., & Wakelin, K. (2004), 'Do domestic firms learn to export from multinationals?', *European Journal of Political Economy*, 20(4), 1027-1043.
- Gibbons, Stephen, Overman, Henry G. & Patacchini, Eleonora (2014), *Spatial Methods*, CEPR Discussion Paper No. DP10135.
- Javorcik, Smarzynska (2004), 'Does Foreign Direct Investment increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers through Backward Linkages', *American Economic Review*, 94(3), 605-627.
- Kneller, R. & Pisu, M. (2007), 'Industrial Linkages and Export Spillovers from FDI', *The World Economy*, 30, 105-34.

-
- Kokko, A., Zejan, M. & Tansini, R. (2001), 'Trade Regimes and Spillover Effects of FDI: Evidence from Uruguay', *Review of World Economics*, 137, 124–149.
- Lall, Sanjaya (1980), 'Vertical Interfirm Linkages in LDCs: An Empirical Study', *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 42(3), 203 -226.
- Levinsohn, James & Petrin, Amil.(2003), 'Estimating Production Functions Using Inputs to Control for Unobservables', *Review of Economic Studies*, 70(2), 317-41.
- LeSage, J. & Pace, P.K. (2009), *Introduction to Spatial Econometrics*, CRC Press. DOI: <https://doi.org/10.1201/9781420064254>.
- Markusen, James R. & Venables, Anthony J. (1999), 'Foreign Direct Investment as a Catalyst for Industrial Development', *European Economic Review*, 43(2), 335 - 356.
- McAleese, Dermot & McDonald, Donogh (1978), 'Employment growth and the development of linkages in foreign-owned and domestic manufacturing enterprises', *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 40(40), 321-329.
- Moran, P.A.P. (1950), 'Notes on Continuous Stochastic Phenomena', *Biometrika*, 37, 17–23
- Nguyễn Thị Hồng Đào & Phạm Thế Anh (2012), 'Hiệu ứng lan tỏa xuất khẩu từ FDI trong ngành công nghiệp chế biến tại Việt Nam', *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 263, 11-19.
- Nguyen, K.M & Nguyen, H.T.T (2013), 'Demand creation and competition effect of Export-platform FDI on backward linkages - Evidence from panel data analysis of Vietnamese supporting industries', Documents de recherche 13-02, Centre d'Études des Politiques Économiques (EPEE), Université d'Evry Val d'Essonne.
- Phillips, S. & Ahmadi-Esfahani, F.Z. (2010), 'Export Market Participation, Spillovers, and Foreign Direct Investment in Australian Food Manufacturing', *Agribusiness*, 26(3), 329– 347.
- Pham, T.T.T & Hoang, T.A.N (2015), 'Does exporting spur firm productivity? Evidence from Viet Nam', *Journal of Southeast Asian Economies*, 32(1), 84-105.

TÁC ĐỘNG CỦA HỖ TRỢ CỦA CHÍNH PHỦ ĐẾN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI VIỆT NAM: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

Nguyễn Minh Thành

Học viện Tài chính

Email: nguyenminhthanh.hvtc@gmail.com

Vũ Thị Thúy Nga

Học Viện Phụ Nữ

Email: nganguyen7685@gmail.com

Mã bài: JED-1032

Ngày nhận: 11/11/2022

Ngày nhận bản sửa: 08/12/2022

Ngày duyệt đăng: 20/12/2022

Tóm tắt:

Sử dụng dữ liệu mảng của doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa, nghiên cứu này đóng góp vào tổng quan bằng việc cung cấp những bằng chứng mới về vai trò của hỗ trợ chính phủ, môi trường kinh doanh đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) tại Việt Nam. Nghiên cứu chỉ ra rằng hỗ trợ của chính phủ là một nhân tố quan trọng để thúc đẩy các hoạt động CSR của các doanh nghiệp, nhưng tác động mất ý nghĩa thống kê khi không đi kèm với việc cải thiện môi trường kinh doanh. Kết quả hàm ý rằng để thúc đẩy các hoạt động CSR, chính phủ không chỉ tập trung vào các khoản hỗ trợ mà quan trọng hơn phải đẩy mạnh hơn nữa sự minh bạch và nâng cao chất lượng của môi trường kinh doanh.

Từ khóa: Hỗ trợ chính phủ, môi trường kinh doanh, CSR, SMEs

Mã JEL: M14, M41, O16, Q56.

The impact of government support on SME's corporate social responsibility in Vietnam: Intermediate role of business environment

Abstract:

By employing panel data from private small and medium-sized firms, this study adds to the body of knowledge by examining the influence of governmental support and the business environment on corporate social responsibility (CSR) in Vietnam. The results reveal that government support for firms' CSR initiatives is essential, but without an improvement in the business environment, the impact is statistically insignificant. Based on the findings, the government shouldn't merely provide grants to fund CSR initiatives. They should instead do more to promote transparency and enhance the business environment.

Keywords: Government support, business environment, CSR, SMEs

JEL Codes: M14, M41, O16, Q56

1. Lời mở đầu

Các mục tiêu phát triển bền vững (sau đây gọi tắt là “SDGs”) đã được tất cả các thành viên của Liên Hợp Quốc thông qua vào năm 2015, trong đó có Việt Nam (UNDP Vietnam). Cụ thể hơn, Việt Nam lựa chọn chiến lược phát triển bền vững, sáng tạo, bao trùm làm mô hình phát triển đất nước (Phúc, 2019). Để đạt được mục tiêu này, tất cả mọi người, mọi doanh nghiệp, mọi thành phần kinh tế, mọi cộng đồng trong xã hội có cơ hội bình đẳng để phát triển và phải có trách nhiệm tham gia đóng góp vào sự phát triển chung (Phúc,

2019). Ở góc độ doanh nghiệp, việc thực hiện “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” (sau đây gọi tắt là “CSR”) được nhận định là có những vai trò quan trọng cho việc thực thi và đạt được các mục tiêu phát triển bền vững (Behringer & Szegedi, 2016). Vì vậy, vấn đề thực hiện CSR thu hút được sự chú ý của giới khoa học và các nhà hoạch định chính sách trong thời gian qua. Tại Việt Nam, quan điểm chỉ đạo đối với khu vực kinh tế tư nhân trong việc hướng tới mục tiêu phát triển bền vững nói chung được thể hiện ở một số điểm đáng lưu ý như: “trong tương lai chính sách thuế phải điều tiết mạnh mẽ hơn để thúc đẩy tư nhân tham gia phát triển dịch vụ giáo dục, y tế, văn hóa, nghệ thuật, trợ giúp xã hội, bảo vệ môi trường, từ thiện, cũng như thực hiện các trách nhiệm xã hội khác...” (Huân, 2019)

Cho tới nay, đã có nhiều nghiên cứu tìm hiểu về ảnh hưởng của các khoản hỗ trợ chính phủ (thông qua ban hành các chính sách) tới hiệu quả doanh nghiệp ở nhiều quốc gia trên thế giới (Hansen, Rand, & Tarp, 2009; Pergelova & Angulo Ruiz, 2014). Tuy nhiên, ở một khía cạnh khác phản ánh sự thành công của doanh nghiệp là “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” thì chưa có nhiều nghiên cứu đi sâu tìm hiểu. Một vài nghiên cứu coi việc chính phủ các nước ban hành các chính sách bắt buộc như là nhân tố chi phối tới thực hiện CSR (Barthorpe, 2010; Bevan & Yung, 2015; Duman, Giritli, & McDermott, 2016), các chính sách hỗ trợ như là nhân tố thúc đẩy thực hiện CSR (Lichtenstein & cộng sự, 2013; Wuttke & Vilks, 2014). Tuy nhiên, cho tới nay còn thiếu nhiều bằng chứng thực nghiệm để đánh giá được tác động của hỗ trợ chính phủ tới thực hiện CSR tại doanh nghiệp ở Việt Nam.

Bên cạnh đó, trong những năm qua, Việt Nam đã đưa ra nhiều chính sách để cải thiện môi trường kinh doanh nhằm tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của tất cả các loại hình doanh nghiệp. Môi trường kinh doanh không chỉ được cải thiện ở cấp quốc gia mà hiện nay mỗi tỉnh, thành phố đều coi đây là một trong những ưu tiên hàng đầu của mình. Các địa phương cạnh tranh với nhau để làm cho môi trường kinh doanh của họ tốt hơn. Sự phát triển của các doanh nghiệp được hỗ trợ bởi sự cải thiện của môi trường kinh doanh.

Mặc dù vậy, sự hiểu biết về vai trò của việc cải thiện môi trường kinh doanh đối với tác động của liên kết giữa hỗ trợ chính phủ và hoạt động CSR của doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa còn chưa sáng tỏ. Do đó, nhằm phát triển các hoạt động CSR của doanh nghiệp trong nước thông qua mối liên kết với hỗ trợ chính phủ còn thiếu căn cứ khoa học và chưa được thực hiện hiệu quả. Nghiên cứu này nhằm chứng minh môi trường kinh doanh ảnh hưởng như thế nào đến việc hỗ trợ chính cho các sáng kiến CSR giữa các doanh nghiệp trong nước. Nghiên cứu sẽ cung cấp một luận cứ quan trọng về vai trò của việc cải thiện môi trường kinh doanh đối với sự phát triển của các doanh nghiệp trong nước thông qua hỗ trợ của chính phủ.

2. Tổng quan và giả thuyết nghiên cứu

Các nghiên cứu trước đây về CSR cho thấy hai quan điểm trái ngược nhau về mối liên hệ giữa hỗ trợ chính phủ và hoạt động CSR của doanh nghiệp. Một mặt, các học giả chỉ ra tác động tích cực của hỗ trợ chính phủ đối với việc thúc đẩy hoạt động CSR. Thứ nhất, theo các học giả (ví dụ: Feldman & Kelley, 2006; Khurshid, 2015), hỗ trợ của chính phủ cung cấp nguồn vốn cho các doanh nghiệp, làm giảm chi phí và ràng buộc về tài chính của doanh nghiệp. Tương tự, nghiên cứu của Zeng & cộng sự (2019) cho thấy trợ cấp của chính phủ có thể mở rộng dòng tiền của doanh nghiệp, tăng quy mô tài trợ bên ngoài, giải quyết hiệu quả vấn đề hạn chế tài chính trong quá trình sản xuất và hoạt động. Thêm nữa, Li & cộng sự (2018) và Khurshid & Deng (2021) nhận xét rằng các chính sách hỗ trợ là nguồn vốn cho các doanh nghiệp tư nhân và giúp họ nâng cao sự chú ý và uy tín của họ. Vì vậy, doanh nghiệp thu hút sự chú ý của các tổ chức đầu tư bên ngoài, và từ đó nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn từ các tổ chức tài chính như ngân hàng và các tổ chức tín dụng. Với nguồn lực tài chính dồi dào, doanh nghiệp có thể hoàn thành các hoạt động sản xuất, kinh doanh một cách hiệu quả, có thể và sẵn sàng thực hiện các trách nhiệm xã hội. Thứ hai, hành động tham gia vào các hoạt động xã hội này củng cố mối quan hệ doanh nghiệp - chính phủ. Jia & Liu (2014) lập luận rằng các công ty với sự hỗ trợ của chính phủ sẽ sẵn sàng tham gia vào CSR. Một quan điểm thú vị được đưa ra bởi Li & cộng sự (2018), cho rằng chính phủ cung cấp các khoản trợ cấp để đạt được các mục tiêu chính trị của mình. Quyên góp là một cách khác để tăng cường sự liên kết giữa chính phủ và các công ty tư nhân (Lee & cộng sự, 2017; Xue & Xiao, 2011). Vì vậy, các doanh nghiệp tư nhân tích cực tham gia và thực hiện trách nhiệm xã hội để trả nợ cho chính phủ. Dựa vào lập luận trên, bài báo này đưa ra giả thuyết sau:

H1: Tồn tại mối liên hệ tuyến tính dương giữa hỗ trợ chính phủ và CSR của doanh nghiệp, với giả định rằng các nhân tố khác không thay đổi.

Tuy nhiên, các nghiên cứu khác lại cho rằng hỗ trợ của chính phủ cản trở thay vì thúc đẩy hoạt động CSR. Tzelepis & Skuras (2004) là một trong những học giả đầu tiên cho rằng trợ cấp ảnh hưởng đến hiệu suất của họ vì về lâu dài sẽ có thêm áp lực và làm giảm lợi nhuận của họ. Một mặt, lạm dụng trợ cấp của chính phủ làm giảm đầu vào CSR. Thêm nữa, Jia & cộng sự (2021) cho rằng các chính sách trợ cấp và hỗ trợ của chính phủ làm tăng sự phụ thuộc của các doanh nghiệp, vì họ không sử dụng các nguồn lực nhân rồi để duy trì xã hội của doanh nghiệp một cách có trách nhiệm. Thêm nữa, trong tình hình quản trị công yếu kém, trợ cấp của chính phủ có thể gây ra rủi ro đạo đức. Tham nhũng có thể xảy ra và hành vi tìm kiếm đặc ân trong quá trình phân bổ quỹ trợ cấp của chính phủ cản trở việc phân bổ hiệu quả và làm suy yếu hiệu lực trợ cấp. Các lập luận trên dẫn đến giả thuyết cạnh tranh về mối quan hệ giữa hỗ trợ chính phủ và hoạt động CSR của doanh nghiệp như sau:

H2: Tồn tại mối liên hệ tuyến tính âm giữa hỗ trợ chính phủ và CSR của doanh nghiệp, với giả định rằng các nhân tố khác không thay đổi.

Cuối cùng, mặc dù có rất nhiều nghiên cứu về CSR, nhưng các công trình khám phá vai trò của các yếu tố như chất lượng quản trị quốc gia trong mối quan hệ giữa hỗ trợ chính phủ và thực hành CSR của các doanh nghiệp vẫn còn rất hạn chế. Trong khi đó, các biến về thể chế và chất lượng môi trường kinh doanh được xác định ảnh hưởng đáng kể đến hành vi CSR của doanh nghiệp (Newman & cộng sự, 2020; Karmani & Boussaada, 2021). Theo quan điểm lý thuyết thể chế, chất lượng môi trường kinh doanh có thể thúc đẩy hoặc kìm hãm hiệu quả của hỗ trợ chính phủ đến hoạt động CSR. Trong môi trường thể chế không mạnh, các nhà quản lý có thể lạm dụng sự hỗ trợ của chính phủ để thúc đẩy hoạt động CSR để mang lại lợi ích cho chính họ hơn là để tăng giá trị của cổ đông. Tuy nhiên, nếu khung thể chế đủ mạnh, cổ đông sẽ ít gặp khó khăn hơn trong việc thực thi các quyền của họ và họ có thể dễ dàng đảm bảo các chính sách CSR không bị các nhà quản lý lợi dụng nhằm tối ưu hóa lợi ích của chính họ. Tại Việt Nam, không có sự đồng nhất trong phát triển môi trường kinh doanh giữa các tỉnh (Van & cộng sự, 2018). Do đó, chúng tôi kỳ vọng ảnh hưởng của hỗ trợ chính phủ đối với hoạt động CSR của doanh nghiệp sẽ khác nhau ở những tỉnh có chất lượng môi trường kinh doanh khác nhau. Vì vậy, chúng tôi hình thành giả thuyết sau:

H3: Mối quan hệ giữa hỗ trợ chính phủ và CSR bị ảnh hưởng đáng kể bởi nhân tố về môi trường kinh doanh cấp tỉnh.

3. Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu

3.1. Nguồn dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng điều tra doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam. Các cuộc điều tra được tiến hành với sự hợp tác giữa các đối tác bao gồm Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) và Viện Khoa học Lao động và Xã hội (ILSSA) và trường đại học Copenhagen, Đan Mạch. Các cuộc điều tra tập trung vào các doanh nghiệp nhỏ và vừa sản xuất tại Việt Nam và được tiến hành hai năm một lần từ năm 2009 đến năm 2015. Các cuộc điều tra bao gồm 10 tỉnh (thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Long An, Hà Tây, Quảng Nam, Phú Thọ, Nghệ An), Khánh Hoà và Lâm Đồng) và ba vùng (Nam, Trung, Bắc).

Nguồn dữ liệu thứ hai là từ các cuộc điều tra về chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp của tỉnh (PCI) của Việt Nam được thu thập bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam giai đoạn tương ứng 2009-2015 nhằm mục đích đánh giá chất lượng thể chế của chính quyền tỉnh và hỗ trợ của chính phủ đối với môi trường kinh doanh. Các cuộc điều tra doanh nghiệp nhỏ và vừa và khảo sát PCI được kết hợp với nhau để tạo ra một bộ dữ liệu mảng duy nhất cấp độ doanh nghiệp và cấp tỉnh. Bộ dữ liệu mảng này cho phép chúng ta xem xét tác động của sự hỗ trợ của chính phủ và sự hỗ trợ của môi trường kinh doanh ở cấp tỉnh đối với CSR của doanh nghiệp.

3.2. Phương pháp luận

Ước lượng dữ liệu mảng ảnh hưởng cố định hoặc GMM là các phương pháp thông thường để xem xét vai trò hỗ trợ của chính phủ đối với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (ví dụ: Van & Cuong, 2019). Tuy nhiên, việc các doanh nghiệp được nhận hỗ trợ của chính phủ không được chỉ định ngẫu nhiên. Vì vậy, kết quả ước lượng giữa hỗ trợ chính phủ và CSR của doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi vấn đề nội sinh và các yếu tố không quan sát được trong mô hình. Để vượt qua vấn đề này, chúng tôi sử dụng mô hình hỗn hợp đệ quy (a recursive mixed-process model) để ước tính cả hai phương trình về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và xác suất của việc doanh nghiệp được nhận hỗ trợ từ chính phủ một cách đồng thời. Kết quả ước lượng

từ phương pháp này sẽ tạo ra những hệ số ước lượng không chệch và nhất quán (Ngoc & Van, 2022). Cụ thể, mô hình ước lượng ảnh hưởng của hỗ trợ chính phủ, môi trường kinh doanh đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp như sau:

$$GS = \delta_m IV1_{it} + \delta_n IV2_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$$Y_{it} = \alpha_0 + \delta_m GS_{it} + \delta_n PCI + \delta_h GS_{it} * PCI + \beta_k Z_{k,it} + year\ dummies + industry\ dummies + \mu_i + \vartheta_{it} \quad (2)$$

Trong đó: Y_{it} là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp i trong năm t CSR của doanh nghiệp và được đo lường bằng một số chỉ tiêu là CSR cho lao động, và CSR về môi trường; α_0 là hệ số ước tính trên một biến phụ thuộc chậm trễ trong một năm; Sự hỗ trợ của chính phủ được đo lường rộng rãi như là một biến giả để giảm sai số đo lường. Đây là biến quan tâm chính trong mô hình. Trong nghiên cứu này, chúng tôi đánh giá hỗ trợ của chính phủ như là một tập hợp các biến số. Thứ nhất, nó được tính như là một giả dựa trên câu hỏi nếu các công ty đã nhận được sự trợ giúp của chính phủ và tài chính và kỹ thuật. Thêm nữa, theo các nghiên cứu trước đây (ví dụ: Fisman & Svensson, 2007; Van & Cuong, 2019), các biến công cụ (IV) trong mô hình 1 được sử dụng là tình trạng chính chức hóa của doanh nghiệp và giá trị trung bình của hỗ trợ chính phủ theo ngành, năm và nơi sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Z là một vector của các biến giải thích phản ánh đặc điểm doanh nghiệp (ví dụ: quy mô doanh nghiệp, độ tuổi, sự đổi mới) được sử dụng trong mô hình như được chỉ ra bởi các nghiên cứu trước đây (Newman & cộng sự, 2020). Chúng tôi cũng kiểm soát các ảnh hưởng tiềm ẩn phát sinh từ sự khác biệt giữa các ngành thông qua việc sử dụng các biến giả để phân loại ngành. μ_i đại diện cho các đặc tính của công ty không được chú ý theo thời gian. Các hiệu ứng thời gian cụ thể này được nắm bắt bởi các biến giả giả năm; ε_{it} là sai số ngẫu nhiên.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Bảng 1 lần lượt báo cáo kết quả thực nghiệm về vai trò của hỗ trợ chính phủ đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được đo lường các chỉ tiêu khác nhau. Kết quả chỉ ra rằng hai hệ số ước tính của hồi quy của hỗ trợ chính phủ đối với CSR đối với người lao động và CSR đối với môi trường, tác động của trợ cấp của chính phủ là có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5%. Các giá trị hệ số dương chỉ ra rằng trợ cấp của chính phủ có thể tích cực khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân thực hiện trách nhiệm xã hội của họ. Cụ thể, nghiên cứu chỉ ra rằng việc doanh nghiệp được nhận các khoản hỗ trợ của chính phủ về tài chính hoặc kỹ thuật giúp doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động và môi trường cao hơn doanh nghiệp không nhận được hỗ trợ khoảng 3% và 5%, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi. Kết quả khẳng định

Bảng 1: Vai trò của hỗ trợ chính phủ đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Biến giải thích	CSR đối với người lao động					CSR đối với môi trường
	Tổ chức công đoàn (TCCĐ)	Bảo hiểm xã hội (BHXH)	Bảo hiểm y tế (BHYT)	Nghỉ thai sản (NTS)	Nghỉ hưu trí (NHT)	Trách nhiệm môi trường (TNMT)
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Hỗ trợ CP	0.060*** (0.012)	0.048*** (0.015)	0.050*** (0.015)	0.030* (0.016)	0.032* (0.018)	0.030* (0.015)
PCI	0.003*** (0.001)	0.002* (0.001)	0.003** (0.001)	0.003** (0.001)	0.003*** (0.001)	-0.000 (0.001)
Export	0.152*** (0.012)	0.132*** (0.015)	0.118*** (0.015)	0.089*** (0.016)	0.084*** (0.015)	0.055*** (0.015)
Insize	0.137*** (0.003)	0.234*** (0.003)	0.231*** (0.003)	0.232*** (0.004)	0.184*** (0.004)	0.118*** (0.004)
lnage	0.032*** (0.004)	-0.054*** (0.005)	-0.050*** (0.005)	-0.049*** (0.006)	-0.025*** (0.006)	0.019*** (0.006)
Innovation	0.008 (0.006)	0.007 (0.008)	0.014* (0.008)	0.017** (0.008)	0.009 (0.008)	-0.010 (0.008)
Hàng số	-0.497*** (0.055)	-0.270*** (0.070)	-0.326*** (0.070)	-0.340*** (0.075)	-0.384*** (0.072)	-0.179** (0.073)
Số quan sát	8,556	8,568	8,567	8,301	8,310	8,735

Chú thích: Sai số chuẩn trong ngoặc; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$; Mô hình cũng kiểm soát biến giả năm và ngành công nghiệp. Kết quả được ước lượng bằng mô hình hỗn hợp đệ quy (a recursive mixed-process model)

giả thuyết 1 và kết luận rằng trợ cấp của chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân đáp ứng các nghĩa vụ xã hội của họ. Điều này là do các khoản trợ cấp hoặc khuyến khích của chính phủ, dưới hình thức giảm thuế hoặc tài trợ cho R&D, giúp tăng lợi nhuận và năng suất của doanh nghiệp (Van & Cuong, 2019) và điều này đến lượt nó cho phép doanh nghiệp thực hiện chi tiêu cho các hoạt động CSR. Hơn nữa, trợ cấp mang lại cảm giác an toàn, làm tăng niềm tin của các công ty trong việc nâng cao sản lượng. Kết quả cho thấy sự cạnh tranh trên thị trường sản phẩm ảnh hưởng tiêu cực đến các hoạt động CSR. Khả năng cạnh tranh làm giảm CSR bằng cách thúc đẩy các doanh nghiệp ưu tiên khả năng tồn tại ngắn hạn và bỏ qua các khoản đầu tư dài hạn, như trong nhiều sáng kiến CSR. Kết quả trên đồng thuận với phát hiện của Ren & cộng sự (2019) nhận thấy rằng các khoản trợ cấp của chính phủ có thể khuyến khích các doanh nghiệp tìm kiếm các giải pháp mới về các vấn đề môi trường và xã hội. Luo & cộng sự (2017) chỉ ra rằng các chương trình đào tạo về quản trị công ty do chính phủ cung cấp có thể tăng cường thúc đẩy năng lực quản trị của công ty, do đó nâng cao tác động của nó đối với hoạt động CSR của công ty.

Liên quan đến các biến kiểm soát, phần lớn các biến số có ý nghĩa như kỳ vọng. Ví dụ, Bảng 1 chỉ ra các doanh nghiệp quy mô lớn có nhiều tiềm năng và động lực để xây dựng hình ảnh doanh nghiệp thông qua các hoạt động CSR, do đó, khuyến khích việc thực hiện CSR (ví dụ: Drempetic & cộng sự, 2020). Thêm nữa, đồng thuận với các phát hiện của các nghiên cứu trước đây (ví dụ: Newman & cộng sự, 2018), kết quả cho thấy việc tham gia vào các hoạt động thương mại quốc tế thúc đẩy CSR của các doanh nghiệp Việt Nam, áp lực về pháp luật và tiêu chuẩn tiêu dùng quốc tế là những nhân tố quan trọng đã thúc đẩy các hoạt động CSR của các doanh nghiệp Việt Nam khi họ tham gia xuất khẩu. Cuối cùng, trong khi các doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa của Việt Nam có nhiều năm tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh có xác suất cao hơn trong các hoạt động CSR liên quan đến môi trường.

Bảng 2: Vai trò trung gian của môi trường kinh doanh đến mối quan hệ giữa hỗ trợ chính phủ và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Biến độc lập	CSR đối với người lao động					CSR đối với môi trường
	Tổ chức công đoàn	Bảo hiểm xã hội	Bảo hiểm y tế	Nghỉ thai sản	Nghỉ hưu trí	Trách nhiệm môi trường
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Hỗ trợ CP	-0.053 (0.097)	-0.089 (0.123)	-0.145 (0.124)	0.008 (0.132)	-0.012 (0.126)	-0.001 (0.128)
PCI	0.003*** (0.001)	0.001 (0.001)	0.002 (0.001)	0.003** (0.001)	0.003** (0.001)	-0.000 (0.001)
Hỗ trợ CP*PCI	0.002 (0.002)	0.002 (0.002)	0.003 (0.002)	0.000 (0.002)	0.001 (0.002)	0.001 (0.002)
Hằng số	-0.470*** (0.059)	-0.237*** (0.075)	-0.280*** (0.076)	-0.334*** (0.081)	-0.373*** (0.078)	-0.171** (0.079)
Số quan sát	8,556	8,568	8,567	8,301	8,310	8,735

*Chú thích: Sai số chuẩn trong ngoặc; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$; Mô hình cũng kiểm soát hoạt động xuất khẩu, quy mô doanh nghiệp, tuổi doanh nghiệp, hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, biến giả năm và biến giả ngành công nghiệp. Kết quả được ước lượng bằng mô hình hỗn hợp đệ quy (a recursive mixed-process model).*

Tuy thế, thú vị thay khi xem xét ảnh hưởng trung gian của môi trường kinh doanh trong mối quan hệ giữa hỗ trợ chính phủ và CSR, mối quan hệ là vẫn dương nhưng không còn ý nghĩa thống kê. Kết quả này được giải thích bởi một số lý do sau. Trước tiên, việc tồn tại khá phổ biến tình trạng tham nhũng trong môi trường kinh doanh tại Việt Nam, các doanh nghiệp có thể nhận được sự hỗ trợ của chính phủ bằng cách đáp ứng các yêu cầu và kỳ vọng của các cơ quan chính phủ (Van & cộng sự, 2018). Việc tồn tại của rủi ro đạo đức doanh nghiệp, việc tăng số tiền trợ cấp của chính phủ sẽ dẫn đến hành vi lười biếng và tìm kiếm đặc ân của doanh nghiệp, giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp và giảm nguồn lực đầu vào của CSR.

Thêm nữa, chất lượng môi trường kinh doanh được nhận thấy thúc đẩy hoạt động CSR của doanh nghiệp. Kết quả này hàm ý rằng những chính sách cải thiện môi trường kinh doanh sẽ giúp tăng cường các chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa thực hiện CSR trong quá trình sản xuất và kinh doanh. Môi

trường kinh doanh khi được cải thiện sẽ thúc đẩy hoạt động CSR của các doanh nghiệp nhỏ và vừa yếu hơn và thiếu kinh nghiệm.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Trong khi nghiên cứu về CSR có một quá trình phát triển lâu dài, nghiên cứu vai trò của hỗ trợ chính phủ, môi trường kinh doanh đến CSR vẫn còn mới đối với các nền kinh tế đang phát triển. Trong bối cảnh đó, nghiên cứu chỉ ra rằng hỗ trợ của chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp tư nhân tiến hành các hoạt động CSR tại Việt Nam. Ở các nước đang phát triển, các doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa đối mặt với tình trạng thiếu nguồn lực. Vì vậy, kết quả nghiên cứu này hàm ý rằng chính phủ có thể nhân rộng các hoạt động CSR bằng cách cung cấp trợ cấp cho các doanh nghiệp tư nhân mở rộng nguồn lực, từ đó giúp doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa thực hiện nhiều hơn hoạt động CSR.

Trong bối cảnh đặc thù của nền kinh tế Việt Nam khi phần lớn các doanh nghiệp nhỏ và vừa đều chưa có CSR hoặc các hoạt động này còn yếu thì kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa hết sức quan trọng. Kết quả cũng cho thấy, tiến trình cải thiện môi trường kinh doanh mà Việt Nam hiện nay đang triển khai có ý nghĩa rất quan trọng để thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững trong đó nhóm các doanh nghiệp yếu thế cần phải được đặc biệt quan tâm. Cải thiện môi trường kinh doanh sẽ giúp cho các doanh nghiệp yếu thế trong nền kinh tế gia tăng hoạt động và kết quả CSR và do vậy giúp Việt Nam đạt được mục tiêu phát triển bao trùm và bền vững.

Phụ lục 1: Thống kê mô tả và định nghĩa các biến trong mô hình

Các biến trong mô hình	2009		2011		2013		2015	
	Trung bình	SD	Trung bình	SD	Trung bình	SD	Trung bình	SD
TCCĐ (=1 nếu doanh nghiệp có tổ chức công đoàn, 0 ngoài ra)	0.08	0.27	0.11	0.31	0.11	0.31	0.13	0.33
BHXXH (=1 nếu doanh nghiệp có trả bảo hiểm xã hội cho người lao động, 0 ngoài ra)	0.19	0.40	0.25	0.44	0.27	0.44	0.28	0.45
BHXXH (=1 nếu doanh nghiệp có trả bảo hiểm y tế cho người lao động, 0 ngoài ra)	0.20	0.40	0.27	0.44	0.26	0.44	0.37	0.48
NTS (=1 nếu doanh nghiệp có trả cho người lao động trong thời kỳ sinh nở, 0 ngoài ra)	0.50	0.50	0.58	0.49	0.33	0.47	0.36	0.48
NHT (=1 nếu doanh nghiệp có trả hưu trí cho người lao động, 0 ngoài ra)	0.12	0.33	0.24	0.43	0.18	0.38	0.27	0.44
Hỗ trợ CP (=1 nếu doanh nghiệp nhận được các khoản hỗ trợ tài chính, kỹ thuật, và các khoản hỗ trợ khác từ chính phủ, 0 ngoài ra)	0.347	0.47	.15	0.36	0.12	0.32	0.08	0.27
PCI	57.83	3.84	63.88	4.24	55.22	2.44	59.64	1.23
Export (=1 nếu doanh nghiệp tham gia xuất khẩu; 0 ngoài ra)	0.06	0.25	0.08	0.27	0.07	0.25	0.07	0.25
Lnsize (tổng số lao động)	1.96	1.13	2.09	1.10	1.85	1.15	1.70	1.18
Lnage (số năm doanh nghiệp hoạt động trên thị trường)	2.41	0.71	2.32	0.67	2.54	0.63	2.62	0.63
Số quan sát	1917		1971		2253		2605	

Lời thừa nhận: Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số 502.01-2020.14

Tài liệu tham khảo

- Barthorpe, S. (2010), 'Implementing corporate social responsibility in the UK construction industry', *Property Management*, 28(1), 4-17.
- Behringer, K., & Szegedi, K. (2016), 'The role of CSR in achieving sustainable development-theoretical approach', *European Scientific Journal*, 12(22).
- Bevan, E., & Yung, P. (2015), 'Implementation of corporate social responsibility in Australian construction SMEs', *Engineering, Construction and Architectural Management*, 22(3), 295-311.
- Đoàn Minh Huân (2019), *Phát huy vai trò của xã hội góp phần bổ sung giới hạn của nhà nước và hạn chế khuyết tật của thị trường*, Tạp chí Cộng Sản, tapchicongsan.org.vn/media-story/-/asset_publisher/V8hnp4dK31Gf/content/phan-huy-vai-tro-cua-xa-hoi-gop-phan-bo-sung-gioi-han-cua-nha-nuoc-va-han-che-khuyet-tat-cua-thi-truong
- Drempetic, S., Klein, C., & Zwergel, B. (2020), 'The influence of firm size on the ESG score: Corporate sustainability ratings under review', *Journal of Business Ethics*, 167(2), 333-360.
- Duman, D., Giritli, H., & McDermott, P. (2016), 'Corporate social responsibility in construction industry A comparative study between UK and Turkey', *Built Environment Project and Asset Management*, 6(2), 218-231.
- Feldman, M. P., & Kelley, M. R. (2006), 'The ex-ante, assessment of knowledge spillovers: Government R&D policy, economic incentives and private firm behavior', *Research Policy*, 35(10), 1509-1521.
- Fisman, R. & Svensson, J. (2007), 'Are corruption and taxation really harmful to growth? Firm level evidence', *Journal of Development Economics*, 83, 63-75.
- Hansen, H., Rand, J., & Tarp, F. (2009), 'Enterprise Growth and Survival in Vietnam: Does Government Support Matter?', *Journal of Development Studies*, 45(7), 1048-1069.
- Jia, L., Nam, E., & Chun, D. (2021), 'Impact of Chinese government subsidies on enterprise innovation: Based on a three-dimensional perspective', *Sustainability*, 13(3), 1288.
- Jia, X. P., & Liu, Y. (2014), 'External environment, internal resource and corporate social responsibility', *Nankai Business Review*, 17(6), 13-18.
- Karmani, M., & Boussaada, R. (2021), 'Corporate social responsibility and firm performance: does institutional quality matter?', *Journal of Applied Accounting Research*, 22(4), 641-662.
- Khurshid, A. (2015), 'The effect of interest rate on investment; Empirical evidence of Jiangsu Province, China', *Journal of International Studies*, 8(1), 81-90.
- Khurshid, A., & Deng, X. (2021), 'Innovation for carbon mitigation: A hoax or road toward green growth? Evidence From Newly Industrialized Economies', *Environmental Science and Pollution Research*, 28(6), 6392-6404.
- Lee, E., Walker, M., & Zeng, C. C. (2017), 'Do Chinese state subsidies affect voluntary corporate social responsibility disclosure?', *Journal of Accounting and Public Policy*, 36(3), 179-200.
- Li, S., Wu, H., & Jiang, X. (2018), 'Rent-seeking and firm value: Chinese evidence', *Business and Politics*, 20(2), 239-272.
- Lichtenstein, S., Badu, E., Owusu-Manu, D., Edwards, D., & Holt, G. (2013), 'Corporate social responsibility architecture and project alignments A study of the Ghanaian construction industry', *Journal of Engineering Design and Technology*, 11(3), 334-353.
- Luo, X.R., Wang, D., Zhang, J., (2017), 'Whose call to answer: institutional complexity and firms' CSR reporting', *Academy of Management. Journal.*, 60 (1), 321e344.
- Newman, C., Rand, J., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2018), 'The transmission of socially responsible behaviour through

international trade', *European Economic Review*, 101, 250-267.

- Newman, C., Rand, J., Tarp, F., & Trifkovic, N. (2020), 'Corporate social responsibility in a competitive business environment', *The Journal of Development Studies*, 56(8), 1455-1472.
- Ngoc, T. N., & Van, H. V. (2022), 'How does adopting occupational health and safety management practices affect outcomes for employees? The case of Vietnamese SMEs', *International Review of Economics & Finance*.
- Pergelova, A., & AnguloRuiz, F. (2014), 'The impact of government financial support on the performance of new firms: the role of competitive advantage as an intermediate outcome', *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(9-10), 663-705.
- Ren, S., He, D., Zhang, T., Chen, X., (2019), 'Symbolic reactions or substantive proenvironmental behaviour? An empirical study of corporate environmental performance under the government's environmental subsidy scheme', *Business Strategy and the Environment* (28), 1148e1165.
- Tzelepis, D., & Skuras, D. (2004), 'The effects of regional capital subsidies on firm performance: An empirical study', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11, 121-129.
- Van Huong, V., & Cuong, L. K. (2019), 'Does government support promote SME tax payments? New evidence from Vietnam', *Finance Research Letters*, 31, 10-18
- Van Vu, H., Tran, T. Q., Van Nguyen, T., & Lim, S. (2018), 'Corruption, types of corruption and firm financial performance: New evidence from a transitional economy', *Journal of Business Ethics*, 148(4), 847-858.
- Vũ Văn Phúc (2019), *Quan điểm, chủ trương, chính sách lớn về phát triển bền vững, sáng tạo, bao trùm*, http://www.tapchiconsan.org.vn/kinh-te/-/2018/815622/view_content
- Wuttke, M., & Vilks, A. (2014). Poverty alleviation through CSR in the Indian construction industry. *Journal of Management Development*, 33(2), 119-130.
- Xue, S., & Xiao, X. (2011), 'Donation: Is it a way to strengthen political connections in private enterprises', *Journal of Financial Economics*, 37, 102-112.
- Zeng F, Fang Y, Zhang X (2019), 'Analysis of the influence of government subsidy on technological innovation of enterprises', *Comm Financ Account*, 103-107, <https://doi.org/10.16144/j.cnki.issn1002-8072.2019.09.020>.

TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH ĐẾN QUẢN LÝ CHI TIÊU CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

Khúc Thế Anh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: anhkt@neu.edu.vn

Bùi Kiên Trung

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: trungtx@neu.edu.vn

Nguyễn Minh Phương

Học viện Ngân hàng

Email: phuongnm@hvn.edu.vn

Mã bài: JED -796

Ngày nhận: 19/07/2022

Ngày nhận bản sửa: 15/08/2022

Ngày duyệt đăng: 30/08/2022

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá tác động của dân trí tài chính dưới góc độ xem xét cả 3 cấu phần: Thái độ tài chính, Kiến thức tài chính và Hành vi tài chính lên quản lý chi tiêu của sinh viên. Dữ liệu được thu thập từ bảng hỏi, được gửi trực tiếp và gián tiếp đến sinh viên tại Việt Nam. Kết quả, có 1.131 phiếu trả lời hợp lệ. Bài viết đã sử dụng nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng (thông qua mô hình cấu trúc tuyến tính SEM). Kết quả cho thấy rằng các nhân tố Kiến thức tài chính, Thái độ tài chính không có sự tác động đến hành vi quản lý chi tiêu của sinh viên, trong khi Hành vi tài chính và Ảnh hưởng từ cha mẹ là những yếu tố có ảnh hưởng, đặc biệt là Hành vi tài chính có ảnh hưởng rõ rệt hơn cả. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đã đưa ra một số hàm ý chính sách với các cơ quan liên quan trong việc nâng cao Ảnh hưởng của cha mẹ tới con cái cũng như cải thiện Hành vi tài chính của sinh viên.

Từ khóa: Dân trí tài chính, hành vi tài chính, quản lý chi tiêu, sinh viên.

Mã JEL: D14

Impact of financial literacy on Vietnamese students' spending management

Abstract:

This study was carried out to evaluate the impact of financial literacy from the perspective of considering three components: Financial Attitude, Financial Knowledge and Financial Behavior on students' spending management. Data is collected from questionnaires, which are sent directly and indirectly to students in Vietnam. As a result, there are 1,131 valid answer sheets. The article used a combination of qualitative and quantitative research (through the Structural Equation Modeling - SEM) to evaluate. The results showed that the factors financial knowledge, financial attitude have no influence on students' spending management, while financial behaviour and parental influence are statistically significant factors. Especially, financial behaviour has the most obvious influence. From the research results, the authors have made some policy implications with relevant agencies in improving the influence of parents on children as well as improving the financial behaviour of students.

Keywords: Financial literacy, financial behaviour, spending management, student.

JEL Code: D14

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hiện đại, dân trí tài chính ngày càng đóng vai trò quan trọng trong ổn định tài chính mỗi cá nhân nói riêng và nền kinh tế nói chung (Lusardi & cộng sự, 2020). Từ sau năm 2000, khái niệm về dân trí tài chính (financial literacy) được phát triển theo 5 hướng: (1) Liên quan đến kiến thức về các khái niệm tài chính; (2) Khả năng truyền đạt thông qua các khái niệm tài chính; (3) Cách quản lý tài chính cá nhân; (4) Kỹ năng đưa ra các quyết định tài chính phù hợp và (5) Tự tin trong việc lập kế hoạch hiệu quả cho các nhu cầu tài chính trong tương lai (Lusardi & Mitchell, 2014). Đây cũng là một trong những nhân tố tác động đến tài chính toàn diện của Việt Nam – nếu tiếp cận theo hướng nhu cầu của dịch vụ tài chính.

Các thảo luận về kỹ năng quản lý tài chính cá nhân dành cho người trẻ nói chung và sinh viên nói riêng không mới – nhất là trong bối cảnh bùng nổ của các ứng dụng qua điện thoại thông minh. Đối với các nước phát triển, hệ thống an sinh xã hội rất tốt nên sinh viên thường vay tiêu dùng để đáp ứng các nhu cầu cá nhân ở hiện tại, và sẽ chi trả bằng việc làm thêm hoặc thu nhập từ công việc trong tương lai (Lusardi & cộng sự, 2010). Do đó, vấn đề dân trí tài chính và quản lý chi tiêu được tiếp cận theo hướng: tạo thói quen cho người trẻ biết cách tiết kiệm để giảm áp lực cho tương lai, nhất là với ngân sách nhà nước (Lusardi, 2019). Nhưng đối với các nước đang phát triển thì không như thế. Dân trí tài chính và quản lý chi tiêu lại tiếp cận theo một góc độ khác: thu nhập của sinh viên từ làm thêm không lớn, và thường phải có trợ cấp từ gia đình. Vì thế, quản lý chi tiêu khó thoát khỏi bài toán “bao cấp”. Một vấn đề mà nhiều nghiên cứu đưa ra là: dường như sinh viên tại các nước có nền kinh tế đang chuyển đổi như Việt Nam vẫn lúng túng trong quản lý tài chính dẫn đến việc chi tiêu mất kiểm soát, rơi vào khủng hoảng khi phải vật lộn với các khoản vay nợ cũng như không có tích lũy cho tương lai (Đinh Thị Thanh Vân & Nguyễn Đăng Tuệ, 2018). Nhóm đối tượng này lại là nhóm người sẽ trở thành lực lượng lao động chính trong thời gian tới. Nghiên cứu này của chúng tôi không tiếp tục đánh giá tình trạng quản lý tài chính cá nhân của sinh viên ra sao, hay mức độ dân trí tài chính thế nào mà chỉ tập trung vào khía cạnh: các cấu phần của dân trí tài chính ảnh hưởng thế nào đến quản lý chi tiêu. Để thực hiện mục tiêu đó, nghiên cứu này được chia thành 5 phần. Ngoài phần cách tiếp cận, phần 2 chúng tôi sẽ giới thiệu tổng quan và giả thuyết nghiên cứu, phần 3 sẽ đề cập đến phương pháp nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu được đề cập ở phần 4 và một số hàm ý chính sách tại phần 5.

2. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Dân trí tài chính

Tùy theo từng cách tiếp cận mà dân trí tài chính có những định nghĩa khác nhau. Atkinson & Messy (2012) đã định nghĩa về dân trí tài chính là sự kết hợp của nhận thức, kiến thức, kỹ năng, thái độ và hành vi cần thiết để đưa ra các quyết định tài chính đúng đắn và cuối cùng là đạt được hiệu quả cá nhân. OECD (2015) lại cho rằng dân trí tài chính là kiến thức và hiểu biết về các khái niệm và rủi ro tài chính, cũng như các kỹ năng, động lực và sự tự tin để áp dụng những kiến thức và hiểu biết đó nhằm đưa ra các quyết định hiệu quả trong nhiều bối cảnh tài chính, nhằm cải thiện phúc lợi tài chính của cá nhân và xã hội, và cho phép tham gia vào đời sống kinh tế. Bản thân nghiên cứu này đi theo quan điểm trên, và cho rằng dân trí tài chính được kết cấu thành 3 phần: kiến thức tài chính (financial knowledge), hành vi tài chính (financial behavior) và thái độ tài chính (financial attitude).

Kiến thức tài chính

Trong những nghiên cứu đầu tiên về dân trí tài chính (thường xuất hiện tại các nước đang phát triển), dân trí tài chính và kiến thức tài chính thường được đề cập chung. Tuy nhiên, một điều khá lý thú (hoặc kỳ lạ) là: rất nhiều khu vực, người dân có kiến thức tài chính tốt (như tính toán được lãi đơn, lãi gộp hoặc giá của các tài sản cần mua) nhưng vẫn nghèo (ADB, 2017). Và cũng từ vấn đề đó, các nghiên cứu tách kiến thức tài chính ra thành 1 phần của dân trí tài chính. Một cách thông thường, kiến thức tài chính là mức độ hiểu biết của chủ thể đối với các khái niệm của các thuật ngữ trong tài chính (lãi suất, trái phiếu...) và phương thức hoạt động của các tổ chức tài chính (ngân hàng, tổ chức tín dụng...) (Lusardi & cộng sự, 2021). Như vậy, kiến thức tài chính sẽ là yếu tố tiền đề để hình thành hành vi và thái độ tài chính của chủ thể. Một góc nhìn khác có thể đưa ra như: Kiến thức tài chính đề cập đến sự hiểu biết lý thuyết về các khái niệm tài chính; dân trí tài chính có hai khía cạnh là lý thuyết (hiểu những khái niệm tài chính) và ứng dụng (việc sử dụng những thông tin liên quan đến tài chính) (Thomas & Subhashree, 2020).

Hành vi tài chính

Theo OECD (2013), hành vi tài chính rất quan trọng và là thành phần cơ bản của dân trí tài chính. Herdjiono & Damanik (2016) định nghĩa hành vi của con người liên quan đến việc ra quyết định tài chính và quản lý tiền bạc, ví dụ việc xây dựng chương trình ngân sách phù hợp và kiểm soát nó, thanh toán nhanh các hoá đơn và tiết kiệm thường xuyên được gọi là hành vi tài chính. Về mối quan hệ với các yếu tố khác, theo Xiao (2008), hành vi tài chính phản ánh hành vi con người có liên quan đến quản lý tài chính. Mục tiêu của hành vi tài chính là hiểu và dự đoán những tác động có hệ thống của thị trường tài chính theo quan điểm tâm lý. Một số nhà nghiên cứu cho rằng, hành vi tài chính ảnh hưởng đến sự hài lòng về tài chính (Lusardi và cộng sự, 2011; Lusardi & Mitchell, 2017).

Thái độ tài chính

Thái độ tài chính là sự chuẩn bị trước để hành xử theo một cách cụ thể được hình thành do một số niềm tin vào kinh tế và phi kinh tế của cá nhân về kết quả của một hành vi nhất định (Ajzen, 1991); là khuynh hướng cá nhân đối với các vấn đề tài chính, đó là khả năng lập kế hoạch trước và duy trì một khoản tiết kiệm quan trọng (Rai & cộng sự, 2019); ngoài ra nó cũng được định nghĩa là thái độ tâm lý của một cá nhân đối với một hoạt động tài chính cụ thể, nó là sự đánh giá các ý tưởng, sự kiện hoặc đối tượng (Yong & cộng sự, 2018). Thái độ và sở thích được coi là những thành phần quan trọng của dân trí tài chính, bên cạnh đó cũng là một yếu tố cần thiết để kiểm tra và đánh giá tài chính cá nhân vì nó đóng một vai trò quan trọng trong việc hiểu và dự đoán việc ra quyết định tài chính và hành vi tài chính của một cá nhân (OECD, 2015; Potrich & cộng sự, 2015).

2.2. Quản lý chi tiêu

Nghiên cứu này cho rằng quản lý chi tiêu cá nhân/hộ gia đình là quá trình xác định nguồn thu nhập, mức chi tiêu và phân bổ thặng dư để đạt được các mục tiêu trong ngắn, trung và dài hạn của cá nhân hay hộ gia đình đó (Lusardi, 2019). Đây được coi là phần quan trọng nhất trong quản lý tài chính cá nhân, trong đó việc quản lý chi tiêu là việc quản lý dòng tiền vào và ra sao cho đạt được “sự hài lòng về kinh tế” của cá nhân. Như vậy, quản lý chi tiêu thực hiện việc cân nhắc giữa những khoản thu và chi trong ngắn hạn với những khoản thu và chi trong dài hạn, từ đó có phương án duy trì lượng tiền mặt vừa đủ cho chi tiêu trước mắt, đồng thời đưa những khoản thanh toán chưa đến hạn vào đầu tư để tăng thêm lợi nhuận; ngoài ra quản lý chi tiêu cũng cần tính đến những khoản chi đột xuất, không có trong dự tính, do vậy đòi hỏi những khoản đầu tư từ khoản tiền chưa dùng đến phải có tính thanh khoản cao (Lusardi & cộng sự, 2017).

Việc chi tiêu cho những nhu cầu thiết yếu hàng ngày cũng là một trong những vấn đề cần phải quản lý, và quản lý chi tiêu cũng quan trọng như việc tạo ra thu nhập, hay nói cách khác, một người quản lý chi tiêu tốt thì cũng là một người tạo ra thu nhập tốt. Thông thường mọi người có quyền kiểm soát các khoản chi tiêu lớn hơn so với thu nhập của họ. Thói quen chi tiêu tốt vô cùng quan trọng để quản lý tài chính cá nhân tốt.

2.3. Tác động của dân trí tài chính lên quản lý chi tiêu của sinh viên

Kiến thức tài chính

Hầu hết các nghiên cứu có liên quan đến dân trí tài chính đều dùng kiến thức tài chính như một nhân tố quan trọng để thể hiện cho dân trí tài chính (Atkinson & Messy, 2012; Lusardi & cộng sự, 2020; Lusardi & Mitchell, 2014). Các nghiên cứu của Kaiser & cộng sự (2021), Hasan & cộng sự (2021) cho rằng những người có kiến thức tài chính tốt sẽ quản lý chi tiêu tốt hơn, và sẽ không gây ra tình trạng “hoang phí” đối với các cá nhân, mà điển hình là sinh viên. Điều này cũng phù hợp với các nghiên cứu của Michaud & Mitchell (2017) hay Nicolini & cộng sự (2013). Theo đó, nhóm nghiên cứu đưa ra giả thuyết sau:

H1: Kiến thức tài chính có tác động thuận chiều đến quản lý chi tiêu của sinh viên.

Thái độ tài chính

Về cơ bản, các nghiên cứu đồng thuận cho rằng: khi sinh viên có thái độ phù hợp với tiền bạc (như tiết kiệm và đầu tư) thì sẽ quản lý tài chính tốt hơn (Albeerdy & Gharlegghi, 2015; Louw & cộng sự, 2013; Robb & Sharpe, 2009). Nguyên lý của vấn đề này dựa trên ý tưởng: khi có thái độ tích cực thì sẽ ảnh hưởng đến hành vi sử dụng tiền, do đó, sẽ tiêu tiền một cách tốt hơn. Vì thế, nhóm xây dựng giả thuyết sau:

H2: Thái độ tài chính có ảnh hưởng tích cực đến quản lý chi tiêu của sinh viên.

Hành vi tài chính

Nghiên cứu của Scheresberg (2013), Sekar & Gowri (2015) và các nghiên cứu được đề cập ở phần thái độ

tài chính đối với nhóm người trẻ (trong đó có sinh viên), thái độ tài chính có ảnh hưởng tích cực đến vấn đề quản lý chi tiêu, nhất là chi tiêu qua thẻ tín dụng. Theo đó, nhóm nghiên cứu đưa ra giả thuyết sau:

H3: Hành vi tài chính có ảnh hưởng tích cực đến quản lý chi tiêu của sinh viên.

Ảnh hưởng từ cha mẹ

Các nghiên cứu về dân trí tài chính trước đây cũng đã phát hiện những ảnh hưởng từ cha mẹ có tác động đến quản lý chi tiêu của con cái, cụ thể là thông qua trợ cấp bằng tiền cho con và những cuộc trò chuyện cũng như lời dạy, cả rõ ràng hay ẩn ý, có liên quan đến tài chính (Mandell, 2008; Jayaraman & Jambunathan, 2018). Mặc dù vậy, những nghiên cứu chỉ ra ảnh hưởng của yếu tố này còn chưa nhiều và vẫn có những sự mâu thuẫn với nhau, chưa có sự thống nhất cao. Chính vì lẽ đó, trong phạm vi của nghiên cứu này, để làm rõ hơn những ảnh hưởng của cha mẹ đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam, giả thuyết H4 được đề xuất như sau:

H4: Cha mẹ có ảnh hưởng đến quản lý chi tiêu của con cái.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm đưa ra cách đo lường chính xác nhất và chọn lọc ra các nhân tố tác động đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam trong mô hình nghiên cứu, cũng như có những điều chỉnh cần. Phỏng vấn sâu được tiến hành với 11 sinh viên, trong đó xét về năm học có 3 sinh viên năm nhất, 2 sinh viên năm hai, 3 sinh viên năm ba và 3 sinh viên năm bốn; về khu vực học tập và sinh sống, có 4 sinh viên đến từ khu vực Miền Nam, 2 sinh viên khu vực Miền Trung và 5 sinh viên đến từ Miền Bắc. Ngoài ra, chúng tôi còn tiến hành phỏng vấn với 7 chuyên gia nghiên cứu lý thuyết về tài chính nói chung và tài chính cá nhân nói riêng. Các cuộc phỏng vấn được tiến hành trực tiếp hoặc trực tuyến tại trường học, nhà riêng hoặc qua các nền tảng trực tuyến phù hợp như Teams, Google Meet... để đảm bảo tính thoải mái và riêng tư. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài từ 25 - 40 phút. Chúng tôi phỏng vấn các vấn đề liên quan đến đo lường các cấu phần của dân trí tài chính, ảnh hưởng của cha mẹ đến con cái (về quản lý chi tiêu).

Về cơ bản, kết quả nghiên cứu định tính cho thấy cha mẹ có ảnh hưởng tích cực đến quản lý chi tiêu của con cái (ví dụ định hướng chi tiêu). Kết quả phỏng vấn sâu còn giúp hiệu chỉnh bảng hỏi cho phù hợp với đối tượng phỏng vấn.

3.2. Xây dựng bảng hỏi và thang đo

Trong nghiên cứu này, tất cả các thang đo đều được xây dựng trên cơ sở các nghiên cứu trước đó, nổi bật là OECD (2015), OECD (2018), Lusardi & cộng sự (2020) và hiệu chỉnh cho phù hợp với đối tượng là sinh viên Việt Nam sau khi nghiên cứu định tính. Các thang đo được xây dựng dạng Likert 5 cấp độ, trong đó 1 là hoàn toàn không đồng ý, 5 là hoàn toàn đồng ý.

Cụ thể, thang đo Ảnh hưởng của cha mẹ bao gồm 12 chỉ báo, thang đo Kiến thức tài chính bao gồm 8 chỉ báo, thang đo Thái độ tài chính gồm 13 chỉ báo, thang đo Hành vi tài chính có 15 chỉ báo và thang đo Quản lý chi tiêu bao gồm 7 chỉ báo. Công cụ khảo sát được xây dựng dựa trên các chỉ báo đo lường khái niệm trong mô hình. Các câu hỏi trong phiếu được nhóm tác giả đối chiếu nhiều lần nhằm kiểm tra ngữ nghĩa giữa bản gốc tiếng Anh và bản dịch tiếng Việt.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Mẫu nghiên cứu

Sau khi đã hiệu chỉnh thang đo, bảng hỏi được phát trực tiếp và gián tiếp (thông qua google form) đến các sinh viên. Mẫu nghiên cứu được lấy một cách ngẫu nhiên từ nhiều trường đại học thuộc các tỉnh thành khác nhau trong phạm vi Việt Nam. Sau khi tổng hợp bảng hỏi, nghiên cứu thu được 1.384 quan sát, nhưng có 253 quan sát không hợp lệ (do trả lời cùng 1 đáp án, hoặc trả lời không hết các đáp án).

Tổng số quan sát phân tích là 1.131 quan sát, bao gồm 364 nam (32,18%), 761 nữ (67,29%) và 6 từ chối chia sẻ (0,53%). Mẫu tập trung ở sinh viên đại học năm thứ ba, chiếm 44,92%, sau đó sinh viên năm hai chiếm 22,37%. Đối tượng khảo sát là sinh viên, chủ yếu vẫn còn đang đi học, do đó mức thu nhập chủ yếu là dưới 6 triệu một tháng (chiếm 40,41%) và 6 – 8 triệu một tháng (chiếm 28,82%), từ 8 - 10 triệu chiếm 20,51%, còn lại là thu nhập trên 10 triệu. Về tỷ lệ vùng miền, có 62,60% sinh viên đến từ khu vực phía Bắc, 25,55% sinh viên thuộc miền Nam và còn lại 11,85% sinh viên miền Trung. Ngoài ra, sinh viên học khối

ngành kinh tế chiếm tỷ lệ lớn nhất 56,14%, còn lại là 16,62% sinh viên kỹ thuật, 4,86% sinh viên y dược và còn 22,38% sinh viên học các khối ngành khác.

4.2. Kết quả của mô hình

Nghiên cứu này sử dụng phần mềm SPSS 25 và AMOS 20 để xử lý dữ liệu, theo đó, chúng tôi dùng phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố khẳng định và mô hình cấu trúc tuyến tính để giải quyết kết quả của mô hình Trị số KMO theo kết quả của mô hình đạt được là 0,743 chứng tỏ phân tích nhân tố là phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Kiểm định Bartlett's KMO có ý nghĩa thống kê khi giá trị sig = 0,000 < 0,05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

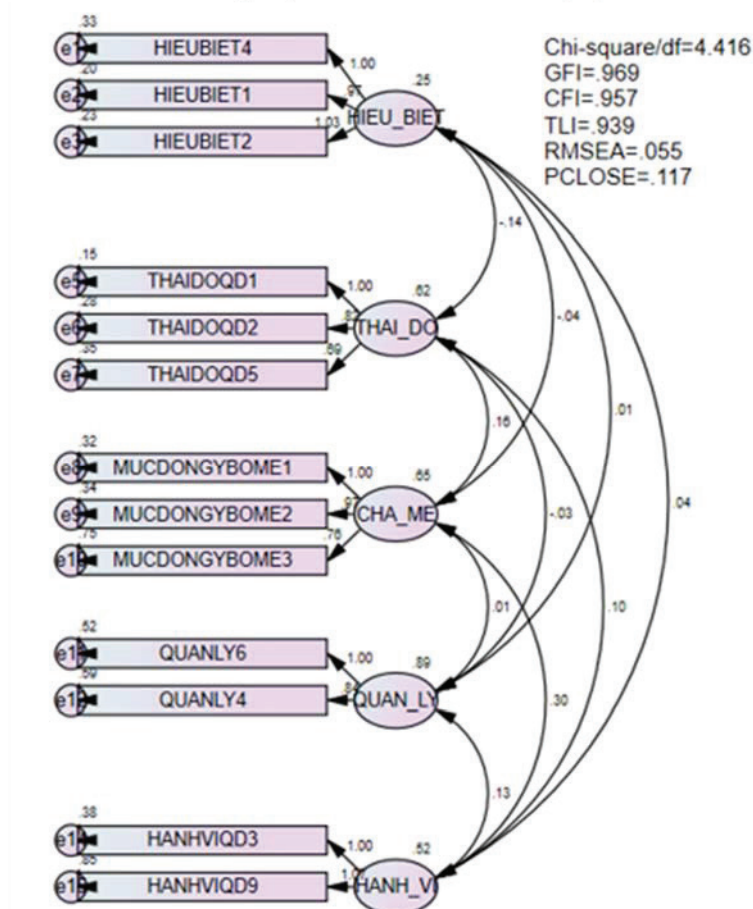
Bảng 1: Hệ số KMO và kiểm định Bartlett's KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.743
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5968.758
	df	120
	Sig.	.000

Nguồn: Tính toán từ SPSS 25

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với 4 nhân tố thành phần được xác định theo lý thuyết với phép quay Varimax cho ta kết quả 4 nhân tố thành phần với ít biến quan sát nhưng có ý nghĩa hơn, cụ thể thang đo Ảnh hưởng của cha mẹ từ 12 chỉ báo còn 5 chỉ báo, thang đo Kiến thức tài chính bao gồm 8 chỉ báo còn

Hình 1: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA



Nguồn: Kết quả tính toán từ SPSS 25 và AMOS 20.

6 chỉ báo, thang đo Thái độ tài chính gồm 13 chỉ báo giảm xuống 4 và thang đo Hành vi tài chính từ 15 xuống còn 3.

Các chỉ báo đều có hệ số tải “Factor loading” $> 0,5$; điều này cho biết các biến quan sát đều đạt độ giá trị, độ phù hợp, có ý nghĩa thống kê trong phân tích nhân tố và đủ tin cậy giải thích cho biến tổng. Tổng phương sai trích đạt giá trị giải thích bằng 56,962 nên 56,962% sự thay đổi của các biến thành phần (của các nhân tố) được giải thích bởi các biến quan sát.

Sau khi hoàn thành phép quay Varimax, tác giả tiến hành phép quay Promax giữa 4 nhân tố độc lập với nhân tố phụ thuộc là Quản lý chi tiêu. Sau khi thực hiện phân tích phương sai trích, các chỉ báo cho 4 nhân tố thành phần tiếp tục được rút gọn: nhân tố Ảnh hưởng của cha mẹ còn 3 chỉ báo, nhân tố Kiến thức tài chính còn 4 chỉ báo, Thái độ tài chính còn 3 chỉ báo, nhân tố Hành vi tài chính còn 3 chỉ báo và Quản lý chi tiêu từ 5 còn 3 quan sát. Gần như các chỉ số “Factor Loading” của các quan sát đều $> 0,5$, duy nhất chỉ số “Factor Loading” của biến quan sát QUANLY3 có giá trị $0,496 < 0,5$, tuy nhiên giá trị này vẫn lớn hơn 0,3 và chỉ nhỏ hơn 0,5 không đáng kể, do vậy mà có thể khẳng định các biến đều có ý nghĩa thống kê tốt.

Về kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA, giá trị Estimate của biến QUANLY3 có giá trị $0,486 < 0,5$, do vậy loại được biến quan sát này khỏi mô hình. Sau khi tính toán Độ tin cậy tổng hợp CR, nhận thấy tất cả các biến quan sát đều có độ tin cậy tổng hợp đạt yêu cầu $> 0,5$, ngoài ra với các hệ số CR $> 0,8$ cho thấy tính đồng hướng rất cao của các biến quan sát trong cùng một nhân tố; nhóm nghiên cứu tiếp tục tính Phương sai trích AVE. Tại đây, nhóm nghiên cứu tiếp tục loại thêm hai biến quan sát có AVE $< 0,5$ là HIEUBIET5 và HANHVIQD8.

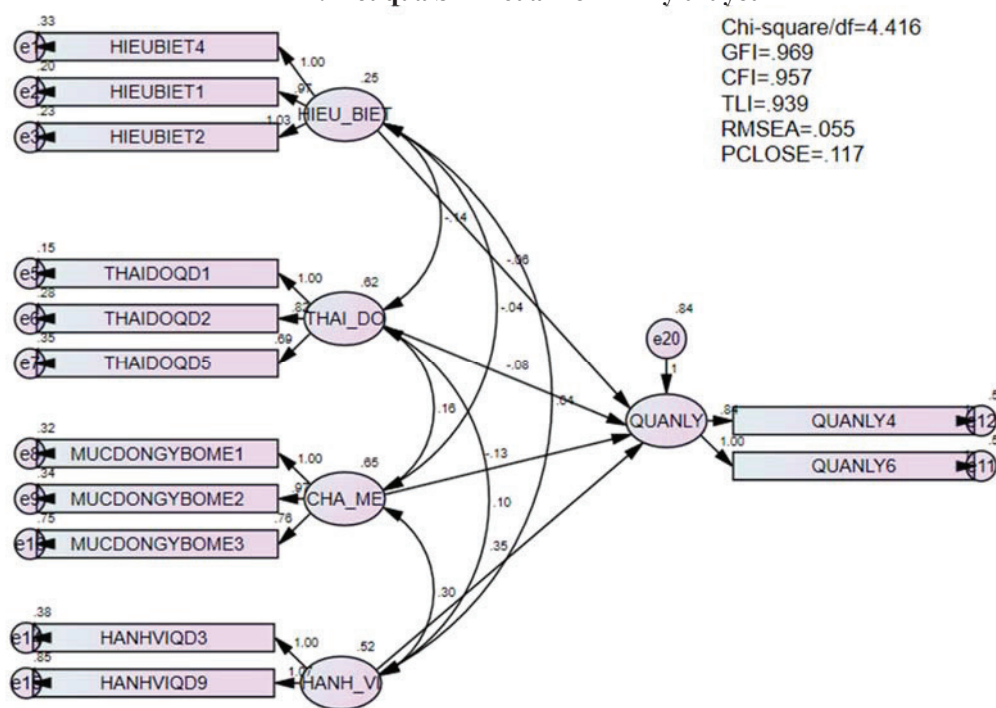
Các nhân tố đều có hệ số tin cậy đạt yêu cầu (CR $> 0,5$). Với các hệ số CR $> 0,8$ cho thấy tính đồng hướng rất cao của các biến quan sát trong cùng một nhân tố.

Giá trị hội tụ: các hệ số phương sai trích (AVE) dao động trong khoảng từ 49,7% đến 61,9%, chứng tỏ sự thay đổi của các biến quan sát giải thích được trên 49,7% sự thay đổi của biến tiềm ẩn. Tuy nhỏ hơn 0,5 nhưng các giá trị này vẫn nằm trong giá trị có thể chấp nhận được (Hair & cộng sự, 2016).

Kết quả của mô hình được thể hiện như Hình 2. Kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình cho thấy mô hình khá phù hợp cho phân tích (CMIN/ DF < 5 ; GFI, TLI, CFI $> 0,9$; RMSEA $< 0,06$ và PCLOSE $> 0,05$).

Quản lý chi tiêu được đánh giá bởi 4 nhân tố thành phần, đó là kiến thức tài chính, thái độ tài chính, hành

Hình 2: Kết quả SEM của mô hình lý thuyết



Nguồn: Kết quả tính toán từ SPSS 25 và AMOS 20.

vi tài chính và ảnh hưởng của cha mẹ. Nhóm nghiên cứu đã sử dụng phân tích SEM để xem xét tính hiệu quả của việc đánh giá này.

Mối quan hệ giữa quản lý chi tiêu và các biến độc lập được trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2: Kết quả của mô hình

Mối quan hệ		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	P - value	Các tiêu chí mô hình
Quản lý chi tiêu	← Kiến thức tài chính	0,003	0,955	Chi – square/ df = 4,744 GFI = 0,949 CFI = 0,942 RMSEA = 0,058
Quản lý chi tiêu	← Thái độ tài chính	0,105	0,036	
Quản lý chi tiêu	← Hành vi tài chính	0,201	0,000	
Quản lý chi tiêu	← Ảnh hưởng từ cha mẹ	0,060	0,220	

Nguồn: Tổng hợp từ SPSS25 và AMOS20.

Kết quả Regression Weights cho thấy các yếu tố Hành vi tài chính và Ảnh hưởng của cha mẹ phản ánh Quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam, hay nói cách khác, mối quan hệ giữa yếu tố hành vi tài chính và Ảnh hưởng từ cha mẹ đến Quản lý chi tiêu là các mối quan hệ có ý nghĩa; ngược lại Kiến thức tài chính và Thái độ tài chính lại không có sự tác động lên Quản lý chi tiêu của sinh viên. Do vậy, có thể bác bỏ được các giả thuyết H1 và H2 đã đặt ra khi xây dựng mô hình. Trong hai biến có tác động thì tác động của Hành vi tài chính lớn hơn tác động của nhân tố Ảnh hưởng từ cha mẹ, đồng thời hai biến độc lập này tác động lên 52% sự biến thiên của Quản lý chi tiêu. Ngoài ra trong nhóm các nhân tố đo lường Thái độ tài chính, chỉ báo THAIDOQD1 (nhân tố thể hiện quan điểm của người được hỏi với việc nhận định về cách quản lý tiền) có ảnh hưởng quan trọng nhất đến quản lý chi tiêu, mức độ quan trọng của các nhân tố còn lại lần lượt là THAIDOQD2 (nhân tố thể hiện sự đánh giá tầm quan trọng của việc kiểm soát chi tiêu) và THAIDOQD5 (sự đánh giá của người được hỏi về trách nhiệm hoàn trả khi vay nợ). Đối với các nhân tố thuộc yếu tố Ảnh hưởng của cha mẹ, mức độ giải thích của các nhân tố theo thứ tự giảm dần là MUCDONGYBOME1 (thể hiện quan điểm của người hỏi về việc được bố mẹ hướng dẫn quản lý tài chính khi còn bé), MUCDONGYBOME2 (về việc được bố mẹ dạy cho cách tiêu tiền thông minh) và cuối cùng là MUCDONGYBOME3 (về việc người hỏi được bố mẹ cho chịu trách nhiệm về chi tiêu từ khi còn học phổ thông). Điều này cho thấy rằng, với sinh viên Việt Nam, thái độ và quan điểm đối với việc quản lý dòng tiền, quản lý chi tiêu nói riêng và quản lý tài chính nói chung đóng vai trò quan trọng trong việc tác động đến hành vi quản lý chi tiêu của họ.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Dựa trên kết quả nghiên cứu của mô hình, có thể thấy đối với sinh viên Việt Nam, hai yếu tố có tác động đến hành vi quản lý chi tiêu là Ảnh hưởng của cha mẹ và Hành vi tài chính, vì vậy nhóm tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm cải thiện hai yếu tố này, từ đó làm tăng hiệu quả quản lý chi tiêu. Một điều lý thú trong nghiên cứu này là dân trí tài chính – thể hiện qua thái độ tài chính – có ảnh hưởng tích cực lên quản lý chi tiêu của sinh viên, trong khi đó kiến thức tài chính và hành vi tài chính lại không có ý nghĩa. Kết quả này ngược với các nghiên cứu của Scheresberg (2013), Sekar & Gowri (2015), Kaiser & cộng sự (2021), Hasan & cộng sự (2021). Nguyên nhân của vấn đề kiến thức tài chính không ảnh hưởng đến quản lý chi tiêu là do sinh viên hoàn toàn có thể tính toán được mức chi phí hay lợi ích của mình bỏ ra khi chi tiêu hàng hóa hay dịch vụ nào đó. Điều này có nghĩa là sinh viên hoàn toàn biết việc mình làm có lợi hay có hại, nhưng dường như số tiền chi tiêu hay phải quản lý đa phần không do mình làm ra, nên không cần quan tâm đến hành vi của mình. Dường như đây là một điểm khác biệt của sinh viên Việt Nam so với các sinh viên khác trên thế giới. Do chỉ có 2 biến có ý nghĩa thống kê, nên bài viết tập trung vào 2 vấn đề này.

5.1. Thái độ tài chính

Đây là một vấn đề vô cùng quan trọng trong việc hình thành nên hành vi tài chính, mà cụ thể ở đây là hành vi quản lý chi tiêu. Do vậy, nhằm thúc đẩy các vấn đề liên quan đến thái độ tài chính, có thể thực hiện các việc sau đây:

Thứ nhất, đẩy mạnh công tác thông tin, truyền thông về tầm quan trọng của việc nâng cao dân trí tài chính đối với sinh viên. Các nhà hoạch định chính sách nên phát huy sức mạnh của phương tiện hình ảnh, âm thanh trực tiếp thông qua băng rôn và hệ thống phát thanh, với những thông điệp ngắn gọn, dễ hiểu và mở rộng hơn nữa các kênh truyền thông hiện đại gần gũi với giới trẻ như mạng xã hội... về các thông tin, tin tức tài

chính. Ngoài ra, việc tăng cường truyền thông tại trường học cũng giúp sinh viên tiếp cận tốt hơn với các sản phẩm và dịch vụ tài chính mới, từ đó nâng cao kiến thức tài chính và thay đổi thái độ của người dân đối với những sản phẩm mới này.

Thứ hai, chú trọng vào tính hiệu quả và dễ sử dụng khi xây dựng các chương trình, sản phẩm tài chính. Tập trung đa dạng hóa các dịch vụ, sản phẩm tài chính cho các đối tượng sinh viên có trình độ dân trí tài chính khác nhau tại Việt Nam.

Thứ ba, chú trọng đến vấn đề đào tạo về tài chính cá nhân, ví dụ như giáo dục tài chính. Phần này đã được đề cập trong khá nhiều các nghiên cứu của Khúc Thế Anh (2020), Đinh Thị Thanh Vân & Nguyễn Đăng Tuệ (2018)... Đối với sinh viên, nghiên cứu cho rằng cần phải bổ sung môn học Tài chính Cá nhân vào chương trình học. Hiện tại, các trường có giảng dạy vấn đề này không nhiều. Thậm chí, so sánh với các chương trình ngành Tài chính Ngân hàng, thời lượng dành cho tài chính cá nhân (nếu có) cũng chiếm chỉ khoảng 5% tổng số học phần chuyên ngành. Đây là điều khó phù hợp với tài chính hiện đại, khi đa phần các nước trên thế giới lại tập trung giáo dục tài chính từ cấp 3.

5.2. Ảnh hưởng từ cha mẹ

Kết quả từ mô hình SEM cho thấy ảnh hưởng của cha mẹ đóng vai trò quan trọng trong việc tác động đến quản lý chi tiêu của con cái, đặc biệt dưới góc độ giáo dục về tài chính tại gia đình cũng như việc cho con cái sớm được làm chủ hành vi tài chính. Từ đây, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp giúp tăng cường vai trò tác động của cha mẹ như sau:

Thứ nhất, tương tự với vấn đề Thái độ tài chính, để có thể gia tăng ảnh hưởng của cha mẹ thì cần phải tăng cường giáo dục, tuyên truyền để các bậc cha mẹ nhận thức được tầm quan trọng của mình trong việc giáo dục, định hình hành vi cho con cái, nhất là những hành vi liên quan đến tài chính, để từ đó có sự điều chỉnh biện pháp giáo dục tài chính trong gia đình một cách phù hợp với từng cá nhân, linh hoạt với điều kiện phát triển kinh tế xã hội, đồng thời gắn gũi với con cái. Thêm vào đó, để cha mẹ có thể giáo dục, hướng dẫn con cái quản lý chi tiêu tốt thì cũng cần nâng cao dân trí tài chính cũng như hành vi quản lý tài chính của những đối tượng này, thông qua các kênh phổ biến và dễ tiếp cận như cơ quan, trường học, các phương tiện thông tin đại chúng.

Thứ hai, cần thúc đẩy việc thay đổi quan điểm của các bậc phụ huynh về vấn đề giáo dục tài chính cho con. Nếu như trước đây, cha mẹ thường né tránh việc này, cho rằng điều đó không cần thiết, hay nghĩ rằng nó sẽ có những tác động xấu đến sự phát triển của con nếu như con biết tiêu tiền/ kiếm tiền sớm, hay cho con tự mua sắm, tự chi tiêu; nếu vậy thì dù có tuyên truyền, giáo dục cho cha mẹ những kiến thức cần thiết, thì những tác động thực sự đến con cái họ cũng không rõ ràng. Trong điều kiện kinh tế ngày càng phát triển và hội nhập, thì quan điểm giáo dục tài chính của cha mẹ cũng cần cởi mở hơn để từ đó, con cái có thể sớm được tiếp cận và có ý thức hơn với tiền bạc, dẫn đến những hành vi quản lý tích cực hơn về sau này.

Như vậy, dân trí tài chính là một lĩnh vực mới, chưa được phát triển nhiều trong các nghiên cứu tại Việt Nam. Nghiên cứu này cho thấy rằng Ảnh hưởng của cha mẹ và Hành vi tài chính là các yếu tố có tác động đến quản lý chi tiêu của sinh viên, đồng thời hai cấu phần còn lại của dân trí tài chính là Thái độ tài chính, Kiến thức tài chính, cùng với các yếu tố nhân khẩu học, yếu tố về tham gia khóa học tài chính, sử dụng dịch vụ ngân hàng không có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc này. Đây có thể nói là một trong những phát hiện mà nghiên cứu bổ sung vào khoảng trống là tập trung liên kết được 3 cấu phần của dân trí tài chính để giải thích cho một hành vi cụ thể; đồng thời nghiên cứu trên đối tượng là sinh viên Việt Nam – nhóm đối tượng có nhiều sự khác biệt so với sinh viên các nước khác trên thế giới vốn chưa được nhiều nghiên cứu hướng đến.

Nghiên cứu này cũng thừa nhận một số hạn chế như sau. Thứ nhất, các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý chi tiêu của sinh viên có khá nhiều, nhưng bài viết này lại chỉ tiếp cận trên góc độ dân trí tài chính. Do vậy, trong thời gian tới, một hướng phát triển phù hợp là bổ sung các ý tưởng khác nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng. Thứ hai, các giả thuyết trong bài đều ảnh hưởng trực tiếp đến quản lý chi tiêu của sinh viên. Bản thân chúng tôi cũng nhận thấy một số nghiên cứu khác có sử dụng biến điều tiết hoặc kiểm soát (năm học, ngành học, trải nghiệm của sinh viên...) để đánh giá chiều hướng tác động. Trong thời gian tới, tác giả sẽ bổ sung vấn đề này.

Tài liệu tham khảo

- ADB, A. D. B. (2017), *Microfinance*, ADB. Truy cập lần cuối 15/10/2019 tại <<http://www.adb.org/sectors/finance/microfinance>>.
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Albeerdy, M. I. & Gharlegghi, B. (2015), 'Determinants of the financial literacy among college students in Malaysia', *International Journal of Business Administration*, 6(3), 15-24.
- Atkinson, A. & Messy, F.-A. (2012), *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/ International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, OECD Publishing,
- Đinh Thị Thanh Vân & Nguyễn Đăng Tuệ (2018), *Quản lý tài chính cá nhân và khởi nghiệp*, Nhà xuất bản Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội.
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2016), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, Sage publications,
- Hasan, M., Le, T. & Hoque, A. (2021), 'How does financial literacy impact on inclusive finance?', *Financial Innovation*, 7(1), 1-23.
- Herdjiono, I. & Damanik, L. A. (2016), 'Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior', *Journal of Theory Applied Management*, 9(3), 226 - 241.
- Jayaraman, J. & Jambunathan, S. (2018), 'Financial literacy among high school students: Evidence from India', *Citizenship, Social and Economics Education*, 17(3), 168-187.
- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L. & Urban, C. (2021), 'Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors', *Journal of Financial Economics*, Retrieved at <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304405X21004281>.
- Khúc Thế Anh (2020), 'Dân trí tài chính của người nghèo tại khu vực nông thôn Việt Nam', Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Louw, J., Fouché, J. & Oberholzer, M. (2013), 'Financial literacy needs of South African third-year university students', *International Business Economics Research Journal*, 12(4), 439-450.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S. & Vilsa, C. (2010), 'Financial literacy among the young', *Journal of consumer affairs*, 44(2), 358-380.
- Lusardi, A., Michaud, P.-C. & Mitchell, O. S. (2011), 'Optimal financial literacy and saving for retirement', Wharton School Pension Research Council Working Paper WP2011-20,
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2014), 'The economic importance of financial literacy: Theory and evidence', *Journal of economic literature*, 52(1), 5-44.
- Lusardi, A., Michaud, P.-C. & Mitchell, O. S. (2017), 'Optimal financial knowledge and wealth inequality', *Journal of political Economy*, 125(2), 431-477.
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2017), 'How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness', *Quarterly Journal of Finance*, 7(03), 1750008-1750001 - 1750008-1750031.
- Lusardi, A. (2019), 'Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications', *Swiss Journal of Economics Statistics*, 155(1), 1-8.
- Lusardi, A., Michaud, P.-C. & Mitchell, O. S. (2020), 'Assessing the impact of financial education programs: A quantitative model', *Economics of Education Review*, 78, 1-13.
- Lusardi, A., Hasler, A. & Yakoboski, P. J. (2021), 'Building up financial literacy and financial resilience', *Mind & Society*, 20(2), 181 - 187.
- Mandell, L. (2008), *The financial literacy of young American adults: Results of the 2008 National Jump \$tart Coalition survey of high school seniors and college students*, Jump\$tart Coalition, Washington, DC.
- Michaud, P.-C. & Mitchell, O. S. (2017), 'Optimal financial literacy and wealth inequality', *Journal of political Economy*, 125(2), 431-477.
- Nicolini, G., Cude, B. J. & Chatterjee, S. (2013), 'Financial literacy: A comparative study across four countries',

International journal of consumer studies, 37(6), 689-705.

OECD (2013), *Improving financial education effectiveness through behavioural economics: OECD key findings and way forward*, OECD Publishing,

OECD (2015), *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*, OECD Publishing,

OECD (2018), *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*, OECD Publishing,

Potrich, A. C. G., Vieira, K. M. & Kirch, G. (2015), 'Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables', *Revista Contabilidade Finanças*, 26(69), 362-377.

Rai, K., Dua, S. & Yadav, M. (2019), 'Association of financial attitude, financial behaviour and financial knowledge towards financial literacy: A structural equation modeling approach', *FIIIB Business Review*, 8(1), 51-60.

Robb, C. A. & Sharpe, D. L. (2009), 'Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior', *Journal of Financial Counseling Planning*, 20(1), 25-43.

Scheresberg, C. B. (2013), 'Financial literacy and financial behavior among young adults: Evidence and implications', *Numeracy*, 6(2), 1-21.

Sekar, M. & Gowri, M. (2015), 'A study on financial literacy and its determinants among generation Y employees in Coimbatore city', *Great Lakes Herald*, 9(1), 35-45.

Thomas, B. & Subhashree, P. (2020), 'Factors that influence the financial literacy among engineering students', *Procedia Computer Science*, 172, 480-487.

Xiao, J. J. (2008), 'Applying behavior theories to financial behavior', In *Handbook of consumer finance research*, Springer, trang 69-81.

Yong, C.-C., Yew, S.-Y. & Wee, C.-K. (2018), 'Financial knowledge, attitude and behaviour of young working adults in Malaysia', *Institutions and Economies*, 10(4), 21 - 48.

TÁC ĐỘNG CỦA TỶ LỆ CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG TỚI HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC QUỸ ĐẦU TƯ CỔ PHIẾU DẠNG MỞ TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Nguyễn Hồng Nga

Đại học Thăng Long

Email: hongnga205@gmail.com

Nguyễn Thị Thu Trang

Đại học Thăng Long

Email: thutrang.tlu@gmail.com

Mã bài: JED – 706

Ngày nhận bài: 02/06/2022

Ngày nhận bài sửa: 21/10/2022

Ngày duyệt đăng: 14/11/2022

Tóm tắt

Quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở đang ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán. Với mục tiêu xem xét tác động của yếu tố tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả của các quỹ mở cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam, nhóm tác giả thu thập dữ liệu của 11 quỹ mở cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Việt Nam theo tháng trong giai đoạn 2018-2021. Nghiên cứu sử dụng phương pháp ước lượng dữ liệu bảng với phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất (Pooled OLS), tác động cố định (FE), tác động ngẫu nhiên (RE) và kết quả cho thấy các quỹ có tỷ lệ chi phí hoạt động thấp thì có hiệu quả cao. Do vậy, tỷ lệ chi phí hoạt động được coi là một trong những yếu tố quan trọng cần xem xét khi các nhà đầu tư lựa chọn đầu tư vào quỹ đầu tư cổ phiếu trên thị trường.

Từ khóa: Tỷ lệ chi phí hoạt động, Hiệu quả hoạt động của quỹ, Quỹ mở, Quỹ cổ phiếu.

Mã JEL: G23

Effect of expense ratio on equity open-ended fund performance on Vietnam stock market Abstract

Equity Open-ended funds are becoming more and more attractive to investors on the stock market. With monthly data of 11 equity open-ended funds on the Vietnam stock market in the period 2018-2021, this paper examines the effect of expense ratio on their performance. The study utilizes panel data analysis: Pooled Ordinary Least Square (Pooled OLS), Fixed effect (FE), Random effect (RE) and finds that funds with low expense ratio are highly effective. Therefore, the expense ratio is one of the important factors to consider when investors choose their investment portfolio.

Keywords: Expense ratio, Fund performance, Open-ended fund, Equity fund.

JEL Code: G23

1. Giới thiệu

Thị trường chứng khoán Việt Nam trải qua 25 năm hình thành và phát triển đã có những bước phát triển mạnh mẽ về quy mô, ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc huy động và phân bổ vốn trung và dài hạn trong nền kinh tế. Theo thống kê của Ủy ban chứng khoán Nhà nước, tính đến cuối năm 2021, tổng vốn hóa thị trường đạt hơn 9,3 triệu tỉ VND, tương đương 149,84% GDP, tính riêng vốn hóa thị trường cổ phiếu đã tăng mạnh, đạt hơn 7,7 triệu tỉ VND, đạt xấp xỉ 123% GDP, đạt được kỳ vọng sớm hơn 4 năm theo quyết định 242/QĐ-TTg. Thị trường chứng khoán Việt Nam đã phát triển đa dạng các loại chứng khoán để đưa vào giao dịch ngoài cổ phiếu, trái phiếu thì còn có chứng chỉ quỹ, chứng khoán phái sinh... nguồn hàng hóa phong phú của thị trường chứng khoán là một trong những yếu tố quan trọng giúp thu hút các nhà đầu tư trên thị trường. Số lượng các quỹ đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam cũng tăng đáng kể từ khi

xuất hiện năm 2003, đến nay đã phát triển 70 quỹ đầu tư trên thị trường với giá trị tài sản ròng ước đạt hơn 100 nghìn tỷ VND.

Việc hình thành và phát triển quỹ đầu tư chứng khoán góp phần quan trọng cho sự phát triển bền vững thị trường chứng khoán. Ngành quản lý quỹ tại Việt Nam bắt đầu hình thành từ năm 2003 với sự ra đời của công ty Liên doanh quản lý quỹ đầu tư Việt Nam, đánh dấu sự ra đời của một loại hình tổ chức kinh doanh chứng khoán mới trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Sau gần 20 năm hình thành và phát triển, ngành quản lý quỹ đã có sự tăng trưởng mạnh cả về số lượng quỹ, quy mô tài sản quản lý, cũng như loại hình quỹ đầu tư. Năm 2021 mặc dù chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, song tổng giá trị giao dịch của quỹ mở đã tăng 27% so với cùng kỳ năm 2020, đạt 33.176 tỷ VND; tổng giá trị tài sản ròng (NAV) tăng 21% so với năm 2020. Thực tiễn cho thấy tầm quan trọng của các nhà đầu tư tổ chức đối với sự phát triển ổn định và bền vững của thị trường tài chính nói chung và thị trường chứng khoán nói riêng, trong đó quỹ đầu tư chứng khoán là một nhà đầu tư tổ chức giữ vai trò quan trọng. Đặc biệt loại hình quỹ đầu tư dạng mở đang chiếm ưu thế trong tổng số lượng quỹ đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam bởi những ưu điểm của loại hình quỹ này như được quản lý đầu tư chuyên nghiệp bởi đội ngũ quản lý quỹ có trình độ cao và kỹ năng quản lý giỏi; tài sản của quỹ được đa dạng hóa đầu tư vào các loại chứng khoán khác nhau do lợi thế về quy mô vốn giúp cân bằng giữa lợi nhuận và rủi ro; tính thanh khoản cao vì chứng chỉ quỹ được mua lại bởi các quỹ đầu tư, tính minh bạch cao theo cơ chế công bố thông tin định kỳ và đột xuất. Việc nghiên cứu hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư chứng khoán dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam trở nên cấp thiết để có thể đánh giá tình hình hoạt động trong thời gian vừa qua của các quỹ đầu tư, và quan trọng hơn nữa là có những bước đi thích hợp để phát triển ngành quỹ của Việt Nam trong thời gian tới.

Với dữ liệu được thu thập theo tháng của các quỹ cổ phiếu dạng mở trong nước hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ tháng 01/2018 – 12/2021, bài báo sẽ tổng quan về sự phát triển ngành quỹ nói chung và các quỹ cổ phiếu dạng mở nói riêng trên thị trường chứng khoán Việt Nam, đánh giá mức độ tác động của nhân tố tỷ lệ chi phí hoạt động đến hiệu quả hoạt động của các quỹ mở, từ đó đưa ra khuyến nghị đối với các nhà quản lý quỹ có những giải pháp thích hợp để nâng cao hiệu quả hoạt động của quỹ, góp phần phát triển ngành quỹ Việt Nam theo kịp trình độ phát triển của thị trường chứng khoán và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Tổng quan nghiên cứu

Ngành quỹ rất phát triển trên thế giới, đặc biệt là ở Mỹ với gần 8.000 quỹ hoạt động. Vì vậy các nghiên cứu về quỹ đầu tư được công bố nhiều trên các bài báo, tạp chí với hướng nghiên cứu các nhân tố tác động đến hiệu quả của quỹ, trong đó nhiều nhà nghiên cứu xem xét tác động từ các nhân tố thuộc quỹ, các nhân tố liên quan đến nhà quản lý quỹ, các nhân tố thuộc về yếu tố vĩ mô, tình hình phát triển của thị trường... Các quỹ được nghiên cứu nhiều trên thế giới đa phần là các quỹ cổ phiếu dạng mở. Một số nhân tố được chứng minh là có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động của quỹ như tỷ lệ chi phí hoạt động (Expense), Tốc độ vòng quay danh mục (Turnover), Phí giao dịch chứng chỉ quỹ (Load fee), Thời gian hoạt động của quỹ (Fund age), Quy mô quỹ (Fund size).

2.1. Tỷ lệ chi phí hoạt động (Expense)

Tác động của tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư là vấn đề được giới học thuật quan tâm và đã có rất nhiều các nghiên cứu công bố kết quả liên quan tới mối quan hệ này. Một loạt các nghiên cứu trên thế giới chỉ ra rằng hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư có tương quan ngược chiều với chi phí của quỹ. Nghiên cứu của Carhart (1997) với dữ liệu tháng của tất cả các quỹ cổ phiếu ở Mỹ từ tháng 01/1962 – 12/1993 chỉ ra rằng tỷ lệ chi phí có tác động âm khá mạnh đến hiệu quả hoạt động của quỹ. Tương tự nghiên cứu với các quỹ đầu tư chứng khoán Mỹ thì các tác giả Sharpe (1966), Ippolito (1989), Elton & cộng sự (1993), Gruber (1996), Malkiel (1995), Golec (1996), Dellva & Olson (1998) cũng chỉ ra mối quan hệ ngược chiều giữa tỷ lệ chi phí với hiệu quả của quỹ. Nghiên cứu được thực hiện với 506 quỹ đầu tư ở 5 nước châu Âu của tác giả Otten & Bams (2002) cũng cho kết quả tương tự, hay tác giả Dahlquist & cộng sự (2000) chứng minh tỷ lệ chi phí hoạt động tác động tiêu cực tới hiệu quả hoạt động của quỹ Thụy Điển. Babalos & cộng sự (2009) nghiên cứu dựa trên dữ liệu các quỹ cổ phiếu Hy Lạp trong giai đoạn 2000-2006 để đánh giá yếu tố tác động tới hiệu quả hoạt động của quỹ theo thước đo tăng trưởng giá trị tài sản ròng (NAV) và cho kết quả tác động tiêu cực giữa tỷ lệ chi phí tới hiệu quả hoạt động của các quỹ cổ phiếu Hy Lạp. Tương tự kết quả này cũng được tìm thấy trong các nghiên cứu khác của Indro & cộng sự (1999); Jan & Hung (2003), Prather & cộng sự (2004); Gil-Bazo & Ruiz-VerdÚ (2009), Ferreira & cộng sự (2013).

Trái ngược với kết luận trên thì trong nghiên cứu Droms & Walker (1996) với dữ liệu 151 quỹ cổ phiếu trên thị trường chứng khoán Mỹ trong giai đoạn 1971-1990, tác giả chứng minh rằng quỹ có tỷ lệ chi phí cao thì có hiệu quả cao. Tương tự trong nghiên cứu của Nazir & Nawaz (2010), Shukla (2004), Rehman & Baloch (2016), Rao & cộng sự (2017) chứng minh rằng tỷ lệ chi phí tác động thuận chiều tới hiệu quả hoạt động của quỹ.

Bên cạnh đó thì một số nghiên cứu chỉ ra rằng không tồn tại mối quan hệ giữa tỷ lệ chi phí hoạt động với hiệu quả của quỹ như nghiên cứu của Bechmann & Rangvid (2007) dựa trên dữ liệu các quỹ ở thị trường Đan Mạch. Một số nghiên cứu khác cũng cho kết quả tương tự như trong nghiên cứu của Barber & cộng sự (2005), Garyn-Tal (2015).

Như vậy, thông qua các nghiên cứu được công bố có thể thấy hầu hết trên các thị trường chứng khoán đều tìm thấy mối quan hệ giữa tỷ lệ chi phí hoạt động và hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư chứng khoán, trong đó đa phần các nghiên cứu thể hiện mối quan hệ ngược chiều giữa tỷ lệ chi phí hoạt động và hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư chứng khoán, đây cũng chính là mục tiêu mà bài báo nghiên cứu thực nghiệm trên thị trường chứng khoán Việt Nam với dữ liệu của các quỹ mở cổ phiếu.

2.2. Tốc độ vòng quay danh mục (Turnover)

Một nhân tố cũng được nhiều tác giả đưa vào nghiên cứu của mình, đó là biến Tốc độ vòng quay danh mục (turnover) được chỉ ra là tương quan âm với hiệu quả hoạt động của quỹ (Malkiel, 1995), (Carhart, 1997), (Indro & cộng sự, 1999). Nhưng trái ngược với kết luận này thì trong nghiên cứu của Grinblatt & Titman (1994), Wermers (2000), Kaur (2018) lại chứng minh rằng giữa turnover và hiệu quả hoạt động của quỹ có mối quan hệ thuận chiều. Ippolito (1989), Droms & Walker (1996) thì không tìm thấy mối quan hệ giữa hai biến này.

2.3. Phí giao dịch chứng chỉ quỹ (Load fees)

Biến phí giao dịch chứng chỉ quỹ (load fees) tác động âm đến hiệu quả hoạt động của quỹ theo nghiên cứu của nhiều tác giả (Prather & cộng sự, 2004; Dellva & Olson, 1998; Elton, & cộng sự, 1993; Golec, 1996). Bên cạnh đó thì cũng có những nghiên cứu chỉ ra rằng phí giao dịch chứng chỉ quỹ không tác động đến hiệu quả hoạt động của quỹ như trong nghiên cứu của Volkman & Wohar (1995), Garyn-Tal (2015).

2.4. Quy mô quỹ (Fund size)

Volkman & Wohar (1995) trong nghiên cứu dữ liệu của 332 quỹ giai đoạn 1980-1989 tiến hành phân chia các quỹ theo quy mô, và chứng minh rằng các quỹ có quy mô nhỏ đến vừa không tìm thấy bằng chứng có tác động đến hiệu quả hoạt động của quỹ, các quỹ quy mô lớn tác động âm đến hiệu quả của quỹ nhưng không có ý nghĩa thống kê, như vậy hàm ý rằng quỹ có quy mô trở lên lớn sẽ không có hiệu quả. Một số nghiên cứu của Grinblatt & Titman (1994), Droms & Walker (1996) không tìm thấy mối quan hệ giữa hai biến này.

2.5. Thời gian hoạt động của quỹ (Fund age)

Thời gian hoạt động của quỹ có tác động như thế nào tới hiệu quả hoạt động của quỹ cũng được nhiều nghiên cứu xem xét. Rao & cộng sự (2017) nghiên cứu hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư ở Trung Quốc đưa ra kết luận rằng thời gian hoạt động có tác động thuận chiều đến hiệu quả của quỹ. Trái ngược với kết luận này là nghiên cứu của Prather & cộng sự (2004), Fang & Wang (2015) chỉ ra các quỹ hoạt động lâu lại có hiệu quả không cao. Tuy nhiên mối quan hệ giữa thời gian hoạt động với hiệu quả của quỹ không được tìm thấy trong các quỹ ở Mỹ với nghiên cứu của Grinblatt & Titman (1994), Carhart (1997).

Các nghiên cứu ở Việt Nam về quỹ đầu tư còn khá khiêm tốn, mới chỉ dừng lại ở việc nghiên cứu về vấn đề quản lý quỹ đầu tư chứng khoán dưới góc độ quy định pháp luật như nghiên cứu “Quản lý, giám sát Quỹ đầu tư chứng khoán ở Việt Nam hiện nay” (Nguyễn Phương Thảo, 2019) đưa ra những giải pháp hoàn thiện các quy định pháp luật về quản lý và giám sát Quỹ đầu tư chứng khoán nhằm bảo vệ quyền lợi của nhà đầu tư trên cơ sở nêu một số điểm bất cập trong quy định hiện nay, như tồn tại vốn pháp định của công ty quản lý quỹ còn nhỏ hơn so với quỹ đầu tư là chưa hợp lý, hay ngân hàng giám sát do công ty quản lý quỹ lựa chọn ở giai đoạn đầu khi thành lập quỹ, điều này sẽ ảnh hưởng đến quyền lợi của các nhà đầu tư.

Nghiên cứu gần đây được thực hiện bởi 2 tác giả Nguyen & Nguyen (2019) đã tiến hành xem xét mối quan hệ giữa các biến số thể hiện sự phát triển kinh tế và các biến thuộc quỹ có tác động như thế nào đến hiệu quả hoạt động của quỹ; kết quả cho thấy có mối quan hệ thuận chiều giữa kinh tế vĩ mô và hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư, với các biến thuộc quỹ thì không tìm thấy mối quan hệ giữa quy mô quỹ và

hiệu quả hoạt động của quỹ, và quỹ thụ động hoạt động hiệu quả hơn quỹ chủ động.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu lựa chọn phương pháp ước lượng dữ liệu bảng với phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất (Pooled OLS), tác động cố định (FE), tác động ngẫu nhiên (RE), tác giả thu thập dữ liệu theo tháng của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam thông qua các báo cáo hoạt động đầu tư tháng được công bố trên trang web chính thức của các công ty quản lý quỹ, giai đoạn từ tháng 01/2018 đến tháng 12/2021.

3.2. Đo lường các biến nghiên cứu

3.2.1. Hiệu quả hoạt động của quỹ cổ phiếu dạng mở

Rit – biến đo lường hiệu quả hoạt động của quỹ

Bài nghiên cứu này sử dụng mức tăng trưởng giá trị tài sản ròng NAV của quỹ để đo lường hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam, tương tự với nghiên cứu Babalos & cộng sự (2009), Hoa & Dung (2019). Công thức tính của Rit:

$$R_{it} = \frac{NAV_{it} - NAV_{it-1}}{NAV_{it-1}} \quad (1)$$

Trong đó:

R_{it} : lợi nhuận trung bình của quỹ (tính thông qua tốc độ tăng của giá trị tài sản ròng của quỹ - NAV)

NAV_{it} : Giá trị tài sản ròng của quỹ i thời kỳ t

NAV_{it-1} : Giá trị tài sản ròng của quỹ i thời kỳ t-1

3.2.2. Tỷ lệ chi phí hoạt động (Expense)

Tỷ lệ chi phí hoạt động của quỹ đầu tư đo lường tỷ lệ chi phí hoạt động của quỹ so với giá trị tài sản ròng trung bình của quỹ, được chứng minh trong nhiều nghiên cứu là có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động của quỹ, được tính theo công thức sau:

$$\text{Tỷ lệ chi phí hoạt động} = \frac{\text{Chi phí hoạt động}}{\text{Giá trị tài sản ròng trung bình trong kỳ}} \quad (2)$$

3.2.3. Biến kiểm soát

Tốc độ vòng quay danh mục: cho biết trong kỳ danh mục đầu tư của quỹ thay đổi (quay vòng) như thế nào. Tỷ lệ này càng cao thể hiện quỹ tiến hành cơ cấu danh mục đầu tư trong kỳ càng nhiều. Công thức tính:

$$\text{Tốc độ vòng quay danh mục} = \frac{\text{Tổng giá trị mua vào} + \text{Tổng giá trị bán ra}}{2 \times \text{giá trị tài sản ròng trung bình trong kỳ}} \quad (3)$$

Chi phí giao dịch chứng khoán: bao gồm chi phí môi giới và chi phí thanh toán bù trừ, được thể hiện trên báo cáo kết quả hoạt động của quỹ.

Quy mô quỹ: tính theo mệnh giá chứng chỉ quỹ tương ứng với số lượng chứng chỉ quỹ đang lưu hành trên thị trường

Thời gian hoạt động của quỹ: tính theo tháng kể từ khi quỹ được thành lập cho tới thời điểm dữ liệu được thu thập.

3.3. Giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Để kiểm chứng tác động của tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam, tác giả thực hiện kiểm định giả thuyết sau:

H_1 : Tỷ lệ chi phí hoạt động có tác động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư

Mô hình hồi quy dữ liệu bảng được xây dựng để kiểm chứng giả thuyết trên với các biến nghiên cứu sau: R_i – biến phụ thuộc (hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư); $Expense_i$ – biến độc lập (tỷ lệ chi phí hoạt động);

Controls_{it} là các biến kiểm soát đặc điểm riêng của quỹ đầu tư. Mô hình hồi quy được xây dựng như sau:

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{Expense}_{it} + F' \text{Controls}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Tổng quan ngành quỹ Việt Nam và quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam

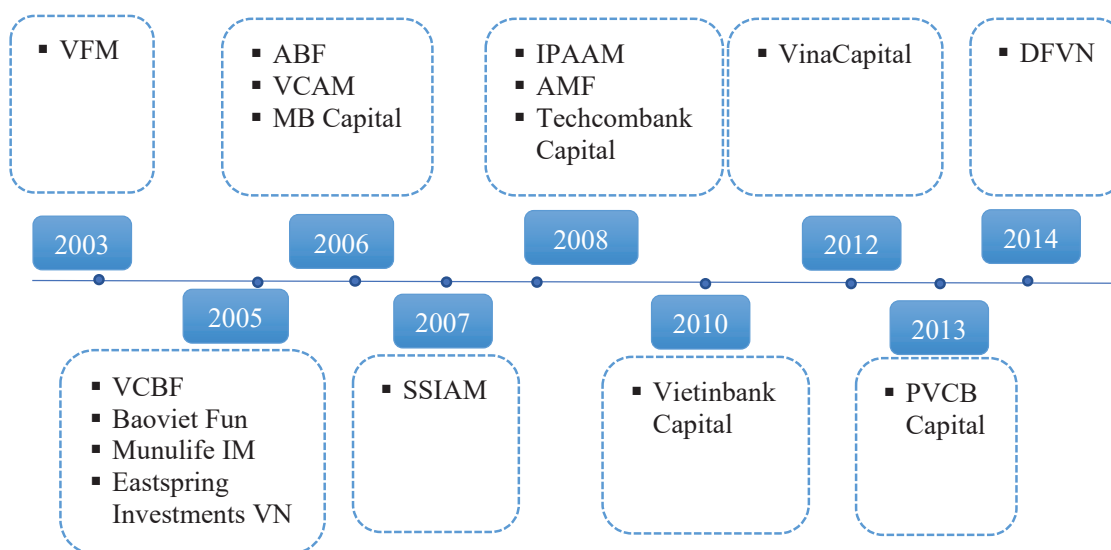
Ngành quỹ Việt Nam được đánh dấu hình thành từ năm 2003 với sự ra đời của công ty quản lý quỹ Việt Nam VFM, đánh dấu sự tham gia của nhà đầu tư tổ chức chuyên nghiệp trong nước đầu tiên. Đến năm 2004 thành lập quỹ đầu tiên do VFM quản lý là VF1, có số vốn ban đầu là 300 tỷ VND, liên tục tăng vốn trong thời gian hoạt động đến nay đã đạt quy mô vốn 1.000 tỷ VND. Ban đầu hoạt động dưới dạng quỹ đóng, tuy nhiên theo quá trình phát triển và đòi hỏi thực tế, VFM đã chuyển đổi các quỹ mình quản lý sang dạng quỹ mở. VFM cũng là công ty quản lý quỹ thành lập quỹ ETF đầu tiên vào năm 2013 là quỹ ETF VFMVN30 mô phỏng gần nhất biến động của chỉ số tham chiếu VN30. Sự phát triển của ngành quỹ Việt Nam có thể chia làm 2 giai đoạn chính:

Giai đoạn 2003-2010: đây là giai đoạn hình thành và bắt đầu đi vào hoạt động của quỹ đầu tư chứng khoán, theo sau VFM là một số công ty quản lý quỹ được thành lập trong thời gian này như công ty quản lý quỹ Vietcombank (VCBF), Công ty quản lý quỹ Bảo Việt (Bao Viet Fund), MB Capital... Hầu hết các quỹ hoạt động trên thị trường giai đoạn này là quỹ thành viên, chỉ có 6 quỹ đóng đại chúng là VFMVF1, VFMVF2, VFMVF4, PruBF1, MAFPF1, ACBGF.

Giai đoạn 2011-nay: sau giai đoạn khủng hoảng tài chính, nhiều quỹ đầu tư được hình thành, cho đến nay trên thị trường chứng khoán Việt Nam có 43 công ty quản lý quỹ với 70 quỹ đầu tư chứng khoán, trong đó riêng năm 2021 vừa rồi có 14 quỹ được thành lập với tổng vốn huy động ban đầu là 1.500 tỷ VND. Đặc biệt sự xuất hiện của quỹ mở, quỹ ETF, quỹ bất động sản tạo bước ngoặt cho sự phát triển của ngành quỹ tại Việt Nam. Quy mô thị trường đang là 5,5% GDP, tổng tài sản quản lý của toàn bộ thị trường khoảng 572.000 tỷ VND, tăng 31% so với cuối năm 2020.

Về dấu ấn pháp lý, luật chứng khoán đầu tiên của Việt Nam được ra đời năm 2006 đã đánh dấu sự kiện lớn về mặt pháp lý liên quan đến quản lý thị trường chứng khoán, sau đó có một số sửa đổi được đưa ra vào năm 2010 và hiện nay Việt Nam đã ban hành Luật chứng khoán 2019 và các thông tư hướng dẫn được đánh giá là phù hợp với chuẩn mực thị trường chứng khoán của IOSCO về quỹ đầu tư chứng khoán và hoàn toàn tuân thủ các cam kết quốc tế mà Việt Nam gia nhập. Những nội dung trong luật chứng khoán 2019 kỳ vọng

Hình 1: Sự thành lập một số công ty quản lý quỹ lớn tại Việt Nam

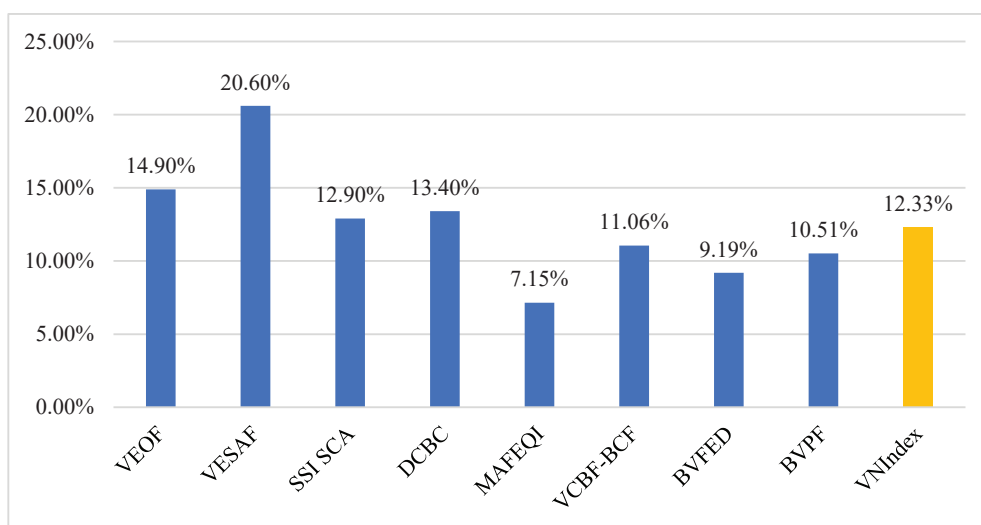


Nguồn: Tác giả tự tổng hợp theo Bản cáo bạch của các công ty quản lý quỹ.

sẽ có tác động tích cực đối với sự phát triển của ngành quỹ những năm tiếp theo như: duy trì điều kiện cấp giấy phép hoạt động của công ty quản lý quỹ, theo đó công ty quản lý quỹ luôn phải duy trì vốn chủ sở hữu lớn hơn vốn điều lệ tối thiểu và các điều kiện cấp phép về nhân sự và trụ sở. Đặc biệt luật quy định tách biệt tài sản của khách hàng ủy thác trong hoạt động quản lý danh mục đầu tư và quản lý quỹ đầu tư chứng khoán. Theo đó, tài sản ủy thác của khách hàng ủy thác được đăng ký sở hữu và lưu ký trên tài khoản lưu ký dưới tên của công ty quản lý quỹ nhưng thuộc sở hữu của khách hàng ủy thác, tách biệt với tài khoản của công ty quản lý quỹ và không phải là tài sản của công ty quản lý quỹ. Điều này giúp bảo vệ quyền lợi về tài sản cho nhà đầu tư.

Có thể thấy rằng trong giai đoạn sau của quá trình phát triển ngành quỹ có rất nhiều các quỹ đầu tư chứng khoán dạng mở được hình thành, trong đó các quỹ đầu tư cổ phiếu chiếm tỷ lệ khá lớn. Một số các quỹ mở cổ phiếu điển hình như quỹ đầu tư cổ phiếu tiếp cận thị trường Việt Nam VESAF, quỹ cổ phiếu Hưng Thịnh VEOF thuộc công ty quản lý quỹ VinaCapital; quỹ đầu tư doanh nghiệp hàng đầu DCBC thuộc công ty quản lý quỹ Dragon Capital Việt Nam DCVFM... Dưới đây là biểu đồ về sự tăng trưởng giá trị tài sản ròng trên 1 đơn vị chứng chỉ quỹ (NAV/CCQ) của một số quỹ mở cổ phiếu. Trong giai đoạn nghiên cứu 2018-2021 nhiều quỹ có mức tăng trưởng NAV/CCQ cao hơn so với VNIndex, trong đó quỹ đầu tư cổ phiếu tiếp cận thị trường Việt Nam VESAF là có mức tăng trưởng cao nhất với giá trị trung bình 20,6% mỗi năm. Theo sau đó là quỹ VEOF cũng thuộc công ty quản lý quỹ VinaCapital có mức tăng trưởng cao thứ hai đạt mức 14,9%. Tuy nhiên có một số quỹ mức tăng NAV/CCQ còn thấp hơn so với thị trường chung như Quỹ VCBF-BCF, BVFED, BVPF, thấp nhất là quỹ MAFEQI với mức tăng trưởng NAV/CCQ chỉ là 7,15%, thấp hơn nhiều so với mức trung bình thị trường là 12,33% của VNIndex.

Hình 2: Tăng trưởng NAV/CCQ của một số quỹ mở cổ phiếu giai đoạn 2018-2021 so với VNIndex



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp dựa theo Báo cáo hoạt động tháng của các quỹ mở cổ phiếu.

4.2. Thống kê mô tả

Kết quả phân tích thống kê mô tả cho thấy các đặc tính cơ bản của các biến nghiên cứu gồm: giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất, giá trị lớn nhất được thể hiện trong Bảng 1.

Biến phụ thuộc R_{it} được tính toán dựa trên tốc độ tăng trưởng giá trị tài sản ròng hàng tháng của các quỹ đầu tư. Giá trị trung bình của R_{it} là 0,01879 tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân hàng tháng của giá trị tài sản ròng là 1,879% với độ lệch chuẩn là 9,97%. Quỹ VFMVSF có mức tăng trưởng lớn nhất là 44,67% vào tháng 6/2020 và quỹ VEOF có mức tăng trưởng âm 29,92% vào tháng 3/2020

Biến độc lập tỷ lệ chi phí hoạt động (Expense) có giá trị trung bình là 0,0214 tương ứng chi phí hoạt động của các quỹ trung bình chiếm khoảng 2,14% tổng giá trị tài sản ròng trung bình hàng tháng. Giá trị lớn nhất là 4,4% (quỹ VFMVSF vào tháng 5/2018) và nhỏ nhất là 0,12% (quỹ BVFED vào tháng 10/2019).

4.3. Kiểm định lựa chọn phương pháp ước lượng

Thực hiện kiểm định Breusch and Pagan Lagrange để lựa chọn phương pháp ước lượng POLS hoặc RE với cặp giả thuyết

Bảng 1: Kết quả phân tích thống kê mô tả

Biến	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Rit	0,0187922	0,0997154	-0,299258	0,4467011
Expense	0,0214212	0,0091312	0,0012	0,044
Turnover	0,7955996	0,7992842	0	4,1892
Load	141.000.000	270.000.000	0	1.860.000.000
Size	314.000.000.000	561.000.000.000	57.3000.000.000	3.690.000.000.000
Age	50,89919	24,58475	1	97

Nguồn: Tính toán của tác giả từ phần mềm stata.

H_0 : Không tồn tại các thành phần đặc trưng riêng của mỗi đối tượng không thay đổi theo thời gian.

H_1 : Tồn tại các thành phần đặc trưng riêng của mỗi đối tượng không thay đổi theo thời gian.

Kết quả kiểm định cho hệ số P-value = 0,0000 nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% nên có đủ bằng chứng thống kê để bác bỏ giả thuyết H_0 và chấp nhận giả thuyết H_1 - tồn tại tác động ngẫu nhiên trong mô hình nghiên cứu hay phương pháp ước lượng RE sẽ cho kết quả phù hợp hơn.

Kiểm định Hausman dựa trên giả thuyết tồn tại mối tương quan giữa các biến độc lập và các thành phần đặc trưng riêng không quan sát được là ngẫu nhiên hay cố định? Nếu tồn tại mối quan hệ này thì phương pháp FE (tác động cố định) sẽ cho kết quả tin cậy hơn và ngược lại phương pháp RE (tác động ngẫu nhiên) sẽ cho kết quả hiệu quả hơn. Kết quả thể hiện trong Bảng 2 - kiểm định Hausman với cặp giả thuyết

H_0 : kiểm định RE cho kết quả phù hợp,

H_1 : kiểm định FE cho kết quả phù hợp.

Bảng 2: Kết quả kiểm định Hausman

	R_{it}
Prob>Chi2	0,2815

Nguồn: Tính toán của tác giả từ phần mềm Stata.

Hệ số Prob> chi2 = 0,2815 lớn hơn mức ý nghĩa 5% có nghĩa không đủ bằng chứng thống kê để bác bỏ giả thuyết H_0 . Trong trường hợp này, kiểm định mô hình tác động ngẫu nhiên (RE) sẽ cho kết quả ước lượng hiệu quả.

Trước khi thực hiện phân tích hồi quy, nghiên cứu thực hiện kiểm định các khuyết tật của mô hình như: Kiểm định đa cộng tuyến, kiểm định tự tương quan và phương sai sai số thay đổi.

Bảng 3 cho kết quả kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến của mô hình nghiên cứu. Với kết quả hệ số phương sai phóng đại (VIF) của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 nên có thể kết luận giữa các biến độc lập không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kiểm định Wooldridge để kiểm tra hiện tượng tự tương quan trong mô hình nghiên cứu. Với giả thuyết:

H_0 : Mô hình không có hiện tượng tự tương quan bậc nhất, và

H_1 : Mô hình có hiện tượng tự tương quan bậc nhất.

Kết quả kiểm định với giá trị $F(1,10) = 0,011$ và hệ số P-value = 0,9168 > 5% nên không đủ bằng chứng thống kê để bác bỏ giả thuyết H_0 . Kết luận, mô hình không có hiện tượng tự tương quan với độ tin cậy 95%.

Kiểm định Breusch and Pagan cho tác động ngẫu nhiên với cặp giả thuyết:

H_0 : Phương sai của sai số đồng nhất, và

H_1 : Phương sai của sai số thay đổi.

Kết quả kiểm định với hệ số P-value = 0,0962 > 5% nên không đủ bằng chứng thống kê để bác bỏ giả thuyết H_0 tương ứng mô hình không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi.

Bảng 3: Kết quả kiểm định đa cộng tuyến

Variable	Load	Turnover	Size	Expense	Age
VIF	1,67	1,43	1,42	1,37	1,04
1/VIF	0,598549	0,701201	0,704774	0,730831	0,964428
Mean VIF	1,38				

Nguồn: Tính toán của tác giả từ phần mềm Stata.

Như vậy, mô hình hồi quy dữ liệu bảng sử dụng phương pháp ước lượng tác động ngẫu nhiên (RE) cho kết quả ước lượng là hiệu quả và không có các khuyết tật tự tương quan bậc nhất và phương sai sai số thay đổi với độ tin cậy 95%.

4.4. Kết quả hồi quy

Kết quả hồi quy được thể hiện trong Bảng 4 có hệ số R^2 hiệu chỉnh là 0,4772 tương ứng 47,72% biến động của hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu như sau:

Bảng 4: Kết quả hồi quy

Biến	Hệ số Rit
Expense	-8,25319*** (2,84788)
Turnover	0,31278*** (0,03799)
Load	-0,11038*** (0,02281)
Size	0,14546*** (0,03603)
Age	0,00113 (0,00092)
Constant	-1,94808*** (0,73758)
Observations	463
Number of funds	11

Ghi chú: *** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Nguồn: Tính toán của tác giả từ phần mềm Stata.

Kiểm định theo phương pháp RE cho kết quả tại Bảng 4 với hệ số ước lượng của biến Expense là -8,25319 với sai số chuẩn là 2,84 và giá trị P-value = 0,004 nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% nên có đủ bằng chứng thống kê để xác định Tỷ lệ chi phí hoạt động (biến Expense) có tác động ngược chiều tới hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư (biến Rit). Tức là khi các yếu tố khác trong mô hình không thay đổi, khi tỷ lệ chi phí hoạt động tăng 1% thì hiệu quả hoạt động (tốc độ tăng trưởng của giá trị tài sản ròng của quỹ đầu tư) giảm 8,25%. Hay nói cách khác, nếu kiểm soát tốt tỷ lệ chi phí hoạt động thì hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư sẽ tăng. Khi tỷ lệ chi phí hoạt động này tăng tức là chi phí hoạt động của quỹ ở mức cao, sẽ tác động khiến lợi nhuận sau thuế của quỹ giảm, là một trong những nguyên nhân hạn chế sự tăng trưởng giá trị tài sản ròng NAV của quỹ đầu tư. Kết quả này tương đồng với kết luận được đưa ra trong các nghiên cứu điển hình về quỹ trên

thể giới như trong nghiên cứu của Carhart (1997), Dahlquist & cộng sự (2000), Ferreira & cộng sự (2013).

5. Kết luận và Khuyến nghị

Sử dụng dữ liệu theo tháng trong giai đoạn 2018-2021 của 11 quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam, cùng với những tìm hiểu về hoạt động của các quỹ đầu tư trên thị trường, bài báo đã xem xét khái quát về tình hình hoạt động của các quỹ mở cổ phiếu trên thị trường cho thấy các quỹ đang ngày càng mở rộng quy mô hoạt động và giá trị tài sản quản lý, duy trì các tỷ lệ chi phí ở mức ổn định. Xét về tác động tới hiệu quả hoạt động của quỹ, bài báo đã chỉ ra rằng tỷ lệ chi phí hoạt động của quỹ có tác động ngược chiều tới hiệu quả hoạt động của quỹ. Như vậy các quỹ có tỷ lệ chi phí hoạt động thấp có xu hướng đạt được hiệu quả cao hơn.

Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả khuyến nghị các nhà đầu tư khi xem xét lựa chọn đầu tư vào quỹ mở cổ phiếu cần cân nhắc đến nhiều yếu tố, trong đó tỷ lệ chi phí hoạt động là một trong những yếu tố chính có ảnh hưởng đến hiệu quả của quỹ, từ đó ảnh hưởng tới lợi nhuận thực tế của nhà đầu tư. Giá trị trung bình của tỷ lệ chi phí hoạt động của quỹ mở cổ phiếu theo thống kê mô tả dữ liệu là 2,14%, đây có thể là một giá trị mang tính tham khảo cho các nhà đầu tư trong quá trình ra quyết định đầu tư vào quỹ. Nếu trong những kỳ gần nhất mà quỹ duy trì tỷ lệ chi phí hoạt động tương đối ổn định và thấp hơn mức trung bình này có thể coi là yếu tố giúp tăng lợi nhuận kỳ vọng của nhà đầu tư khi đầu tư vào quỹ cổ phiếu. Bên cạnh đó các công ty quản lý quỹ ngoài việc ra quyết định đầu tư hiệu quả vào các chứng khoán tăng trưởng tốt trên thị trường thì cũng cần quản lý các yếu tố đầu vào, trong đó cần xem xét duy trì tỷ lệ chi phí hoạt động ở mức vừa phải, hợp lý để có thể góp phần tăng hiệu quả hoạt động của quỹ. Các công ty quản lý quỹ cần xây dựng cơ chế kiểm soát tỷ lệ chi phí hoạt động chặt chẽ, đánh giá thường xuyên để có những điều chỉnh kịp thời giúp đạt hiệu quả hoạt động của quỹ.

Với dữ liệu của 11 quỹ mở cổ phiếu hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam vẫn còn là một con số khiêm tốn do nhiều quỹ mới được thành lập gần đây nên chưa đủ dữ liệu đưa vào nghiên cứu. Bên cạnh đó thước đo hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư chứng khoán trên thị trường mới tiếp cận trên cơ sở tăng trưởng giá trị tài sản ròng (NAV) của quỹ. Nghiên cứu sau tác giả có thể tiếp cận với số liệu của nhiều quỹ hơn trên thị trường bên cạnh quỹ cổ phiếu thì nghiên cứu thêm quỹ cân bằng và quỹ trái phiếu, bổ sung thêm cách tiếp cận mới để đo lường hiệu quả hoạt động của quỹ đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam theo mô hình đa nhân tố như mô hình 3-nhân tố Fama French hay mô hình 4-nhân tố Carhart.

Tài liệu tham khảo

- Babalos, V., Kostakis, A. & Philippas, N. (2009), 'Managing mutual funds or managing expense ratios? Evidence from the Greek fund industry', *Journal of Multinational Financial Management*, 19(4), 256–272.
- Barber, B. M., Odean, T. & Zheng, L. (2005), 'Out of Sight, Out of mind: The effect of expenses on Mutual fund flows', *The Journal of Business*, 78(6), 2095–2120.
- Bechmann, K.L. & Rangvid, J. (2007), 'Rating mutual funds: Construction and information content of an investor-cost based rating of Danish mutual funds', *Journal of Empirical Finance*, 14(5), 662–693.
- Carhart, M.M. (1997), 'On persistence in mutual fund performance', *Journal of Finance*, 52(1), 57–82.
- Dahlquist, M., Engstrom, S. & Soderlind, P. (2000), 'Performance and Characteristics of Swedish Mutual Funds', *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 35(3), 409.
- Dellva, W.L. & Olson, G.T. (1998), 'The relationship between mutual fund fees and expenses and their effects on performance', *Financial Review*, 33(1), 85–104.
- Droms, W.G. & Walker, D.A. (1996), 'Mutual Fund Investment Performance', *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 36(3), 347–363.
- Elton, E.J., Gruber, M.J., Das, S. & Hlavka, M. (1993), 'Efficiency with Costly Information: A Reinterpretation of Evidence from Managed Portfolios', *Review of Financial Studies*, 6(1), 1–22.
- Fang, Y. & Wang, H. (2015), 'Fund manager characteristics and performance', *Investment Analysts Journal*, 44(1), 102–116.
- Ferreira, M.A., Keswani, A., Miguel, A.F. & Ramo, Sofia B. (2013), 'The Determinants of Mutual Fund Performance: A Cross-Country Study', *Review of Finance*, 17(2), 483–525.

-
- Garyn-Tal, S. (2015), 'MF fees and performance.pdf', *Journal of Economics and Finance*, 39, 454–477.
- Gil-Bazo, J. & Ruiz-VerdÚ, P. (2009), 'The relation between price and performance in the mutual fund industry', *The Journal of Finance*, 64(5), 2153–2183.
- Golec, J. (1996), 'The effects of mutual fund managers' characteristics on their portfolio performance, risk and fees', *Financial Services Review*, 5(2), 133–147.
- Grinblatt, M., & Titman, S. (1994), 'A Study of Monthly Mutual Fund Returns and Performance Evaluation Techniques', *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 29(3), 419.
- Gruber, M. J. (1996), 'Another Puzzle: The Growth in Actively Managed Mutual Funds', *The Journal of Finance*, 51, 783–810.
- Indro, D.C., Jiang, C.X., Hu, M.Y. & Lee, W.Y. (1999), 'Mutual Fund Performance: Does Fund Size Matter?', *Financial Analysts Journal*, 55(3), 74–87.
- Ippolito, R.A. (1989), 'Efficiency with costly information: A study of mutual fund performance, 1965–1984', *Quarterly Journal of Economics*, 104(1), 1–23.
- Jan, Y.-C. & Hung, M.-W. (2003), 'Mutual fund attributes and performance', *Financial Services Review*, 12(2), 165–178.
- Kaur, I. (2018), 'Effect of mutual funds characteristics on their performance and trading strategy: A dynamic panel approach', *Cogent Economics and Finance*, 6(1), 1–17.
- Malkiel, B. G. (1995), 'Returns from Investing in Equity Mutual Funds 1971 to 1991', *The Journal of Finance*, 50(2), 549–572.
- Nazir, M.S. & Nawaz, M.M. (2010), 'The determinants of mutual fund growth in Pakistan', *International Research Journal of Finance and Economics*, 10(54), 1051–1060.
- Nguyen, H.T. & Nguyen, D.T.N. (2019), 'The impact of country-level and fund-level factors on mutual fund performance in Vietnam', *Journal of Economics and Development*, 21(1), 42–56.
- Otten, R. & Bams, D. (2002), 'European mutual fund performance', *European Financial Management*, 8(1), 75–101.
- Prather, L., Bertin, W.J. & Henker, T. (2004), 'Mutual fund characteristics, managerial attributes, and fund performance', *Review of Financial Economics*, 13(4), 305–326.
- Rao, Z.U.R., Tauni, M.Z. & Iqbal, A. (2017), 'Emerging market mutual fund performance: evidence for China', *Journal of Asia Business Studies*, 11(2), 167–187.
- Rehman, A. & Baloch, Q. (2016), 'Factors Affecting Mutual Fund Performance In Pakistan: Evidence From Open Ended Mutual Funds', *Abasyn Journal of Social Sciences*, 11(2), 419–438.
- Sharpe, W.F. (1966), 'Mutual fund performance', *The Journal of Business*, 39(1), 119–138.
- Shukla, R. (2004), 'The value of active portfolio management', *Journal of Economics and Business*, 56(4), 331–346.
- Volkman, D.A. & Wohar, M.E. (1995), 'Determinants of Persistence in Relative Performance of Mutual Funds', *Journal of Financial Research*, 18(4), 415–430.
- Wermers, R. (2000), 'Mutual fund performance: An empirical decomposition into stock-picking talent, style, transactions costs, and expenses', *Journal of Finance*, 55(4), 1655–1703.

TÁC ĐỘNG CỦA MỐI QUAN HỆ GIỮA NGƯỜI LÃNH ĐẠO VÀ NHÂN VIÊN ĐẾN KẾT QUẢ CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN MÔI GIỚI BẤT ĐỘNG SẢN TẠI VIỆT NAM

Trần Thị Hồng Liên

Trường Đại học Kinh tế Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Email: lientth@uel.edu.vn

Cao Thị Giang

Trường Đại học Kinh tế Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Email: giangct19607@sdh.uel.edu.vn

Mã bài: JED-635

Ngày nhận: 18/04/2022

Ngày nhận bản sửa: 31/10/2022

Ngày duyệt đăng: 25/11/2022

Tóm tắt:

Nghiên cứu ứng dụng lý thuyết về mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (Leader – Member Exchange - LMX) để kiểm định tác động của mối quan hệ này tới kết quả làm việc của nhân viên môi giới bất động sản tại Việt Nam. Kết quả phân tích dữ liệu từ 246 cặp lãnh đạo – nhân viên được khảo sát cho thấy sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo không tác động đến cảm nhận về chất lượng mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên. Tuy nhiên, nhân tố lãnh đạo tập trung vào mục tiêu có tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên và mối quan hệ này tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên. Nghiên cứu đã đóng góp thêm một kiểm định thực chứng cho lý thuyết LMX tại một quốc gia đang phát triển và trong một ngành môi giới bất động sản ít được nghiên cứu, đồng thời đưa ra hàm ý quản trị cho các doanh nghiệp trong ngành.

Từ khóa: LMX, lý thuyết LMX, bất động sản, nhân viên môi giới, kết quả công việc.

Mã JEL: M12

The impact of leader - member exchange on real estate brokers' task performance in Vietnam

Abstract:

This study applies the leadership theory of Leader -Member Exchange (LMX) to test the impact of this relationship on task performance of real estate brokers in Vietnam. Analysis of data from 246 pairs of leader-member shows that staffs' trust in the leaders does not affect the perceived quality of their relationship. However, goal-focused leadership has a positive impact on the relationship between leaders and staffs, and such relationship has a positive impact on staffs' task performance. The study contributes an empirical testing of the LMX theory and makes a practical contribution to understanding human resource relationships in the real estate brokerage industry in a developing country of Vietnam.

Keywords: LMX theory, real estate industry, real estate brokers, task performance

JEL Code: M12

1. Giới thiệu

Con người chính là giá trị cốt lõi của doanh nghiệp và mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đóng vai trò quan trọng tác động đến tinh thần và sự nghiệp của nhân viên. Theo Zhang, Wang & Shi (2012), tại nơi làm việc, người lãnh đạo kiểm soát các nguồn lực và các cơ hội, đóng vai trò quan trọng ảnh hưởng đến việc theo đuổi thành công của nhân viên cũng như kết quả công việc của nhân viên. Họ chia sẻ, nuôi dưỡng, chấp cánh cho nhân viên phát huy năng lực và truyền cảm hứng. Ngược lại, hành vi và thái độ của nhân viên đối với người lãnh đạo và đối với tổ chức bị chi phối bởi nhận thức, năng lực, thái độ của cá nhân họ. Người

lãnh đạo thường được coi là đại diện cho tổ chức; nhân viên có mối quan hệ chưa tốt với người lãnh đạo thì họ sẽ ít có động lực hơn để đóng góp cho tổ chức (Xu & cộng sự, 2012). Đa số các doanh nghiệp Việt Nam chưa nhận thức sâu sắc được tầm quan trọng của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên trong doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực môi giới bất động sản. Bên cạnh đó, các lý thuyết về lãnh đạo mặc dù rất thuyết phục về logic nhưng ít được hỗ trợ bằng bằng chứng thực nghiệm, và lý thuyết LMX cũng không phải ngoại lệ (Northouse, 2021). Nghiên cứu này sẽ kiểm định tác động của khả năng lãnh đạo tập trung vào mục tiêu, và sự tin tưởng của nhân viên đối với người lãnh đạo tác động như thế nào đến kết quả làm việc của nhân viên thông qua vai trò trung gian của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên. Qua đó, nghiên cứu cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm cho lý thuyết LMX và hàm ý quản trị được đề xuất để nâng cao hiệu quả công việc tại các doanh nghiệp môi giới bất động sản tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giải thuyết

2.1. Lý thuyết mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (LMX Theory)

Dansereau, Graen & Haga (1975) nghiên cứu về người lãnh đạo trong mối quan hệ với nhân viên. Cách tiếp cận này ban đầu được gọi là “Mối liên kết theo chiều dọc” (Vertical Dyad Linkage - VDL) và sau đó phát triển theo hai hướng khác nhau. Graen, Novak & Sommerkamp (1982) phát triển hướng thứ nhất là mô hình mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (Leader – Member Exchange). Dansereau & cộng sự (1995) phát triển nhánh thứ hai là mô hình “Lãnh đạo phong cách cá nhân hóa” (Individualized Leadership - IL). Các nhà nghiên cứu tập trung vào bản chất của các liên kết dọc mà người lãnh đạo hình thành đối với mỗi nhân viên dưới quyền. Mối quan hệ của người lãnh đạo trong công việc được xem như một chuỗi các liên kết dọc (Northouse, 2021). Lý thuyết này được ứng dụng rộng rãi trên thế giới trong các ngành như: Tài chính ngân hàng (Howell & Hall-Merenda, 1999; Wang, Law & Chen, 2008; Law & cộng sự, 2010); y tế (Dunegan, Uhl-Bien & Duchon, 2002; Laschinger, Purdy & Almost, 2007; Kim & Yi, 2019); dầu khí (Sharifkhan, Pool & Asian, 2016) và tổ chức phi chính phủ (Chan & Mak, 2012). Tại Việt Nam có các nghiên cứu trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ (Nguyễn Nhật Tân, 2021); văn hóa (Trần Mai Đông & cộng sự, 2020).

Lý thuyết LMX được phát triển để mô tả hai loại quan hệ xảy ra giữa người lãnh đạo và nhân viên, mối quan hệ này ảnh hưởng đến loại quyền lực mà người lãnh đạo sử dụng. Chúng khác nhau ở mức độ ảnh hưởng và thu hút lẫn nhau giữa người lãnh đạo và nhân viên. “Nhóm trong” (In-Group) thể hiện mối quan hệ được xây dựng dựa trên cơ sở trách nhiệm, tự nguyện. Trong khi đó, “Nhóm ngoài” (Out-Group) thể hiện mối quan hệ bị ràng buộc bởi hợp đồng lao động có thời hạn. Thông thường, tùy thuộc vào mức độ thân cận với người lãnh đạo mà mỗi nhân viên đều trải qua hai mối quan hệ này. Những ưu điểm của lý thuyết LMX liên quan đến định hướng quan hệ, bản chất giao tiếp và được hỗ trợ bởi một số các nghiên cứu tích cực về kết quả hoạt động của tổ chức (Chan & Mak, 2012; Chen, Zhong & An, 2012).

2.2. Lãnh đạo tập trung vào mục tiêu

Theo Colbert & Witt (2009), lãnh đạo tập trung vào mục tiêu là phong cách lãnh đạo căn cứ vào tình hình thực tế để đưa ra các quyết sách, truyền đạt các mục tiêu của tổ chức và gắn kết các mục tiêu này phù hợp với năng lực của nhân viên. Nghiên cứu của ông cũng cho thấy lãnh đạo tập trung vào mục tiêu tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên. Mối quan hệ tốt đẹp giữa người lãnh đạo và nhân viên ảnh hưởng tích cực đến các kết quả khác nhau của nhân viên như sự hài lòng trong công việc, cam kết với tổ chức, giám sát công việc, thực hiện nhiệm vụ, thực hiện quyền công dân (Gerstner & Day, 1997). Người lãnh đạo tập trung vào mục tiêu khiến nhân viên định hướng được tương lai rõ ràng, có động lực đạt thành tích và ngược lại. Điều này sẽ giúp họ vượt lên những nấc thang mới trong sự nghiệp.

Giả thuyết H1: Lãnh đạo tập trung vào mục tiêu tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên.

2.3. Sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo

Các nghiên cứu của Burke, Sims, Lazzara & Salas (2007), Lewicki & Bunker (1996) cho rằng sự tin tưởng khiến cho mối quan hệ giữa các cá nhân trở nên tốt đẹp hơn. Mặt khác, khi nhân viên tin tưởng vào người lãnh đạo, họ sẵn sàng chia sẻ thông tin và hợp tác với người lãnh đạo (Mayer, Davis & Schoorman, 1995). Họ có sự kỳ vọng vào người lãnh đạo (Rousseau, Sitkin, Burt & Camerer, 1998) nên mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên từ đó trở nên tốt đẹp hơn. Sự tin tưởng là cảm xúc cốt lõi, tồn tại để trấn áp những cảm xúc tiêu cực và kích thích sự lạc quan trong suy nghĩ của mỗi nhân viên. Niềm tin phải được truyền cảm hứng, diễn ra một cách tự nhiên và luôn tạo cảm giác thoải mái giữa hai bên. Khi cảm thấy được

người lãnh đạo trọng dụng, nhân viên sẽ có động lực làm việc tốt hơn.

Giả thuyết H2: *Sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên*

2.4. Mối quan hệ giữa lãnh đạo-nhân viên và kết quả công việc của nhân viên

Việt Nam chịu ảnh hưởng của văn hóa phương Đông trọng tình, trọng tập thể. Người Việt hay lý giải về những thành công của mình là do “có quý nhân phù trợ” tức là một thế lực siêu nhiên nào đó hoặc một người khác có mối quan hệ thân cận (Trần Ngọc Thêm, 2016). Vì vậy, nếu muốn được việc, ngoài tài năng chuyên môn, mỗi người còn cần phải xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp để thuận lợi trong công việc.

Varma, Srinivas & Stroh (2005) cho rằng nhân viên trong nền văn hóa trọng tập thể thì đánh giá cao giá trị của hệ thống phân cấp tổ chức và có nhu cầu kết nối, luôn tìm kiếm sự hỗ trợ của người quản lý trực tiếp. Lý thuyết LMX cung cấp một kết nối logic với kết quả công việc. Ngoài tinh thần, sự quyết tâm thì thành công của một nhân viên môi giới bất động sản còn là hệ quả tất yếu của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên bên cạnh các yếu tố môi trường làm việc, uy tín của doanh nghiệp cũng như sự nhạy bén với những thay đổi liên tục của thị trường. Vì vậy, trong các sản phẩm giao dịch bất động sản, người lãnh đạo và nhân viên được khuyến khích để tăng cường tương tác qua lại và kích hoạt năng lượng của nhân viên. Một số nghiên cứu (Gerstner & Day, 1997; Martin & cộng sự, 2016) cho thấy tác động tích cực của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đối với kết quả công việc. Nghiên cứu của Singh (2000) còn khẳng định mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên có thể giúp nhân viên nhận được sự hỗ trợ và sự quan tâm từ người lãnh đạo và do đó có thể cải thiện kết quả công việc.

Giả thuyết H3: *Mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên*

2.5. Vai trò trung gian mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên

Theo Piccolo & Buengeler (2013), người lãnh đạo đóng vai trò quan trọng trong quá trình thiết lập mục tiêu của nhân viên. Sự quan tâm tới nhân viên là điều cần thiết khi lãnh đạo tập trung vào mục tiêu; và mức độ của sự quan tâm này phụ thuộc vào mức độ mà người lãnh đạo tin tưởng, tôn trọng và cảm mến nhân viên đó (mối quan hệ chất lượng cao). Do đó, lãnh đạo tập trung vào mục tiêu ảnh hưởng đến kết quả công việc của nhân viên (Kim, Choi & Vandenberghe, 2018).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Mặt khác, sự tin tưởng vào người lãnh đạo làm cho nhân viên hài lòng với lợi ích của họ, sẵn sàng làm việc cống hiến và đóng góp vào mối quan hệ ngày càng phát triển, thúc đẩy niềm tin vào sự tốt đẹp của mỗi bên. Chen, Lam và Zhong (2012) kết luận rằng mức độ tin tưởng càng cao, khả năng nhân viên chia sẻ thông tin và hợp tác với người lãnh đạo càng lớn, vì vậy kết quả công việc của nhân viên sẽ khả quan hơn. Sau này, nghiên cứu của Graen & Uhl-Bien (1995), Howell & Hall-Merenda (1999), Northouse (2021) cho thấy mối quan hệ tốt đẹp giữa người lãnh đạo và nhân viên góp phần thúc đẩy hiệu quả công việc của nhân viên hơn.

Các giả thuyết và lập luận nêu trên được tổng hợp trong mô hình nghiên cứu (Hình 1) và phương pháp, kết quả nghiên cứu được trình bày trong các phần tiếp theo.

3. Phương pháp nghiên cứu

Đặc thù của nghiên cứu sử dụng lý thuyết LMX là dữ liệu theo cặp lãnh đạo – nhân viên. Nghiên cứu này thu thập dữ liệu bằng bảng hỏi được phát triển dựa trên cơ sở kế thừa bộ thang đo của những nghiên cứu đi trước. Để nhân viên đánh giá về người lãnh đạo, nhóm tác giả sử dụng thang đo nhân tố “Lãnh đạo tập trung vào mục tiêu” có 5 biến quan sát do Colbert & Witt (2009) phát triển và biến số “Sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo” có 7 biến quan sát do Chen, Lam & Zhong (2012) phát triển. Nhân viên được yêu cầu đánh giá biến số “mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên” bằng thang đo gồm 7 biến quan sát của Graen & Uhl-Bien (1995). Biến độc lập “Kết quả công việc của nhân viên” được đo bằng đánh giá của người lãnh đạo về nhân viên, sử dụng thang đo gồm 4 biến quan sát do Chen, Tsui và Farh (2002) phát triển.

Lãnh đạo là một trong bốn chức năng của quản trị và nhà lãnh đạo là người có thể gây ảnh hưởng tới người khác nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức (Northouse, 2021). Có nhiều cấp lãnh đạo, trong đó thấp nhất là lãnh đạo cấp cơ sở như trưởng nhóm, trưởng phòng. Vì vậy, hai bộ câu hỏi đã được sử dụng trong nghiên cứu: Một bộ cho nhân viên môi giới và một bộ cho trưởng phòng kinh doanh (người lãnh đạo) tại 36 sàn giao dịch môi giới bất động sản tại Hà Nội, Thanh Hóa và Thành phố Hồ Chí Minh, đại diện cho 3 miền Bắc - Trung – Nam. Nhóm tác giả đã gặp mặt trực tiếp người được khảo sát để tóm tắt về mục đích của cuộc nghiên cứu và giải thích cách thức trả lời bảng hỏi, mã hóa mỗi bảng câu hỏi bằng một mã số riêng để dễ dàng ghép cặp các câu trả lời của mỗi nhân viên với câu trả lời của người lãnh đạo. Để đảm bảo tính bảo mật, nhóm tác giả thu lại bảng câu hỏi ngay khi họ hoàn thành. Với 500 cặp bảng hỏi được phát ra, số bảng hỏi thu hồi là 356, trong đó có 110 bảng hỏi thu về không đủ cặp, một số không ghi tên người trả lời và một số không trả lời đầy đủ các câu hỏi nên bị loại. Vì vậy, kích thước mẫu cuối cùng hợp lệ là 246 cặp. Dữ liệu sử dụng để phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) nhằm kiểm định các giả thuyết.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả

Kết quả phân tích cho thấy cơ cấu mẫu là tương đối cân bằng giữa ba miền Bắc - Trung – Nam (tỷ lệ 31% - 38% - 31%), đồng thời cũng phản ánh cơ cấu nhân sự hiện tại tham gia khảo sát từ các sàn môi giới bất động sản. Theo đó, tỷ lệ nhân viên được đào tạo chuyên sâu kiến thức bất động sản chiếm 57%, thu nhập từ hoa hồng môi giới đạt mức trên 50%, tỷ lệ làm thêm bên ngoài chiếm 37%, độ tuổi phổ biến nhất là từ 28-35 tuổi, tỷ lệ nam nữ làm việc trong ngành này tương đối đồng đều. Đối tượng phân tích chính trong nghiên cứu này là nhân viên môi giới bất động sản nên các thống kê mô tả tập trung vào đối tượng này. Các nhà lãnh đạo, tức trưởng phòng kinh doanh, chỉ tham gia vào nghiên cứu như một nguồn dữ liệu về đối tượng được phân tích.

Tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về hệ số tin cậy Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên: thấp nhất là 0,809 (Sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo-TRU) và cao nhất là 0,875 (Lãnh đạo tập trung vào mục tiêu-GOL) và các biến có hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,3. Tuy nhiên, biến niềm tin của nhân viên vào sự nhất quán của người lãnh đạo (TRU7) có hệ số tương quan của biến so với tổng của các biến quan sát là $0,239 < 0,3$ nên bị loại khỏi thang đo và tiếp tục kiểm định Cronbach's Alpha thang đo sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo với 6 biến quan sát.

Mặc dù kiểm định Cronbach's Alpha riêng lẻ cho từng biến cho thấy các bộ thang đo đều có độ tin cậy cao. Tuy nhiên, khi tất cả các biến quan sát được đưa vào cùng một phân tích EFA, một số biến tiềm ẩn không hội tụ tốt như khi phân tích riêng lẻ. Điểm đặc biệt là đối với nhân tố sự tin tưởng vào lãnh đạo là có ba biến bao gồm: Mức độ tin tưởng tuyệt đối (TRU1), mức độ trung thực và thành thật (TRU5) và được đối xử công bằng (TRU6) là dạng câu hỏi đảo ngược và luôn nằm tách bạch thành một nhóm nhân tố trong nhiều

Bảng 1: Kết quả kiểm định hội tụ, tính phân biệt của các nhân tố

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	GOL	PER	TRU	LMX
GOL	0,876	0,586	0,336	0,881	0,766			
PER	0,870	0,628	0,028	0,888	0,167*	0,793		
TRU	0,878	0,707	0,075	0,895	0,274***	0,063	0,841	
LMX	0,802	0,575	0,336	0,810	0,580***	0,133†	0,101	0,758

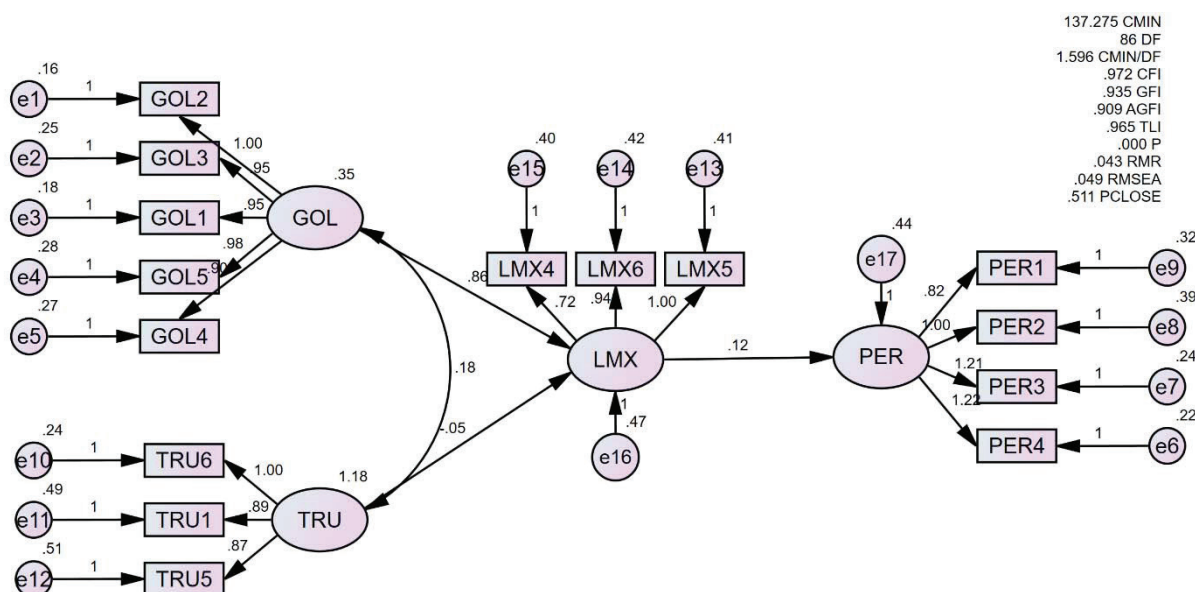
cách trích. Trong khi đó, biến mức độ cởi mở (TRU2), sự chính trực (TRU3) và động cơ và ý định (TRU4) là dạng câu hỏi thông thường và nằm lẫn lộn với 3 biến của nhân tố Mỗi quan hệ giữa lãnh đạo – nhân viên (LMX2, LMX3, LMX7). Điều này có nghĩa là đa số nhân viên cho rằng người lãnh đạo của họ cởi mở, chính trực và có động cơ cũng như ý định tốt. Tuy nhiên họ lại thiếu sự tin tưởng tuyệt đối và không cho rằng người lãnh đạo của họ trung thực và thành thật nên họ cảm nhận không được đối xử công bằng. Điều đó có thể hiểu là nhân viên không thực sự tin tưởng vào cấp trên. Nhóm tác giả đã kiểm chứng thực tế bằng cách xác nhận lại với một số nhân viên sau khi họ trả lời phiếu khảo sát để đảm bảo độ tin cậy trong các câu trả lời của họ. Vì vậy, nhóm tác giả quyết định loại các biến thể hiện sự đánh giá cao của nhân viên về người lãnh đạo trong tính cách cởi mở, chính trực và có động cơ cũng như ý định tốt, mà không ảnh hưởng đến việc đo lường nhân tố này. Mặt khác, kết quả phân tích EFA riêng cho các biến của nhân tố Mỗi quan hệ giữa lãnh đạo – nhân viên cho thấy bảy biến số này tải trên hai nhân tố, tương tự như kết quả EFA tổng thể. Một trong hai nhân tố này sẽ được giữ lại trong mô hình nghiên cứu. Ngoài ra, biến quan sát tải lên ở biến mức độ thấu hiểu nhu cầu và công việc của nhân viên (LMX2) và biến lãnh đạo phát hiện tiềm năng của nhân viên (LMX3) có mức chênh lệch hệ số tải < 0,3. Vì vậy, nhóm tác giả loại bỏ 2 biến này và biến nhân viên đánh giá mối quan hệ với người lãnh đạo (LMX7) vì không đạt yêu cầu. Trong phân tích tiếp theo, biến mức độ hài lòng của người lãnh đạo đối với nhân viên (LMX1) mặc dù hội tụ cùng các biến khả năng người lãnh đạo sẵn sàng giúp đỡ nhân viên trong công việc (LMX4), biến khả năng người lãnh đạo sẵn sàng chịu trách nhiệm về hiệu quả công việc của nhân viên (LMX5) và biến khả năng nhân viên sẵn sàng hy sinh bảo vệ người lãnh đạo (LMX6) trong một nhóm nhưng biến này có hệ số tải nhỏ hơn 0,5 nên tiếp tục bị loại bỏ.

Kết quả CFA cho thấy mô hình đạt được độ tương thích với dữ liệu thị trường: Chi-square [84] = 135,132 (P-value = 0,000); Chi-square/df = 1,609 (<2); TLI = 0,965 (> 0,9); CFI = 0,972 ($\geq 0,95$); GFI = 0,936 $\geq 0,9$; RMSEA = 0,050 (<0,08). Tất cả các hệ số đã chuẩn hóa và chưa chuẩn hóa đều lớn hơn 0,5; đồng thời các giá trị AVE đều lớn hơn 0,5 nên có thể kết luận các nhân tố đạt giá trị hội tụ.

Tất cả giá trị độ tin cậy tổng hợp (CR) đều lớn hơn 0,7 nên độ tin cậy thang đo được đảm bảo. Tất cả giá trị phương sai chia sẻ lớn nhất (MSV) đều nhỏ hơn phương sai trích trung bình (AVE), các giá trị căn bậc 2 của phương sai trích trung bình (SQRTAVE) đều lớn hơn tương quan giữa các cấu trúc (Inter-Construct Correlations), nên tính phân biệt được đảm bảo. Như vậy, các điều kiện được thỏa mãn và các nhân tố phân tích đạt được giá trị phân biệt, các thang đo có độ tin cậy (Bảng 1). Như vậy, các biến nghiên cứu thích hợp để đưa vào phân tích SEM với kết quả được trình bày trong phần tiếp sau đây.

Từ kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (Hình 2) và đánh giá độ phù hợp của mô hình (Bảng 2) cho thấy mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp ở mức cao với dữ liệu nghiên cứu và có thể dùng để kiểm định các mối quan hệ được kỳ vọng và đã nêu ra trong mô hình giả thuyết.

Hình 2: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính



Bảng 2: Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Chỉ số	Ước lượng	Ngưỡng	Kết luận
CMIN	137,275	--	--
DF	86	--	--
CMIN/DF	1,596	Từ 1 đến 3	Tốt
GFI	0,935	> 0,9	Tốt
TLI	0,965	> 0,9	Tốt
CFI	0,972	> 0,9	Tốt
RMSEA	0,049	< 0,08	Tốt
Pclose	0,511	> 0,05	Tốt

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Bảng 3) ủng hộ hai giả thuyết H1 và H3, không ủng hộ giả thuyết H2. Như vậy, lãnh đạo tập trung vào mục tiêu tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (P-value = 0,000). Mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên (P-value = 0,049 < 0,05). Tuy nhiên, chưa tìm thấy bằng chứng về tác động của sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (P-value = 0,370 > 0,05).

Bảng 3: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Mối quan hệ tương quan giữa các nhân tố			Estimate	S.E.	C.R.	P	Standardized Estimate	Giả thuyết	Kết luận
LMX	<---	GOL	.862	.114	7.581	***	.601	H1	Chấp nhận
LMX	<---	TRU	-.048	.054	-.896	.370	-.062	H2	Bác bỏ
PER	<---	LMX	.116	.059	1.962	.049	.147	H3	Chấp nhận

Bảng 4: Tác động gián tiếp chuẩn hóa

	TRU	GOL	LMX	PER
LMX	.000	.000	.000	.000
PER	-.009	.089	.000	.000

Mặt khác, theo Bảng 5 ta thấy giá trị sig của mối quan hệ gián tiếp từ sự tin tưởng của nhân viên vào người lãnh đạo (TRU) lên kết quả công việc của nhân viên (PER) là 0.288 > 0.05 (với mức ý nghĩa 5%) và mối quan hệ gián tiếp từ lãnh đạo tập trung vào mục tiêu (GOL) lên kết quả công việc của nhân viên (PER) có giá trị sig là 0.071 > 0.05. Nhưng nếu nói lỏng điều kiện độ tin cậy xuống 90% thì 0.071 < 0.1, nghĩa là có tác động trung gian của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên (LMX), giữa lãnh đạo tập trung vào mục tiêu (GOL) và kết quả công việc của nhân viên (PER) với hệ số tác động gián tiếp chuẩn hóa là 0.089 (Bảng 4).

Bảng 5: Hiện thị giá trị sig tương ứng

	TRU	GOL	LMX	PER
LMX	...	...	...	...
PER	.288	.071	...	...

Kết quả phân tích cũng cho thấy vai trò trung gian của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đối với sự tác động của lãnh đạo tập trung vào mục tiêu và sự tin tưởng của người lãnh đạo vào nhân viên đến kết quả công việc của nhân viên. Ngoài ra, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về kết quả công việc của nhân viên ở những độ tuổi khác nhau. Trong đó nhóm tuổi từ 23-28 có kết quả làm việc được đánh giá cao nhất.

4.2. Thảo luận

Đa số các nhân viên môi giới tại các sàn giao dịch bất động sản hiện nay đánh giá cao về người lãnh đạo tập trung vào mục tiêu. Bên cạnh việc phải đáp ứng chỉ tiêu, nhân viên kỳ vọng sự quan tâm hướng dẫn tận tình của người lãnh đạo trong từng thời kỳ và giới hạn thời gian để hoàn thành mục tiêu đó. Người lãnh đạo định hướng mục tiêu, kế hoạch cụ thể sẽ khiến nhân viên có được bức tranh tổng thể và hình dung được khối lượng công việc cần đáp ứng. Nhân viên sẽ tin tưởng và nể trọng người lãnh đạo hơn để làm việc và cống hiến. Kết quả nghiên cứu này hoàn toàn phù hợp với kết quả nghiên cứu của Colbert & Witt (2009); Kim, Choi & Vandenberghe (2018).

Mặc dù các nhân viên môi giới đánh giá khá cao vai trò của người lãnh đạo trong việc tạo sự tin tưởng đối với đội ngũ nhân viên nhưng không phải nhân viên nào cũng cho rằng mức độ niềm tin càng cao thì mối quan hệ giữa họ và người lãnh đạo của mình càng tốt. Trong ngành này, niềm tin tuyệt đối có được giữa các đồng nghiệp đôi khi là một điều xa xỉ bởi những người kiếm được nhiều tiền là những người sành sỏi trong nghề và họ có thể bất chấp để đạt được mục tiêu doanh số. Nhân viên kinh doanh muốn trụ vững với nghề thì cần có bản lĩnh và sự kiên nhẫn. Một người lãnh đạo khiến họ ngưỡng mộ bởi thành tích trong công việc thì họ luôn muốn đi theo để học hỏi. Còn tin tưởng lãnh đạo mà công ty không có sản phẩm đủ để bán, bị cắt “hoa hồng” thì cũng khó giữ mối quan hệ tốt đẹp giữa hai bên. Kết quả này khá mâu thuẫn với các kết quả nghiên cứu trước đó (Chen, Lam & Zhong, 2012; Dirks & Ferrin, 2001; Kramer, 1999; De Dreu, Giebels & Van de Vliert, 1998).

Mối quan hệ giữa nhân viên và người lãnh đạo là mối quan hệ làm việc nhóm nên kết quả công việc tác động qua lại lẫn nhau. Khi người lao động họ cảm thấy an tâm cấp trên, tin tưởng năng lực của người cấp trên thì họ sẽ cống hiến hết mình công việc nên dẫn tới kết quả công việc tốt hơn. Vì vậy, người lãnh đạo cần có sự quan tâm hơn tới nhân viên, có những định hướng, góp ý chân thành cho nhân viên tiến bộ, hiểu được nhân viên muốn gì và biết cách khơi gợi được đam mê, cống hiến và làm chủ của nhân viên; hỗ trợ nhân viên bán hàng, giúp nhân viên tự tin hơn, có tâm lý tốt để giao dịch. Kết quả nghiên cứu này hoàn toàn phù hợp với kết quả của các nghiên cứu trước đây (Gerstner & Day, 1997; Casimir, Wang & Ooi, 2014; Choy, McCormack & Djurkovic, 2016; Martin & cộng sự, 2016).

Ở độ tuổi từ 23 đa phần là các bạn sinh viên vừa mới ra trường được một năm, mang trong mình những nhiệt huyết và hoài bão lớn. Lần đầu được trải nghiệm những công việc mới, tiếp thu thông tin dự án nhanh và năng động khi tiếp cận khách hàng. Bên cạnh đó, họ còn được đi nhiều nơi do tính chất công việc của môi giới là đi nhiều và học nhiều, đã có một quá trình phấn đấu đi lên, tích lũy kinh nghiệm và xây dựng được những mối quan hệ tốt với khách hàng. Ở độ tuổi này họ cũng đã có mối quan hệ, cần phát triển sự nghiệp, độ “nghiện” kiếm tiền cao và sự lựa chọn của họ là phải làm nên có sự quyết tâm rất lớn. Họ có đủ đam mê, sự liều lĩnh, sự nhanh nhạy cũng như khả năng ứng biến với vô vàn những tình huống khó khăn trong nghề. Do đó, họ sẽ đạt được những kết quả tốt trong công việc. Còn từ 28 trở đi, họ sẽ trầm lắng hơn và nhiệt huyết ban đầu cũng không còn nhiều. Chưa kể ở độ tuổi này nhiều người đã có gia đình, nên thời gian cho công việc sẽ giảm, hiệu quả công việc sẽ không bằng tuổi từ 23-28.

5. Hàm ý quản trị, đóng góp, hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Dựa theo kết quả nghiên cứu, người lãnh đạo trong ngành môi giới bất động sản cần đặc biệt xây dựng năng lực tập trung vào mục tiêu của mình vì đó là điều mà nhân viên coi trọng nhất ở họ và góp phần tác động tích cực mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên. Người lãnh đạo cần làm rõ vai trò và trách nhiệm cụ thể trong công việc, đưa ra định hướng và xác định các ưu tiên, chuyển các chiến lược thành các mục tiêu và kế hoạch dễ hiểu, sát sao công việc của nhân viên để đảm bảo nhân viên hoàn thành công việc và liên kết sứ mệnh của nhóm với sứ mệnh của doanh nghiệp.

Mặt khác, không phải nhân viên nào cũng cho rằng mức độ tin tưởng của họ với người lãnh đạo ảnh hưởng đến mối quan hệ của họ. Vì vậy, doanh nghiệp cần có chính sách nhân sự tốt để giữ chân lãnh đạo và nhân viên có năng lực. Không nên để tình trạng “bằng mặt nhưng không bằng lòng” trong môi trường làm việc. Doanh nghiệp cần ưu tiên phát triển và xây dựng hệ thống đào tạo nội bộ chất lượng để những người lãnh đạo phát huy khả năng và truyền cảm hứng cho nhân viên. Ngoài ra, doanh nghiệp nên nhân rộng mô hình học tập từ cấp lãnh đạo cho đến nhân viên trong toàn hệ thống để trọng dụng người tài, giúp họ có cơ hội phát triển bản thân. Song song đó, doanh nghiệp cần duy trì và mở rộng nguồn hàng phong phú để nhân viên bán hàng và gia tăng thu nhập, củng cố mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên.

Nghiên cứu này đã đóng góp một kiểm định thực chứng cho lý thuyết mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân

viên trong ngành bất động sản tại một quốc gia đang phát triển là Việt Nam. Nghiên cứu ủng hộ một phần các giả thuyết đã được các nghiên cứu trước đề xuất (về lãnh đạo tập trung vào mục tiêu tác động tích cực tới mối quan hệ cấp trên – cấp dưới và từ đó tác động tích cực tới kết quả làm việc của nhân viên), nhưng cũng đặt ra nghi vấn về vai trò của sự tin tưởng mà nhân viên dành cho lãnh đạo.

Bên cạnh những thành công, nghiên cứu cũng tồn tại một số hạn chế nhất định. Mô hình lý thuyết chỉ được kiểm định với 246 cặp lãnh đạo và nhân viên tại 36 sàn môi giới bất động sản tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Thanh Hóa. Vì vậy, nghiên cứu này khuyến khích tiếp tục kiểm định mô hình lý thuyết với các cặp lãnh đạo và nhân viên thuộc công ty khác, tỉnh thành khác, khu vực khác với số lượng mẫu nhiều hơn để gia tăng tính tổng quát hóa của mô hình. Nghiên cứu này chỉ xem xét giới hạn một số yếu tố tác động vào kết quả công việc của nhân viên. Còn các yếu tố khác có ảnh hưởng đến kết quả làm việc của nhân viên hay không, ví dụ như sự quan tâm của lãnh đạo (leader mindfulness), sự hài lòng trong công việc (job satisfaction), trí tuệ cảm xúc (EQ), lãnh đạo chuyển đổi (transformational leadership) là một hướng cho các nghiên cứu sau này. Nghiên cứu này còn cho thấy yếu tố sự tin tưởng vào người lãnh đạo không tác động tích cực đến mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên, điều này mâu thuẫn với các nghiên cứu trước đây. Vì vậy mối quan hệ này cần được kiểm định trong các nghiên cứu tiếp theo.

Bất động sản là một lĩnh vực có chế độ làm việc linh hoạt hơn nhiều so với tổ chức/ doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác, khiến nhiều người cho rằng sức mạnh của tổ chức bị suy giảm. Tuy nhiên, nghiên cứu cho thấy vai trò của lãnh đạo với thành tích làm việc của nhân viên là đáng kể như nhận định của những lý thuyết quản trị kinh điển.

Tài liệu tham khảo

- Burke, C. S., Sims, D. E., Lazzara, E. H., & Salas, E. (2007), 'Trust in leadership: A multi-level review and integration', *The Leadership Quarterly*, 18(6), 606-632.
- Casimir, G., Ng, Y. K., Wang, Y. K., & Ooi, G. (2014), 'The relationships amongst leader-member exchange, perceived organizational support, affective commitment, and in-role performance: A social-exchange perspective', *Leadership & Organization Development Journal*, 35, 366-385.
- Chan, S. C., & Mak, W. M. (2012), 'Benevolent leadership and follower performance: The mediating role of leader-member exchange (LMX)', *Asia Pacific Journal of Management*, 29(2), 285-301.
- Chen, Z. X., Tsui, A. S., & Farh, J. L. (2002), 'Loyalty to supervisor vs. organizational commitment: Relationships to employee performance in China', *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75(3), 339-356.
- Chen, Z., Lam, W., & Zhong, J. A. (2012), 'Effects of perceptions on LMX and work performance: Effects of supervisors' perception of subordinates' emotional intelligence and subordinates' perception of trust in the supervisor on LMX and, consequently, performance', *Asia Pacific journal of management*, 29(3), 597-616.
- Choy, J., McCormack, D., & Djurkovic, N. (2016), 'Leader-Member Exchange and Job Performance', *Journal of Management Development*, 35 (1), 104 – 119.
- Colbert, A. E., & Witt, L. A. (2009), 'The role of goal-focused leadership in enabling the expression of conscientiousness', *Journal of applied psychology*, 94(3), 790.
- Dansereau Jr, F., Graen, G., & Haga, W. J. (1975), 'A vertical dyad linkage approach to leadership within formal organizations: A longitudinal investigation of the role making process', *Organizational Behavior and Human Performance*, 13(1), 46-78.
- Dansereau, F., Yammarino, F. J., Markham, S. E., Alutto, J. A., Newman, J., Dumas, M., ... & Keller, T. (1995), 'Individualized leadership: A new multiple-level approach', *The Leadership Quarterly*, 6(3), 413-450.
- De Dreu, C. K., Giebels, E., & Van de Vliert, E. (1998), 'Social motives and trust in integrative negotiation: The disruptive effects of punitive capability', *Journal of applied psychology*, 83(3), 408.
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2001), 'The role of trust in organizational settings', *Organization Science*, 12(4), 450-467.
- Dunegan, K. J., Uhl-Bien, M., & Duchon, D. (2002), 'LMX and subordinate performance: The moderating effects of task characteristics', *Journal of business and psychology*, 17(2), 275-285.
- Gerstner, C. R., & Day, D. V. (1997), 'Meta-Analytic review of leader-member exchange theory: Correlates and construct issues', *Journal of applied psychology*, 82(6), 827.
- Graen, G. B., & Uhl-Bien, M. (1995), 'Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member

- exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective', *The Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.
- Graen, G., Novak, M. A., & Sommerkamp, P. (1982), 'The effects of leader—member exchange and job design on productivity and satisfaction: Testing a dual attachment model', *Organizational Behavior and Human Performance*, 30(1), 109-131.
- Howell, J. M., & Hall-Merenda, K. E. (1999), 'The ties that bind: The impact of leader-member exchange, transformational and transactional leadership, and distance on predicting follower performance', *Journal of applied psychology*, 84(5), 680.
- Kim, D., Choi, D., & Vandenberghe, C. (2018), 'Goal-focused leadership, leader-member exchange, and task performance: The moderating effects of goal orientations and emotional exhaustion', *Journal of Business and Psychology*, 33(5), 645-660.
- Kim, M. H., & Yi, Y. J. (2019), 'Impact of leader-member-exchange and team-member-exchange on nurses' job satisfaction and turnover intention', *International nursing review*, 66(2), 242-249.
- Kramer, R. M. (1999), 'Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions', *Annual review of psychology*, 50(1), 569-598.
- Laschinger, H. K. S., Purdy, N., & Almost, J. (2007), 'The impact of leader-member exchange quality, empowerment, and core self-evaluation on nurse manager's job satisfaction', *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 37(5), 221-229.
- Law, K. S., Wang, H., & Hui, C. (2010), 'Currencies of exchange and global LMX: How they affect employee task performance and extra-role performance', *Asia Pacific Journal of Management*, 27, 625-646. <https://doi.org/10.1007/s10490-009-9141-8>
- Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996), *Developing and maintaining trust in work relationships. Trust in organizations, Frontiers of theory and research*, 114-139, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Martin, R., Guillaume, Y., Thomas, G., Lee, A., & Epitropaki, O. (2016), 'Leader—member exchange (LMX) and performance: A meta-analytic review', *Personnel psychology*, 69(1), 67-121.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995), 'An integrative model of organizational trust', *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Nguyễn Nhật Tân. (2021), 'Nghiên cứu mối quan hệ giữa công bằng tổ chức và hành vi công dân trong tổ chức: Vai trò nào cho quá trình trao đổi lãnh đạo-thành viên?', *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 32(1), 25-52
- Northouse, P. G. (2021), *Leadership: Theory and practice*, SAGE Publications, Incorporated, Thousand Oaks, CA 91320.
- Piccolo, R. F., & Buengeler, C. (2013), 'Leadership and goal setting', *In New developments in goal setting and task performance* (pp. 381-398), New York: Routledge.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998), 'Not so different after all: A cross-discipline view of trust', *Academy of management review*, 23(3), 393-404.
- Sharifkhani, M., Pool, J. K., & Asian, S. (2016), 'The impact of leader-member exchange on knowledge sharing and performance: An empirical investigation in the oil and gas industry', *Journal of Science and Technology Policy Management*, 7(3), 289-305.
- Singh, J. (2000), 'Performance productivity and quality of frontline employees in service organizations', *Journal of marketing*, 64(2), 15-34.
- Trần Mai Đông, Nguyễn Thị Mai Phương, Mai Trường An, Nguyễn Thị Tuyết Mai, & Lý Thị Minh Châu. (2020), 'Khai phá mối quan hệ trao đổi lãnh đạo – nhân viên đến sự chia sẻ kiến thức và sự mâu thuẫn quan hệ với đồng nghiệp', *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 31(9), 05-24.
- Trần Ngọc Thêm. (2016), *Hệ Giá Trị Việt Nam Từ Truyền Thống Đến Hiện Đại Và Con Đường Đến Tương Lai*, Tp. Hồ Chí Minh: NXB Văn Hóa - Văn Nghệ.
- Varma, A., Srinivas, E. S., & Strohm, L. K. (2005), 'A comparative study of the impact of leader-member exchange in US and Indian samples', *Cross Cultural Management: An International Journal*, 12(1), 84-95.
- Wang, H., Law, K. S., & Chen, Z. X. (2008), 'Leader-member exchange, employee performance, and work outcomes: An empirical study in the Chinese context', *The International Journal of Human Resource Management*, 19(10), 1809-1824.
- Xu, E., Huang, X., Lam, C. K., & Miao, Q. (2012), 'Abusive supervision and work behaviors: The mediating role of LMX', *Journal of Organizational behavior*, 33(4), 531-543.
- Zhang, Z., Wang, M. O., & Shi, J. (2012), 'Leader-follower congruence in proactive personality and work outcomes: The mediating role of leader-member exchange', *Academy of management journal*, 55(1), 111-130.

TIÊU DÙNG BỀN VỮNG TRONG BỐI CẢNH COVID-19: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM VỚI LÝ THUYẾT HÀNH VI CÓ KẾ HOẠCH

Nguyễn Thị Phương Linh
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: linhnp@neu.edu.vn

Mã bài báo: JED-790
Ngày nhận: 15/07/2022
Ngày nhận bản sửa: 09/08/2022
Ngày duyệt đăng: 24 /11/2022

Tóm tắt:

Tiêu dùng bền vững là chủ đề được quan tâm trong những năm gần đây và đặc biệt khi đại dịch Covid-19 diễn ra. Sử dụng kết hợp phương pháp định tính – phỏng vấn sâu và phương pháp định lượng, nghiên cứu đã tìm hiểu mối quan hệ giữa các cấu trúc cốt lõi của lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) đối với tiêu dùng bền vững. Kết quả cho thấy thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều ảnh hưởng tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững của người Việt Nam trong bối cảnh Covid-19, trong đó, thái độ có mức độ tác động mạnh hơn hai nhân tố còn lại. Nghiên cứu cũng khẳng định mối quan hệ thuận chiều giữa ý định và hành vi tiêu dùng bền vững của người Việt Nam trong bối cảnh Covid-19. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một vài đề xuất cho cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp nhằm thúc đẩy tiêu dùng bền vững, hướng đến bảo vệ môi trường.

Từ khóa: Covid-19, tiêu dùng bền vững, TPB, Việt Nam.

Mã JEL: C91, E21, Q56.

Sustainable consumption in the context of Covid-19: An empirical study using the theory of planned behavior

Abstract:

Sustainable consumption has been a topic of interest in recent years and especially during the Covid-19 pandemic. Using a combination of qualitative - in-depth interviews and quantitative methods, the study explored the relationship between the core constructs of the theory of planned behavior (TPB) for sustainable consumption. The results show that attitude, subjective norm and perceived behavioral control all positively affect Vietnamese people's sustainable consumption intentions in the context of Covid-19, in which, attitude has a stronger impact than the other two factors. The study also confirmed the positive relationship between the intention and sustainable consumption behavior of Vietnamese people. Based on the findings, some recommendations are proposed for state management agencies and firms to promote sustainable consumption towards environmental protection.

Keywords: Covid-19, sustainable consumption, TPB, Vietnam.

JEL Codes: C91, E21, Q56.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, mọi mặt của đời sống con người đã bị ảnh hưởng đáng kể. Bên cạnh những tác động tiêu cực đến nền kinh tế, chính trị và sức khỏe của nhiều người dân trên thế giới thì Covid-19 cũng đem lại một số hiệu ứng tích cực đến nhận thức của doanh nghiệp và người tiêu dùng về sản xuất và tiêu dùng bền vững. Viện Giá trị kinh doanh của Tập đoàn về công nghệ máy tính đa quốc gia (International Business Machines - IBM) đã khảo sát hơn 14.000 người trưởng thành từ 9 quốc gia (Brazil, Canada, Trung Quốc, Đức, Ấn Độ, Mexico, Tây Ban Nha, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ) vào tháng 03 năm 2021 và kết quả cho thấy 93% người tiêu dùng toàn cầu khẳng định đại dịch Covid-19 ảnh hưởng đến quan điểm của họ về tính bền vững. Bất chấp tác động tài chính của đại dịch Covid-19 đối với nhiều cá nhân, 54% người tiêu dùng được khảo sát sẵn sàng trả giá cao cho các thương hiệu bền vững và có trách nhiệm với môi trường; 82% người tiêu dùng sẽ chọn phương tiện giao thông thân thiện với môi trường ngay cả khi chi phí cao hơn; 55% người tiêu dùng được khảo sát cho biết tính bền vững là rất hoặc cực kỳ quan trọng đối với họ khi lựa chọn thương hiệu - cao hơn 22% so với những người tiêu dùng được IBM khảo sát trước đại dịch Covid-19.

Theo nghiên cứu của Jribi & cộng sự (2020), đại dịch Covid-19 có tác động tích cực đến nhận thức, thái độ và hành vi của người tiêu dùng liên quan đến chất thải thực phẩm. Cohen (2020) cũng khẳng định đại dịch Covid-19 đánh dấu sự khởi đầu của quá trình chuyển đổi tiêu dùng bền vững. Ở Việt Nam, mặc dù một số tác giả quan tâm đến chủ đề tiêu dùng bền vững (Hoàng Thị Bảo Thoa, 2016; Hà Nam Khánh Giao & Đinh Thị Kiều Nhung, 2018; Phạm Tuấn Anh & Nguyễn Thị Thu Hồng 2019; Cái Trinh Minh Quốc & cộng sự, 2020) nhưng chưa có nghiên cứu nào tìm hiểu về ý định và hành vi tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng Việt Nam trong bối cảnh Covid-19. Bên cạnh đó, các nghiên cứu thực nghiệm về tiêu dùng bền vững thường chỉ dừng lại ở ý định, trong khi đó hành vi mới là yếu tố cuối cùng phản ánh tác động lên môi trường (Ayar & Gürbüz, 2021; Yang & cộng sự, 2018).

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) là phiên bản mở rộng của lý thuyết hành động hợp lý (TRA) của Fishbein & Ajzen (1975), được Ajzen công nhận vào năm 1991. TPB là một mô hình được phát triển để hiểu các yếu tố quyết định tâm lý xã hội của hành vi con người (Ajzen, 1991), đã được sử dụng trong các lĩnh vực khoa học xã hội khác nhau và trở thành một trong những mô hình thường xuyên được sử dụng để nghiên cứu về các hành vi vì môi trường như tiêu dùng bền vững (Arı & Yılmaz, 2017; Ohtomo & Ohnuma, 2014; Nosek & cộng sự, 2010).

Chính vì vậy, nghiên cứu này sẽ sử dụng TPB để nghiên cứu ý định và hành vi tiêu dùng bền vững dưới tác động của đại dịch Covid-19 tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

TPB cho rằng ý định hành vi của cá nhân hình thành dựa trên thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Một thái độ tích cực cùng chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi mạnh mẽ sẽ dẫn đến ý định hành vi (Rise & cộng sự, 2010).

TPB là cơ sở lý thuyết phổ biến để giải thích các nhân tố quyết định và tiền thân của tiêu dùng bền vững (Fishbein & Ajzen, 1981). TPB gợi ý rằng ý định hành vi của cá nhân có thể được ước tính bằng thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. TPB được áp dụng để dự đoán các hành vi vì môi trường khác nhau, từ hành vi môi trường nói chung (Kaiser & Shimoda, 1999) đến hành vi cụ thể như lựa chọn phương thức đi lại (Bamberg & cộng sự, 2003, 2007; De Groot & Steg, 2007), làm phân trộn chất thải (Taylor & Todd, 1997) và tái chế (Boldero, 1995; Mannetti & cộng sự, 2004). TPB cũng là một mô hình quan trọng trong các nghiên cứu về hành vi liên quan đến mua thực phẩm hữu cơ (Anssi & Sanna, 2005; Sparks & Shepherd, 1992).

2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững

Hành vi tiêu dùng vì môi trường là hành vi gây ra tác hại tối thiểu hoặc có lợi cho môi trường (Steg & Vlek, 2009). Hành vi tiêu dùng bền vững thường gắn liền với hành vi tiêu dùng vì môi trường, là một khía

cạnh của hành vi cá nhân giúp giảm tác động tiêu cực đến môi trường (Dhandra, 2019). Geng & cộng sự (2017) đã định nghĩa hành vi tiêu dùng bền vững theo quan điểm của vòng đời sản phẩm bao gồm các giai đoạn mua, sử dụng và xử lý hoặc cụ thể hơn là mua và sử dụng các sản phẩm bền vững, xử lý và thải bỏ các sản phẩm đã qua sử dụng. Ngoài ra, một số nhà nghiên cứu đã mở rộng hành vi tiêu dùng bền vững thành bốn khía cạnh: hành vi bền vững với môi trường, tiêu dùng cần thiết, tiết kiệm và khả năng tái sử dụng (Bulut & cộng sự, 2017).

Ý định là động cơ để thực hiện một hành vi, là tiền đề gần nhất của việc thực hiện hành vi (Bandura, 2004; Noar & Zimmerman, 2005; Fishbein & cộng sự, 2001). Fishbein & Ajzen (1981) cho rằng ý định thực hiện một hành vi cụ thể nào đó sẽ có trước hành vi thực tế. Căn cứ vào TRA, ý định càng mạnh mẽ càng khiến động lực thực hiện hành vi tăng lên, làm tăng khả năng hành vi được thực hiện. Ý định thực hiện một hành vi tiêu dùng bền vững có trước hành động thực tế, ý định càng mạnh thì động cơ thực hiện hành vi này càng lớn. Vì vậy, tác giả đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết 1: Ý định ảnh hưởng tích cực đến hành vi tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng trong bối cảnh Covid-19.

Thái độ đề cập đến cách mọi người cảm thấy đối với một hành vi cụ thể và là một trong những nhân tố quyết định ý định hành vi (Albarracín & Ajzen, 2007). Thái độ đối với một hành vi nhất định có thể là tích cực, tiêu cực hoặc trung lập (Fishbein, 1967). Thái độ ủng hộ môi trường được hình thành khi một cá nhân thể hiện thái độ thuận lợi hoặc không thuận lợi hướng tới một loại hành vi ủng hộ môi trường cụ thể (Singh & Gupta, 2013). Nghiên cứu của Waris & Hameed (2020) về ý định mua của người tiêu dùng đối với các thiết bị tiết kiệm năng lượng cho thấy rằng thái độ của người tiêu dùng là một nhân tố dự báo quan trọng và tác động mạnh đến ý định mua hàng của người tiêu dùng đối với các thiết bị tiết kiệm năng lượng. Matharu & cộng sự (2020) cũng kết luận thái độ ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng bền vững tại Ấn Độ. Với các lập luận ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết 2: Thái độ ảnh hưởng tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng trong bối cảnh Covid-19.

Chuẩn chủ quan đề cập đến nhận thức về áp lực xã hội khi một cá nhân thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi (Ajzen, 1991). Đối với hành vi ủng hộ môi trường, chuẩn chủ quan được đại diện bởi cấu trúc xã hội của một cá nhân, thường được tạo thành bởi quan điểm của gia đình, đồng nghiệp và lãnh đạo trong việc hình thành ý định thực hiện hành vi của cá nhân (Grønhoj & Thøgersen, 2012; Prati & cộng sự, 2017). Theo Alexa & cộng sự (2021), chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19. Ngoài ra, một số nghiên cứu khác cũng đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa chuẩn chủ quan và ý định tiêu dùng bền vững, chẳng hạn như ý định đặt phòng khách sạn xanh (Chen & Tung, 2014; Han & cộng sự, 2010), ý định mua thực phẩm hữu cơ (Dean & cộng sự, 2012) và tiêu dùng có ý thức về môi trường (Moser, 2015; Tsarenko & cộng sự, 2013). Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết 3: Chuẩn chủ quan ảnh hưởng tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng trong bối cảnh Covid-19.

Nhận thức kiểm soát hành vi được định nghĩa là nhận thức của một người về mức độ dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện một hành vi (Ajzen, 1991). Theo Wynveen & Sutton (2017), khi các cá nhân nhận thấy rằng họ thiếu các nguồn lực cần thiết để tham gia vào các hành vi ủng hộ môi trường, họ có xu hướng tham gia vào các hành vi có chọn lọc và hạn chế. Nghiên cứu của Nguyễn Kim Nam (2015) còn chỉ ra rằng nhận thức kiểm soát hành vi vì môi trường tác động tích cực đến ý định tiêu dùng đối với nhóm người có niềm tin cao. Các nghiên cứu thực nghiệm đã chứng minh tác động trực tiếp và mạnh mẽ của nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi lên ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng (Joshi & cộng sự, 2019; Yang & cộng sự, 2018; Vantamay, 2018). Vì vậy, tác giả đưa ra giả thuyết:

Giả thuyết 4: Nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững của người tiêu dùng trong bối cảnh Covid-19.

3. Phương pháp

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu chia làm hai giai đoạn. Trong giai đoạn đầu tiên, nghiên cứu định tính, tác giả áp dụng phương pháp nghiên cứu phỏng vấn sâu với đối tượng một số người tiêu dùng nhằm hiệu chỉnh, bổ sung hoặc loại bỏ những nhân tố và các quan sát tương ứng không được đề cập trong nội dung các cuộc phỏng vấn để đảm bảo tính phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Trong giai đoạn thứ hai, nghiên cứu định lượng sơ bộ, khảo sát và sử dụng kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha để khẳng định sự phù hợp của các thang đo trong mô hình nghiên cứu. Trong giai đoạn thứ ba, nghiên cứu định lượng chính thức, tác giả tiến hành khảo sát trên diện rộng, dữ liệu của cuộc khảo sát này được tác giả thống kê mô tả và thực hiện các kiểm định như kiểm định giá trị hội tụ và độ tin cậy của thang đo; kiểm định giá trị phân biệt; kiểm định đa cộng tuyến và kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu với sự hỗ trợ của ứng dụng SPSS 22.0 và SmartPLS 3.0.

3.2. Mẫu nghiên cứu

Đối với nghiên cứu định tính: sử dụng phương thức chọn mẫu là mẫu mục tiêu. Tác giả tiến hành phỏng

Bảng 1: Thống kê mẫu nghiên cứu định lượng chính thức

Tiêu chí	Số quan sát	Phần trăm (%)
<i>Giới tính</i>	551	100
Nam	275	49,9
Nữ	276	50,1
<i>Tuổi</i>	551	100
Dưới 18	61	11,1
Từ 18-24	163	29,6
Từ 25-35	106	19,2
Từ 36-45	93	16,9
Từ 46-55	76	13,8
Từ 56 trở lên	52	9,4
<i>Học vấn</i>	551	100
Dưới THPT	26	4,7
THPT	130	23,6
Trung cấp, Cao đẳng	82	14,9
Đại học	282	51,2
Sau đại học	31	5,6
<i>Nghề nghiệp</i>	551	100
Học sinh/Sinh viên	173	31,4
Công nhân viên chức	69	12,5
Lao động tự do	124	22,5
Nhân viên văn phòng	105	19,1
Nội trợ	37	6,7
Khác	43	7,8
<i>Hôn nhân</i>	551	100
Độc thân	274	49,7
Đã kết hôn	253	45,9
Ly hôn	13	2,4
Khác	11	2
<i>Số thành viên trong gia đình</i>	551	100
1	12	2,2
2-4	313	56,8
Nhiều hơn 4	226	41,0
<i>Thu nhập</i>	551	100
Dưới 6 triệu	313	56,8
6-10 triệu	116	21,1
11-15 triệu	48	8,7
16-20 triệu	30	5,4
21-30 triệu	23	4,2
Trên 30 triệu	21	3,8
<i>Nơi ở</i>	551	100
Miền Bắc	219	39,7
Miền Trung	143	26
Miền Nam	189	34,3

vấn sâu với 12 người tiêu dùng. Sự khác biệt về tuổi, giới tính, thu nhập, trình trạng hôn nhân, học vấn... là điều kiện để lựa chọn và đảm bảo tính khách quan của nghiên cứu.

Đối với nghiên cứu định lượng: áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Người tham gia khảo sát là những người tiêu dùng tại các tỉnh thành phố ở Việt Nam. Trong đó, số lượng người tham gia khảo sát phục vụ giai đoạn nghiên cứu định lượng sơ bộ gồm 60 người tiêu dùng, số lượng người tham gia khảo sát trên diện rộng phục vụ nghiên cứu định lượng chính thức là 551 người tiêu dùng sống tại các tỉnh thành Việt Nam đảm bảo tính đại diện sinh sống ở các khu vực miền Bắc, miền Trung và miền Nam. Phiếu khảo sát được gửi đến người tiêu dùng thông qua khảo sát trực tuyến bằng cách gửi link Google Docs vào tháng 10 năm 2021 trong bối cảnh Covid-19 diễn ra.

3.3. Thang đo

Tác giả đã sử dụng thang đo gồm 4 quan sát của Xiao & Li (2011) để đo lường ý định (IN); 3 quan sát của Xiao & Li (2011) để đo lường hành vi (BE); 5 quan sát của Lovelace & Brickman (2013) để đo lường thái độ (AT); 4 quan sát của Paul & cộng sự (2016) để chuẩn chủ quan (SN) và 3 quan sát của Paul & cộng sự (2016) để đo lường nhận thức kiểm soát hành vi (PBC). Mỗi một quan sát được đo lường bằng thang đo Likert từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý).

4. Kết quả

4.1. Kết quả kiểm định giá trị hội tụ và độ tin cậy của thang đo

Thứ nhất, về giá trị hội tụ, tác giả xem xét hệ số tải ngoài (outer loading) của các quan sát và phương sai trích trung bình (average variance extracted - AVE) (Fornell & Larcker, 1981). Nếu hệ số tải ngoài càng cao, điều đó có nghĩa là biến quan sát sẽ cùng đo lường chung một nhân tố. Hair & cộng sự (2016) cho rằng hệ số tải ngoài cần lớn hơn hoặc bằng 0,7 thì biến quan sát đó là chất lượng. Đồng thời, Fornell & Larcker (1981) cho rằng để nhân tố đạt giá trị hội tụ thì AVE đạt từ khoảng 0,5 trở lên. Trong Bảng 2, kết quả thống kê cho thấy tất cả các hệ số nhân tố tải ngoài của các biến quan sát của mô hình nghiên cứu đều lớn hơn 0,7; AVE đều lớn hơn 0,5 và giao động từ 0,718 đến 0,882.

Thứ hai, về độ tin cậy thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR). Theo Giao & Vuong (2019), hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) nên lớn hơn hoặc bằng 0,7 để đảm bảo độ tin cậy của mô hình nghiên cứu. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo thể hiện trong Bảng 2 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) đều lớn hơn 0,7. Hệ số

Bảng 2: Giá trị hội tụ và độ tin cậy của thang đo

Nhân tố	Kí hiệu	Tính giá trị		Độ tin cậy	
		Hệ số tải ngoài	AVE	Cronbach's Alpha	CR
Hành vi (BE)	BE1	0,920	0,882	0,932	0,957
	BE2	0,955			
	BE3	0,942			
Ý định (IN)	IN1	0,950	0,871	0,950	0,964
	IN2	0,953			
	IN3	0,933			
	IN4	0,896			
Thái độ (AT)	AT1	0,854	0,749	0,916	0,937
	AT2	0,868			
	AT3	0,859			
	AT4	0,886			
	AT5	0,861			
Chuẩn chủ quan (SN)	SN1	0,854	0,718	0,869	0,911
	SN2	0,882			
	SN3	0,857			
	SN4	0,794			
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)	PBC1	0,886	0,817	0,888	0,930
	PBC 2	0,906			
	PBC 3	0,919			

Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) tối thiểu lần lượt là 0,869 và 0,911.

4.2. Kết quả kiểm định giá trị phân biệt

Giá trị phân biệt chính là việc xem xét một khái niệm có thực sự khác với so với các khái niệm nghiên cứu khác bởi những tiêu chuẩn thực nghiệm. Fornell & Larcker (1981) khuyến nghị rằng tính phân biệt được đảm bảo khi căn bậc hai của AVE cho mỗi biến tiềm ẩn cao hơn tất cả tương quan giữa các biến tiềm ẩn với nhau. Giá trị phân biệt được đánh giá qua những tiêu chí sau: (1) Hệ số tải chéo (Cross Loading) và (2) Tiêu chuẩn Fornell & Larcker. Kết quả phân tích cho thấy các hệ số tải nhân tố của biến đo lường (in đậm) là lớn hơn tất cả các hệ số tải chéo của các khái niệm nghiên cứu khác (Bảng 3). Bên cạnh đó, hệ số Fornell & Larcker - căn bậc hai của giá trị AVE của một cấu trúc (in đậm) là lớn hơn mỗi tương quan với tất cả các cấu trúc khác (Bảng 4).

Bảng 3: Hệ số tải nhân tố

	AT	IN	PBC	BE	SN
AT1	0,854	0,511	0,441	0,370	0,534
AT2	0,868	0,518	0,396	0,341	0,538
AT3	0,859	0,565	0,469	0,373	0,591
AT4	0,886	0,558	0,445	0,350	0,546
AT5	0,861	0,543	0,455	0,359	0,605
IN1	0,591	0,950	0,432	0,382	0,495
IN2	0,599	0,953	0,435	0,392	0,498
IN3	0,609	0,933	0,417	0,402	0,478
IN4	0,526	0,896	0,427	0,433	0,486
PBC1	0,495	0,424	0,886	0,308	0,482
PBC2	0,398	0,369	0,906	0,272	0,456
PBC3	0,482	0,442	0,919	0,370	0,519
BE1	0,329	0,361	0,307	0,920	0,337
BE2	0,421	0,432	0,353	0,955	0,354
BE3	0,409	0,416	0,332	0,942	0,339
SN1	0,542	0,437	0,442	0,325	0,854
SN2	0,529	0,452	0,462	0,317	0,882
SN3	0,594	0,486	0,470	0,320	0,857
SN4	0,541	0,395	0,454	0,275	0,794

Bảng 4: Thống kê giá trị phân biệt Fornell-Larcker Criterion

	AT	IN	PBC	BE	SN
AT	0,866				
IN	0,624	0,933			
PBC	0,510	0,458	0,904		
BE	0,414	0,431	0,353	0,939	
SN	0,651	0,524	0,539	0,366	0,848

Bên cạnh đó, Henseler & cộng sự (2015) đã đưa ra những bằng chứng thuyết phục rằng các phương pháp của Fornell & Larcker (1981) đề xuất sẽ không thực sự đánh giá được tính phân biệt của một thang đo. Do đó, tác giả này đã đề xuất một phương pháp đánh giá thay thế và được chấp nhận rộng rãi trong giới nghiên cứu, gọi là chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait (Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations), viết tắt là HTMT. Henseler & cộng sự (2015) đưa ra đề xuất về hai ngưỡng đánh giá giá trị phân biệt giữa tập chỉ báo của biến tiềm ẩn i và của biến tiềm ẩn j như sau:

- Nếu $HTMT_{ij} > 0,9$, khó đạt được giá trị phân biệt giữa hai biến tiềm ẩn i và j. Có nghĩa là dữ liệu của tập chỉ báo i và j khá tương đồng nhau.

- Nếu $HTMT_{ij} \leq 0,85$, đạt được giá trị phân biệt giữa hai biến tiềm ẩn i và j.

Theo kết quả thể hiện ở Bảng 5, dữ liệu cho thấy các chỉ số đều nhỏ hơn 0,85 và đạt giá trị phân biệt giữa các biến.

4.3. Kiểm định đa cộng tuyến

Theo Hair & cộng sự (2019), nếu VIF từ 5 trở đi, mô hình có khả năng rất cao xuất hiện hiện tượng đa

Bảng 5: Thống kê chỉ số HTMT

	AT	IN	PBC	BE	SN
AT					
IN	0,667				
PBC	0,561	0,496			
BE	0,445	0,456	0,383		
SN	0,729	0,575	0,612	0,405	

cộng tuyến. Ngưỡng đánh giá VIF do nhóm tác giả này đề xuất như sau:

- $VIF \geq 5$: Khả năng xuất hiện đa cộng tuyến là rất cao.
- $3 \leq VIF \leq 5$: Có thể gặp hiện tượng đa cộng tuyến.
- $VIF < 3$: Có thể không có hiện tượng đa cộng tuyến.

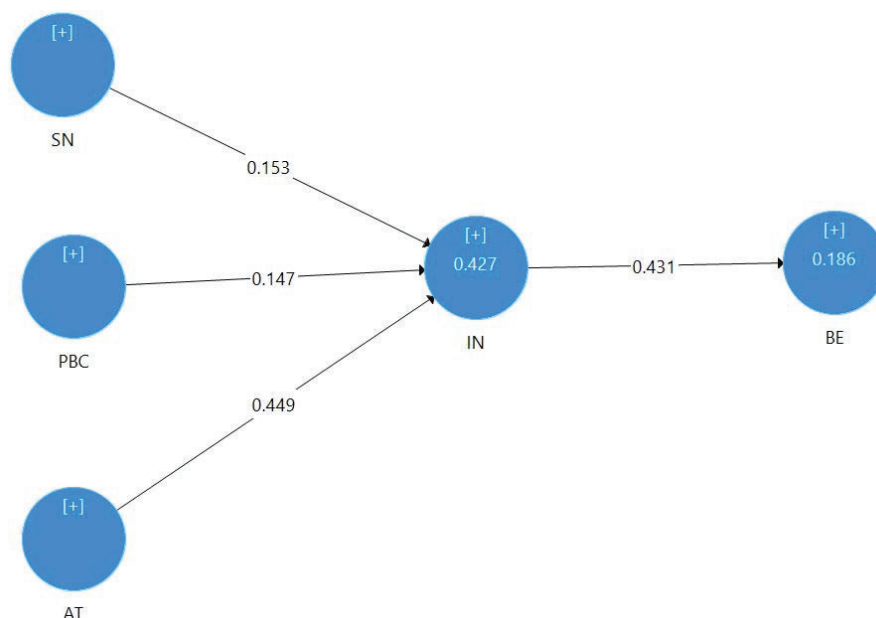
Kết quả thống kê cho thấy giá trị VIF bên trong tối đa của các cấu trúc là 1,931 (Bảng 6) nên có thể kết luận rằng hiện tượng đa cộng tuyến không xuất hiện trong nghiên cứu này.

Bảng 6: Thống kê đa cộng tuyến

	AT	IN	PBC	BE	SN
AT					
IN		1,852			
PBC		1,503			
BE				1,000	
SN		1,931			

4.4. Kết quả kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Từ kết quả ở Hình 1 và Bảng 7 ta thấy tất cả các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$). Do đó, tất cả các giả thuyết của mô hình nghiên cứu đều được chấp nhận. Trong đó, thái độ được cho là có ảnh hưởng

Hình 1: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc (SEM) – Dạng chuẩn hóa**Bảng 7: Kết quả kiểm định các giả thuyết**

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Độ lệch chuẩn	Thống kê T	Giá trị P	Kết luận
H1	IN -> BE	0,431	0,043	10,026	0,000	Chấp nhận
H2	AT -> IN	0,449	0,049	9,098	0,000	Chấp nhận
H3	SN -> IN	0,153	0,048	3,180	0,001	Chấp nhận
H4	PBC -> IN	0,147	0,038	3,810	0,000	Chấp nhận

đến ý định tiêu dùng bền vững mạnh hơn so với chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi.

5. Thảo luận và kết luận

5.1. Thảo luận

Thứ nhất, ý định càng mạnh mẽ càng khiến động lực thực hiện hành vi tăng lên, điều đó dẫn đến kết quả là làm tăng khả năng hành vi được thực hiện. Trong nghiên cứu này, ý định tiêu dùng bền vững có tác động tích cực mạnh đến hành vi tiêu dùng bền vững với chỉ số $\beta = 0,431$.

Thứ hai, thái độ ảnh hưởng tích cực tới ý định tiêu dùng bền vững với $\beta = 0,449$ cao hơn so với ảnh hưởng từ chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Một số nghiên cứu trước đây là đưa ra kết luận về mối quan hệ thuận chiều này như Alexa & cộng sự (2021), Aghaei & cộng sự (2021), Degli-Esposti & cộng sự (2021), Joanes & cộng sự (2020), Klöckner (2013), Matharu & cộng sự (2020), Setiawan & cộng sự (2014), Yang & cộng sự (2018). Thái độ tích cực đối với các sản phẩm bền vững là một nhân tố kích thích tiêu dùng bền vững (Vermeir & Verbeke, 2008).

Thứ ba, chuẩn chủ quan và ý định tiêu dùng bền vững có mối quan hệ đồng thuận. Kết luận này tương tự như nghiên cứu về việc sử dụng phương tiện giao thông công cộng (Donald & cộng sự, 2014; Klöckner & Blöbaum, 2010).

Thứ tư, nhận thức kiểm soát hành vi có mối quan hệ tích cực với ý định tiêu dùng bền vững. Kết quả này cũng từng được đưa ra trong nghiên cứu của Alexa & cộng sự (2021), Klöckner & Blöbaum (2010), Klöckner (2013), López-Mosquera & Sánchez (2012), Matharu & cộng sự (2020), Setiawan & cộng sự (2014), Yang & cộng sự (2018). Tại Việt Nam, nghiên cứu của Mai (2019) cũng cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi tác động mạnh và đứng thứ hai, chỉ sau nhân tố thái độ tới ý định tiêu dùng xanh.

5.2. Kết luận

Trong bối cảnh Covid-19, kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến ý định tiêu dùng bền vững, đồng thời, ý định cũng có mối quan hệ đồng thuận với hành vi tiêu dùng bền vững. Do đó, cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp có thể tham khảo một số đề xuất sau:

Đối với *cơ quan quản lý nhà nước*, cần có biện pháp nhằm nâng cao nhận thức về tiêu dùng bền vững thông qua việc đưa nội dung tiêu dùng bền vững vào chương trình đào tạo từ bậc Tiểu học; truyền thông các phương pháp tiêu dùng bền vững bằng cách lồng ghép vào các bản tin thời sự, chương trình giải trí, các mục thông tin hàng ngày, hàng tuần để đưa đến kiến thức chính xác và bổ ích về tiêu dùng bền vững...

Đối với *doanh nghiệp*, nên tập trung đầu tư lĩnh vực nghiên cứu R&D để phát triển các sản phẩm không gây hại đến môi trường; sử dụng và khuyến khích người tiêu dùng sử dụng bao gói thân thiện với môi trường; tạo điều kiện và hướng dẫn (có thể bằng cách in trên bao bì) người tiêu dùng cách tái chế và xử lý sản phẩm sau khi đã sử dụng...

Tài liệu tham khảo:

- Aghaei, M., Sahebi, A.G. & Kordheydari, R. (2021), 'Investigating the change in customers' sustainable consumption behavior after the outbreak of COVID-19', *International Journal of Applied Marketing*, 6(1), 34-49.
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Albarracín, D. & Ajzen, I. (2007), 'Predicting and changing behavior: A reasoned action approach', in *Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach*, Ajzen, I., Albarracín, D. & Hornik, R. (Eds.), Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, NJ, 3-21.
- Alexa, L., Apetrei, A. & Sapena, J. (2021), 'The COVID-19 lockdown effect on the intention to purchase sustainable brands', *Sustainability*, 13(6), p.3241.

- Anssi, T. & Sanna, S. (2005), 'Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food', *British Food Journal*, 107, 808-822
- Arı, E. & Yılmaz, V. (2017), 'Consumer attitudes on the use of plastic and cloth bags', *Environment, Development and Sustainability*, 19(4), 1219-1234.
- Ayar, I. & Gürbüz, A. (2021), 'Sustainable consumption intentions of consumers in Turkey: A research within the theory of planned behavior', *SAGE Open*, 11(3), p.21582440211047563.
- Bamberg, S., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2003), 'Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit, and reasoned action', *Basic and applied social psychology*, 25(3), 175-187.
- Bamberg, S., Hunecke, M. & Blöbaum, A. (2007), 'Social context, personal norms, and the use of public transportation: Two field studies', *Journal of environmental psychology*, 27(3), 190-203.
- Bandura, A. (2004), 'Health promotion by social cognitive means', *Health education & behavior*, 31(2), 143-164.
- Boldero, J. (1995), 'The prediction of household recycling of newspapers: The role of attitudes, intentions, and situational factors', *Journal of Applied Social Psychology*, 25(5), 440-462.
- Bulut, Z.A., Kökalan Çımrın, F. & Doğan, O. (2017), 'Gender, generation and sustainable consumption: Exploring the behaviour of consumers from Izmir, Turkey', *International Journal of Consumer Studies*, 41(6), 597-604.
- Cái Trịnh Minh Quốc, Hoàng Trọng Hùng & Phạm Lê Hoàng Linh (2020), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và hành vi sử dụng túi thân thiện với môi trường của người tiêu dùng tại các siêu thị trên địa bàn thành phố Huế', *Hue University Journal of Science: Economics and Development*, 129(5B), 5-21.
- Chen, M.F. & Tung, P.J. (2014), 'Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels', *International journal of hospitality management*, 36, 221-230.
- Cohen, M.J. (2020), 'Does the Covid-19 outbreak mark the onset of a sustainable consumption transition?', *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16(1), 1-3.
- Degli Esposti, P., Mortara, A. & Roberti, G. (2021), 'Sharing and sustainable consumption in the era of COVID-19', *Sustainability*, 13(4), p.1903.
- De Groot, J. & Steg, L. (2007), 'General beliefs and the theory of planned behavior: The role of environmental concerns in the TPB', *Journal of Applied Social Psychology*, 37(8), 1817-1836.
- Dean, M., Raats, M.M. & Shepherd, R. (2012), 'The role of self-identity, past behavior, and their interaction in predicting intention to purchase fresh and processed organic food', *Journal of applied social psychology*, 42(3), 669-688.
- Dhanda, T.K. (2019), 'Achieving triple dividend through mindfulness: More sustainable consumption, less unsustainable consumption and more life satisfaction', *Ecological economics*, 161, 83-90.
- Donald, I.J., Cooper, S.R. & Conchie, S.M. (2014), 'An extended theory of planned behaviour model of the psychological factors affecting commuters' transport mode use', *Journal of environmental psychology*, 40, 39-48.
- Fishbein, M. (1967), 'Attitude and the prediction of behavior', in *Readings in Attitude Theory and Measurement*, Fishbein, M. (Ed.), New York: Wiley.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1981), 'Attitudes and voting behavior: an application of the theory of reasoned action', in *Progress in Applied Social Psychology*, Stephenson, G.M. & Davis, J.M. (Eds.), Wiley, London, 253-313.
- Fishbein, M., Hennessy, M., Kamb, M., Bolan, G.A., Hoxworth, T., Iatesta, M. & Project RESPECT Study Group (2001), 'Using intervention theory to model factors influencing behavior change: Project RESPECT', *Evaluation & the health professions*, 24(4), 363-384.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981), 'Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error', *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Geng, J., Long, R., Chen, H. & Li, W. (2017), 'Exploring the motivation-behavior gap in urban residents' green travel behavior: A theoretical and empirical study', *Resources, Conservation and Recycling*, 125, 282-292.

- Giao, H.N.K. & Vuong, B.N. (2019), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh cập nhật SmartPLS*, Nhà xuất bản Tài chính, thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- Grønhoj, A. & Thøgersen, J. (2012), 'Action speaks louder than words: The effect of personal attitudes and family norms on adolescents' pro-environmental behaviour', *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 292-302.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2016), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, 2nd edition, Sage Publications.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., Gudergan, S.P., Fischer, A., Nitzl, C. & Menictas, C. (2019), 'Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in modeling retailer choice', *Business Research*, 12, 115-142.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135.
- Joanes, T., Gwozdz, W. & Klöckner, C.A. (2020), 'Reducing personal clothing consumption: A cross-cultural validation of the comprehensive action determination model', *Journal of Environmental Psychology*, 71, p.101396.
- Joshi, Y., Sangroya, D., Srivastava, A.P. & Yadav, M. (2019), 'Modelling the predictors of young consumers' sustainable consumption intention', *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 24(4), e1663.
- Jribi, S., Ben Ismail, H., Doggui, D. & Debbabi, H. (2020), 'COVID-19 virus outbreak lockdown: What impacts on household food wastage?', *Environment, Development and Sustainability*, 22(5), 3939-3955.
- Hà Nam Khánh Giao & Đinh Thị Kiều Nhung (2018), 'Một số yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh tại Thành phố Hồ Chí Minh', *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Đồng Tháp*, 30, 46-55.
- Han, H., Hsu, L.T.J. & Sheu, C. (2010), 'Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmentally friendly activities', *Tourism management*, 31(3), 325-334.
- Hoàng Thị Bảo Thoa (2016), 'Xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và hàm ý đối với Việt Nam', *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, 32(1), 66-72.
- Kaiser, F.G. & Shimoda, T.A. (1999), 'Responsibility as a predictor of ecological behaviour', *Journal of Environmental Psychology*, 19(3), 243-253.
- Klöckner, C.A. (2013), 'A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour - A meta-analysis', *Global environmental change*, 23(5), 1028-1038.
- Klöckner, C.A. & Blöbaum, A. (2010), 'A comprehensive action determination model: Toward a broader understanding of ecological behavior using the example of travel mode choice', *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 574-586.
- López-Mosquera, N. & Sánchez, M. (2012), 'Theory of Planned Behavior and the Value-Belief-Norm Theory explaining willingness to pay for a suburban park', *Journal of environmental management*, 113, 251-262.
- Lovelace, M. & Brickman, P. (2013), 'Best practices for measuring students' attitudes toward learning science', *CBE-Life Sciences Education*, 12(4), 606-617.
- Mai, N.T.T. (2019), 'An investigation into the relationship between materialism and green purchase behavior in Vietnam and Taiwan', *Journal of Economics and Development*, 21(2), 247-258.
- Mannetti, L., Pierro, A. & Livi, S. (2004), 'Recycling: Planned and self-expressive behaviour', *Journal of environmental psychology*, 24(2), 227-236.
- Matharu, M., Jain, R. & Kamboj, S. (2020), 'Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: a sharing economy perspective', *Management of environmental quality: An international Journal*, 32(1), 20-40.
- Moser, A.K. (2015), 'Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior', *Journal of consumer marketing*, 32, 167-175.
- Nguyễn Kim Nam (2015), 'Ý định tiêu dùng thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng trẻ: vai trò của niềm tin', *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 8(93), 104-108.
- Noar, S.M. & Zimmerman, R.S. (2005), 'Health behavior theory and cumulative knowledge regarding health behaviors: are we moving in the right direction?', *Health education research*, 20(3), 275-290.

-
- Nosek, B.A., Graham, J., Lindner, N.M., Kesebir, S., Hawkins, C.B., Hahn, C. & Tenney, E.R. (2010), 'Cumulative and career-stage citation impact of social-personality psychology programs and their members', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(10), 1283-1300.
- Ohtomo, S. & Ohnuma, S. (2014), 'Psychological interventional approach for reduce resource consumption: Reducing plastic bag usage at supermarkets', *Resources, Conservation, and recycling*, 84, 57-65.
- Paul, J., Modi, A. & Patel, J. (2016), 'Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action', *Journal of retailing and consumer services*, 29, 123-134.
- Phạm Tuấn Anh & Nguyễn Thị Thu Hồng (2019), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống: Nghiên cứu trường hợp sinh viên các trường đại học tại khu vực Hà Nội', *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 131, 23-31.
- Prati, G., Albanesi, C. & Pietrantoni, L. (2017), 'The interplay among environmental attitudes, pro-environmental behavior, social identity, and pro-environmental institutional climate: A longitudinal study', *Environmental Education Research*, 23(2), 176-191.
- Rise, J., Sheeran, P. & Hukkelberg, S. (2010), 'The role of self-identity in the theory of planned behavior: A meta-analysis', *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1085-1105.
- Setiawan, P.Y., Troena, E.A. & Armanu, N. (2014), 'The effect of e-WOM on destination image, satisfaction and loyalty', *International Journal of Business and Management Invention*, 3(1), 22-29.
- Singh, N. & Gupta, K. (2013), 'Environmental attitude and ecological behaviour of Indian consumers', *Social Responsibility Journal*, 9(1), 4-18.
- Sparks, P. & Shepherd, R. (1992), 'Self-identity and the theory of planned behavior: Assessing the role of identification with green consumerism', *Social psychology quarterly*, 55(4), 388-399.
- Steg, L. & Vlek, C. (2009), 'Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda', *Journal of environmental psychology*, 29(3), 309-317.
- Taylor, S. & Todd, P. (1997), 'Understanding the determinants of consumer composting behavior', *Journal of Applied Social Psychology*, 27(7), 602-628.
- Tsarenko, Y., Ferraro, C., Sands, S. & McLeod, C. (2013), 'Environmentally conscious consumption: The role of retailers and peers as external influences', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(3), 302-310.
- Vantamay, N. (2018), 'Investigation and recommendations on the promotion of sustainable consumption behavior among young consumers in Thailand', *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 51-58.
- Vermeir, I. & Verbeke, W. (2008), 'Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behavior and the role of confidence and values', *Ecological economics*, 64(3), 542-553.
- Waris, I. & Hameed, I. (2020), 'Promoting environmentally sustainable consumption behavior: an empirical evaluation of purchase intention of energy-efficient appliances', *Energy Efficiency*, 13(8), 1653-1664.
- Wynveen, C.J. & Sutton, S.G. (2017), 'Engaging great barrier reef stakeholders: Mediation analyses of barriers among the antecedents of pro-environmental behavior', *Human Dimensions of Wildlife*, 22(2), 126-141.
- Xiao, J.J. & Li, H. (2011), 'Sustainable consumption and life satisfaction', *Social indicators research*, 104(2), 323-329.
- Yang, S., Li, L. & Zhang, J. (2018), 'Understanding consumers' sustainable consumption intention at china's double-11 online shopping festival: An extended theory of planned behavior model', *Sustainability*, 10(6), p.1801.

ẢNH HƯỞNG CỦA MARKETING XANH ĐẾN KẾT QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Xuân Hồng
Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
Email: nguyenthixuanhong@hauui.edu.vn

Mã bài: JED-695
Ngày nhận: 31/05/2022
Ngày nhận bản sửa: 05/08/2022
Ngày duyệt đăng: 08/11/2022

Tóm tắt:

Nghiên cứu này được thực hiện để xem xét sự ảnh hưởng của các yếu tố trong marketing xanh với kết quả tài chính của doanh nghiệp. Phương pháp nghiên cứu sử dụng là phương pháp định lượng với mẫu nghiên cứu gồm 255 doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ ở Việt Nam. Các yếu tố của marketing xanh được nghiên cứu gồm: sản phẩm xanh, giá xanh, phân phối xanh, xúc tiến xanh, con người xanh, quy trình xanh và cơ sở vật chất xanh. Kết quả phân tích định lượng từ mẫu nghiên cứu cho thấy sản phẩm xanh, phân phối xanh, xúc tiến xanh và quy trình xanh tác động tích cực đến kết quả tài chính; giá xanh ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả tài chính; còn con người xanh, cơ sở vật chất xanh không có dấu hiệu ảnh hưởng đến kết quả tài chính của doanh nghiệp. Qua kết quả nghiên cứu, nhóm nghiên cứu đề ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao kết quả tài chính của doanh nghiệp trên nền tảng áp dụng marketing xanh.

Từ khóa: Marketing xanh, kết quả tài chính, doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Mã JEL: F65, M31, O16

Impact of green marketing on financial performance of small and medium firms in Vietnam

Abstract

This study was conducted to examine the relationship between elements of green marketing and financial performance of firms. The research employed a quantitative method with a sample of 255 small and medium firms in Vietnam. The elements of the green marketing include green products, green prices, green distribution, green promotion, green people, green processes, and green facilities. The results illustrate that green products, green distribution, green incentives, and green processes have positive impacts on financial performance, but green prices negatively affect financial performance, and green people, green facilities don't have the significance of affecting financial performance. Based on the findings, some recommendations are proposed for improving financial performance of the small and medium firms.

Keywords: Green marketing, financial performance, small and medium firms.

JEL Codes: F65, M31, O16

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, vấn đề bảo vệ môi trường đang nhận được sự quan tâm của cơ quan nhà nước và xã hội cả về lý thuyết và thực tiễn. Điều này đã tạo áp lực buộc các doanh nghiệp phải thay đổi cách thức hoạt động sản xuất kinh doanh để gia tăng được hiệu quả kinh doanh nhưng vẫn phải đảm bảo các giá trị về môi trường, xã hội. Các doanh nghiệp có xu hướng áp dụng các phương thức thân thiện với môi trường trong các hoạt động như tiếp cận tài nguyên, vận hành, và marketing bền vững (marketing xanh) thay cho các phương thức truyền thống. Để đạt được mục tiêu đó rất nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu sửa đổi hành vi của mình trong nỗ lực giải quyết các mối quan tâm xã hội mới bằng cách dần đưa marketing xanh vào chiến lược điều hành

của mình. Theo Menon & Menon (1997), khi áp lực môi trường gia tăng buộc các doanh nghiệp phải thực hiện các chiến lược mới, marketing khác biệt, trong đó các marketing xanh, một chiến lược hướng đến bảo vệ môi trường, bảo vệ người tiêu dùng, sẽ là lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, nó sẽ giúp doanh nghiệp điều chỉnh mục tiêu hoạt động và hướng đến môi trường nhằm đảm bảo sự mong đợi của khách hàng.

Tại Việt Nam, những chuyển động theo hướng xanh hóa nền kinh tế bắt đầu rõ nét về mặt thể chế, trước hết thể hiện ở chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh của Việt Nam kèm theo các kế hoạch hành động về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020. Một số giải pháp chính sách đã được các bộ ngành triển khai gắn với tiêu dùng và sản xuất xanh như: *dán nhãn sinh thái, nhãn Xanh Việt Nam, Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả năm 2010, chương trình dán nhãn năng lượng*,... Những chính sách này từng bước cụ thể hóa chủ trương phát triển bền vững nói chung và tiêu dùng bền vững nói riêng. Mặc dù nhận thức rõ những ích lợi từ lợi thế khác biệt về cạnh tranh, đồng thời định hướng phát triển theo chủ trương xanh của Chính phủ nhưng không phải doanh nghiệp nào khi đánh giá được những lợi ích của chiến lược này đều sẵn sàng thực hiện nó bởi những cân nhắc về mối quan hệ doanh thu-chi phí-lợi nhuận và những giới hạn về nguồn lực của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, những marketing xanh này có thực sự đem lại hiệu quả tốt hơn về doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp? Điều này không chỉ các chuyên gia mà cả giới học thuật cũng ngày càng chú ý đến các vấn đề liên quan đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong bối cảnh cam kết và dung hòa trong mối quan hệ với phát triển bền vững từ marketing xanh trong doanh nghiệp. Đặc biệt là trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ với những ràng buộc và hạn chế nhất định về nguồn lực dẫn đến việc cân nhắc giữa việc thực hiện marketing xanh trong chiến lược hướng tăng cường kết quả tài chính (KQTC) và bảo vệ môi trường.

Xuất phát từ những vấn đề trên, nhu cầu nghiên cứu về thực hiện marketing xanh và sự tác động của nó đến kết quả tài chính trên cả phương diện lý thuyết và thực nghiệm, nhóm tác giả đã thu thập dữ liệu và tìm câu trả lời cho câu hỏi sự ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam như thế nào. Qua đó góp phần hoàn thiện về mặt lý luận và thực tiễn doanh nghiệp trong quá trình thực hiện chiến lược kinh doanh của mình.

2. Lý thuyết về marketing xanh

Bắt đầu từ những năm 1970, các vấn đề liên quan đến môi trường như không khí bị ô nhiễm, sỏi mòn, sạt lở đất đai hay sự biến mất của một số loài động vật trên thế giới bắt đầu nhận được sự quan tâm của các tổ chức xã hội cũng như chính phủ các nước. Do đó, một số khái niệm như “Marketing xã hội”, “Marketing xanh”, “Người tiêu dùng xanh”,... bắt đầu được hình thành. Cho đến năm 1975, hiệp hội Marketing Hoa kỳ, viết tắt là AMA bắt đầu thảo luận khái niệm “Marketing sinh thái”, nhưng cho đến cuối những năm 1980 và đầu 1990, Marketing xanh mới bắt đầu nổi lên. Tại thời điểm đó, Marketing xanh chỉ được hiểu theo khía cạnh bán hàng, vì vậy Marketing xanh còn là “phát triển và marketing các sản phẩm được thiết kế để nó giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường vật lý hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm”. Khái niệm Marketing xanh đã trở nên phổ biến hơn rất nhiều từ đầu những năm 1990. Theo Polonsky (1994), Marketing xanh còn được gọi là “Marketing môi trường”, “Marketing sinh thái”, “Marketing bền vững”, “Marketing cho sản phẩm xanh”. Marketing xanh bao gồm tất cả các hoạt động marketing gắn với trách nhiệm hướng đến bảo vệ môi trường. Khái niệm này đã đưa đến một sự thay đổi trong tư duy marketing truyền thống. Có nhiều nhà nghiên cứu đã đưa ra khái niệm marketing. Polonsky & Rosenberger (2001) cho rằng, marketing xanh là một tiếp cận tổng thể nhằm tiếp tục đánh giá lại bằng cách nào công ty đạt mục tiêu và đáp ứng nhu cầu khách hàng trong khi tối thiểu hóa dài hạn tác hại sinh thái. Theo Kotler & Armstrong (2009), marketing xanh là cách thức để đáp ứng nhu cầu hiện tại của khách hàng và doanh nghiệp trong khi vẫn giữ gìn và gia tăng khả năng đáp ứng nhu cầu cho thế hệ tương lai. Eneizan & cộng sự (2016), đã tổng hợp các nghiên cứu trước và cho rằng có ba cách định nghĩa về marketing xanh. Thứ nhất, marketing xanh làm hài lòng khách hàng quan tâm đến môi trường bằng cách quảng bá sản phẩm không gây hại cho môi trường. Định nghĩa thứ hai được dựa trên marketing mix cổ điển (4Ps) và sau đó được phát triển thành 5Ps+EE (eco-efficiency), bao gồm: kế hoạch, quy trình, sản phẩm, chiêu thị, con người và hiệu quả sinh thái.

Như vậy, không có một định nghĩa phổ quát về chiến lược marketing xanh, song có thể nhận thấy điểm chung ở các định nghĩa trên là marketing xanh hiện nay có xu hướng tập trung vào tất cả các hoạt động marketing hiện nay của doanh nghiệp theo hướng phát triển bền vững, tăng cường quan hệ xã hội, khai thác giá trị khách hàng một cách lâu dài.

3. Tổng quan nghiên cứu

Trong khoảng 25 năm trở lại đây, marketing xanh nổi lên như một sự phát triển trong nhận thức cũng như hoạt động để các doanh nghiệp, tổ chức cải thiện danh tiếng và nâng cao kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Đã có nhiều tác giả nghiên cứu về marketing xanh với nhiều chủ đề khác nhau. Theo Delafruez & cộng sự (2014), marketing xanh đã trải qua ba kỷ nguyên, kỷ nguyên đầu tiên từ những năm cuối thập niên 60 đến đầu những năm 70, với ý nghĩa “marketing xanh sinh thái” tập trung vào những vấn đề môi trường bên ngoài như ô nhiễm không khí. Giai đoạn này tập trung vào hiệu quả công nghiệp với môi trường. Kỷ nguyên thứ hai bắt đầu vào cuối những năm 80, với tên gọi “marketing môi trường xanh” xuất hiện hàng loạt những khái niệm mới như kỹ thuật sạch, tính bền vững, khách hàng và lợi thế cạnh tranh. Giai đoạn này bao gồm cả ngành công nghiệp và ngành dịch vụ. Kỷ nguyên thứ ba là “marketing xanh bền vững”, sự phát triển bền vững trong khoa học marketing đã tạo ra sự tác động to lớn đến nền kinh tế. Cho dù nghiên cứu marketing xanh ở các giai đoạn khác nhau thì tác động của nó đến nền kinh tế nói chung và hiệu quả kinh doanh cụ thể là kết quả tài chính nói riêng trong mỗi doanh nghiệp luôn là chủ đề được các nhà khoa học quan tâm. Có nhiều công trình nghiên cứu riêng lẻ, nhưng đến năm 2016, Kumar đã tổng hợp 161 bài nghiên cứu trong khoảng 25 năm (từ 1990 đến 2014) cho thấy marketing xanh bao gồm bốn lĩnh vực: Marketing xanh, chức năng của marketing xanh, kết quả của marketing xanh và định hướng sinh thái với tỷ lệ của các nghiên cứu lần lượt là 18%, 28,5%, 77,6% và 19,7%. Nếu phân chia theo khu vực, đa số các nghiên cứu được thực hiện ở các quốc gia Châu Âu (48%), tiếp theo là khu vực Bắc Mỹ (30%), Châu Á (12,5%), 9% ở Châu Úc và 1% các nghiên cứu ở các quốc gia Nam Mỹ. Ở Châu Á, các nghiên cứu liên quan đến marketing

Bảng 1: Tổng hợp kết quả nghiên cứu về marketing xanh

Tác giả (năm)	Phạm vi nghiên cứu	Yếu tố của marketing xanh	Thước đo về hiệu quả kinh doanh	Kết quả nghiên cứu
Menon & Menon (1997)	31 giám đốc marketing ở 7 thành phố của Mỹ.	Nguyên tắc hoạt động xã hội và hướng đến môi trường	Doanh thu Lợi nhuận. Thị phần Danh tiếng doanh nghiệp	Marketing xanh làm tăng doanh thu, lợi nhuận và thị phần.
Baker & Sinkula (2005)	243 doanh nghiệp sản xuất và dịch vụ.	Quy trình xanh	Chi phí sản xuất Lợi nhuận	Thực hiện marketing giúp doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất và tăng lợi nhuận
Vaccaro (2009)	Tổng kết các nghiên cứu trước đó	Sản phẩm xanh Dịch vụ xanh Quy trình xanh	Doanh thu Lợi nhuận. Thị phần Tỷ lệ hoàn vốn đầu tư	Marketing xanh giúp tăng doanh thu, lợi nhuận, thị phần, tỷ lệ hoàn vốn đầu tư.
Lin & cộng sự (2013)	Nghiên cứu 4 doanh nghiệp xe máy của nước ngoài ở Việt nam	- Sản phẩm xanh	Vị trí thị trường Khối lượng bán Tỷ suất lợi nhuận Danh tiếng doanh nghiệp	Sản phẩm xanh ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh
Eneizan & cộng sự (2016)	386 đại lý xe ô tô ở Jordan	Sản phẩm xanh Giá xanh Phân phối xanh Chiều thị xanh Cơ sở vật chất xanh Con người xanh Quy trình xanh	Hiệu quả tài chính Hiệu quả phi tài chính.	Sản phẩm xanh, phân phối xanh, cơ sở vật chất xanh, quy trình xanh ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính và chỉ có Sản phẩm xanh, chiều thị xanh tác động đến hiệu quả phi tài chính.
Goh & cộng sự (2019)	Nghiên cứu các doanh nghiệp điện, điện tử ở Malaysia.	Sản phẩm xanh Giá xanh Địa điểm xanh Quảng bá xanh	Khả năng tiếp cận thị trường mới. Tỷ suất lợi nhuận Lợi thế cạnh tranh. Lợi nhuận. Sự hài lòng của khách hàng.	Địa điểm xanh không ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh (HQKD), còn lại các yếu tố khác ảnh hưởng tích cực đến HQKD.

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả.

xanh còn ít, do đó cần thiết có các nghiên cứu về năng lực marketing xanh và mối quan hệ giữa marketing xanh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, hai tác giả Roy & Barua (2016) đã tiến hành tổng hợp các nghiên cứu về marketing xanh trong giai đoạn từ năm 1944 đến đầu năm 2016, nhóm tác giả kết luận rằng nhu cầu các nghiên cứu liên quan đến marketing xanh và kết quả tài chính của các doanh nghiệp là rất lớn. Kết quả tổng hợp còn chỉ ra rằng đa số các nghiên cứu về marketing xanh được thực hiện ở những nước phát triển, rất ít nghiên cứu được thực hiện ở những nước đang phát triển và cần thiết phải nghiên cứu ở những đối tượng doanh nghiệp khác nhau, đặc biệt là tập trung vào kết quả tài chính của doanh nghiệp. Bảng 1 tổng hợp một số nghiên cứu về mối quan hệ giữa marketing xanh và hiệu quả kinh doanh trong đó có kết quả tài chính của doanh nghiệp.

Qua Bảng 1 ta có thể nhận thấy trên thế giới đã có những nghiên cứu chuyên sâu về mối quan hệ giữa marketing xanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, tuy nhiên những nghiên cứu này mới chỉ nghiên cứu ở một số lĩnh vực nhất định nên tính phổ quát chưa cao. Cần có những nghiên cứu chuyên sâu ở các lĩnh vực khác nhau để khẳng định được mối quan hệ tương quan giữa Marketing xanh và hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp một cách chính xác nhất.

Ở Việt Nam, cho đến hiện tại có rất ít các nghiên cứu chuyên sâu về marketing xanh, đại đa số các nghiên cứu chỉ tập trung vào sản phẩm xanh, nhận thức về môi trường, hành vi mua sản phẩm xanh hoặc các nghiên cứu về phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội,... Nghiên cứu của Nguyễn Phương Mai (2013) cho thấy những người có trình độ càng cao sẽ càng quan tâm về môi trường, họ có kiến thức về sản phẩm xanh sẽ dẫn đến thực hiện hành vi tiêu dùng xanh. Lin & cộng sự (2013) đã khảo sát 208 phiếu trả lời hợp lệ từ bốn doanh nghiệp nước ngoài đi đầu trong lĩnh vực sản xuất xe mô tô ở Việt Nam, kết quả cho thấy nhu cầu thị trường ảnh hưởng tích cực đến việc đổi mới sản phẩm xanh, kết quả tài chính, trong đó kết quả đổi mới sản phẩm xanh có mối quan hệ cùng chiều đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

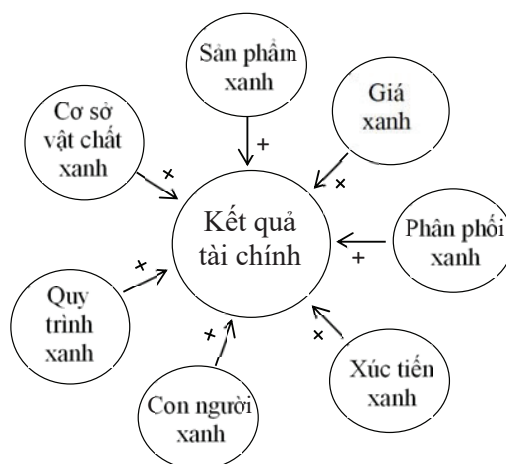
Nguyễn Thanh Vân & Nguyễn Thiện Duy (2020) đã tiến hành nghiên cứu định lượng 218 doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch lữ hành trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, kết quả nghiên cứu cho thấy marketing xanh bao gồm 18 biến quan sát và các yếu tố của marketing xanh ảnh hưởng tích cực đến kết quả tài chính. Tuy nhiên nghiên cứu này chỉ tập trung vào một lĩnh vực và một khu vực địa lý, là các doanh nghiệp hoạt động lữ hành trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

Như vậy, nghiên cứu về sự ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính tại các doanh nghiệp ở Việt Nam vẫn là một khoảng trống để các nhà nghiên cứu tiếp tục thực hiện, đặc biệt chưa có nghiên cứu được công bố liên quan đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Do đó, bài báo này tiến hành nghiên cứu thực nghiệm nhằm tìm ra sự ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Mô hình nghiên cứu

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Bảng 2: Các biến trong mô hình nghiên cứu

Nhân tố	Kí hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Sản phẩm xanh	SPX1 SPX2 SPX3 SPX4	1. Doanh nghiệp có sản xuất kinh doanh các sản phẩm thân thiện với môi trường 2. Doanh nghiệp ưu tiên kinh doanh các sản phẩm xanh 3. Doanh nghiệp xây dựng các chính sách bán hàng liên quan đến môi trường 4. Doanh nghiệp gia tăng các dịch vụ hậu mãi cho sản phẩm xanh.	Eneizan & cộng sự (2016).
Giá xanh	GX1 GX2 GX3 GX4	1. Chi phí sản xuất đã bao gồm chi phí bảo vệ môi trường 2. Có các giải pháp tiết kiệm tối đa chi phí sản xuất các sản phẩm xanh 3. Tăng khả năng cạnh tranh về giá cả đối với các sản phẩm xanh 4. Giá của sản phẩm xanh thường cao hơn giá của sản phẩm truyền thống	
Phân phối xanh	PPX1 PPX2 PPX3 PPX4 PPX5	1. Lựa chọn các nhà cung cấp và đối tác chiến lược cam kết bảo vệ môi trường 2. Xây dựng kênh phân phối đảm bảo các thành viên trong kênh có ý thức bảo vệ môi trường 3. Xây dựng kênh phân phối thể hiện trách nhiệm bảo vệ môi trường 4. Hợp tác với các chuỗi phân phối các sản phẩm xanh 5. Tái sử dụng bao bì, thiết bị vận chuyển, bảo quản, lưu kho trong kho vận	
Xúc tiến xanh/Chiêu mộ xanh	XTX1 XTX2 XTX3 XTX4 XTX5 XTX6	1. Các hoạt động xúc tiến hỗn hợp hướng đến bảo vệ môi trường. 2. Xây dựng các thông điệp truyền thông hướng tới bảo vệ môi trường 3. Xây dựng thông điệp truyền thông đến định vị thương hiệu xanh 4. Sử dụng những thông tin lợi ích về sức khỏe và bảo vệ môi trường để thuyết phục khách hàng tiêu dùng các sản phẩm xanh. 5. Xây dựng chính sách khuyến mại hấp dẫn cho các sản phẩm xanh 6. Thường xuyên cải tiến các công cụ xúc tiến hỗn hợp liên quan đến bảo vệ môi trường	
Con người xanh	CNX1 CNX2 CNX3 CNX4	1. Đào tạo cho nhân viên về các vấn đề bảo vệ môi trường 2. Có chính sách tặng thưởng nhân viên khi họ có những sáng kiến bảo vệ môi trường 3. Nâng cao nhận thức cho người lao động về bảo vệ môi trường 4. Nâng cao nhận thức cho người lao động về các sản phẩm xanh	
Quy trình xanh	QTX1 QTX2 QTX3	1. Doanh nghiệp có quy trình sản xuất kinh doanh dựa trên chứng nhận về tiêu chuẩn chất lượng 2. Doanh nghiệp áp dụng hiệu quả sử dụng nguyên vật liệu xanh 3. Doanh nghiệp áp dụng quy trình tiết kiệm năng lượng	
Cơ sở vật chất xanh	CSVC1 CSVC2 CSVC3 CSVC4 CSVC5 CSVC6 CSVC7 CSVC8 CSVC9	1. Thực hành tiết kiệm năng lượng 2. Thực hành tiết kiệm nước 3. Thực hành quản lý chất thải 4. Sử dụng các nguồn tái tạo 5. Sử dụng trang trí xanh 6. Sử dụng đồ nội thất thân thiện với môi trường 7. Sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo xanh 8. Sử dụng quần áo bảo hộ xanh 9. Sử dụng chứng nhận xanh	Nguyễn Thiện Duy (2020)
Kết quả tài chính	KQTC1 KQTC2	1. Tăng trưởng doanh thu 2. Tăng trưởng lợi nhuận	

Lý thuyết Marketing xanh là nền tảng cho sự ủng hộ cho quan điểm, nếu doanh nghiệp muốn tăng kết quả tài chính thì doanh nghiệp cần có những chiến lược đúng đắn và thể hiện được trách nhiệm của doanh nghiệp trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, thúc đẩy tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận. Trong những năm gần đây, có nhiều tác giả đã tiến hành nghiên cứu khám phá cũng như thực nghiệm để tìm mối liên hệ giữa marketing xanh và kết quả tài chính trong đó có kết quả tài chính được đo lường bằng sự tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp như nghiên cứu của Menon & Menon (1997), Baker & Sinkula (2005), Chater & cộng sự (2002), Nguyễn Thiện Duy (2020). Dựa trên kết quả nghiên cứu của các tác giả đi trước như Fraj & cộng sự (2011); Leonidou và cộng sự (2013), Eneizan và cộng sự (2016), Nguyễn Thiện Duy (2020), nghiên cứu này thực hiện kiểm định các giả thuyết về ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ, trong đó chiến lược marketing xanh bao gồm 7 yếu tố theo mô hình nghiên cứu trình bày trong Hình 1.

Phương trình hồi quy như sau:

$$KQTC = \beta_0 + \beta_1 SPX + \beta_2 GX + \beta_3 PPX + \beta_4 XTX + \beta_5 CNX + \beta_6 QTX + \beta_7 CSV C + \varepsilon$$

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

Thực hiện marketing xanh mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích cốt lõi. Nếu doanh nghiệp áp dụng quy trình sản xuất xanh thì sẽ giảm thiểu được chi phí trong quá trình xả thải, cắt giảm việc sử dụng tài nguyên, tiết kiệm năng lượng, kết quả sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất và nâng cao lợi nhuận (Baker & Sinkula, 2005). Bên cạnh đó, Chater & cộng sự (2002), Eneizan & cộng sự (2016) chỉ ra rằng chiến lược marketing xanh sẽ giúp người tiêu dùng có thể tiêu dùng những sản phẩm xanh và khi họ chấp nhận giá cao để mua sản phẩm xanh tức là doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ được cải thiện. Dựa trên những nghiên cứu đi trước, các giả thuyết nghiên cứu về mối quan hệ giữa các nhân tố của marketing xanh và kết quả tài chính được đề xuất theo Bảng 3.

Bảng 3: Tổng hợp các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mô tả
H1	Sản phẩm xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H2	Giá xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H3	Phân phối xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H4	Xúc tiến xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H5	Con người xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H6	Quy trình xanh có tác động dương đến kết quả tài chính
H7	Cơ sở vật chất xanh có tác động dương đến kết quả tài chính

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả.

4.3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng nghiên cứu chủ yếu là nghiên cứu định lượng với dữ liệu thu thập được thông qua phiếu khảo sát đã được thiết kế sẵn từ các nhân tố và biến quan sát của mô hình nghiên cứu trên. Mỗi biến quan sát đo lường bằng thang đo likert 5 mức độ từ Rất không đồng ý đến Rất đồng ý. Đối tượng khảo sát trong nghiên cứu này là ban giám đốc các doanh nghiệp vừa và nhỏ, phiếu khảo sát được gửi ngẫu nhiên đến các doanh nghiệp có định hướng kinh doanh và triết lý kinh doanh hướng đến môi trường và xã hội, có quy mô vốn điều lệ dưới 100 tỷ đồng. Kết quả nghiên cứu thu được 255 phiếu khảo sát có độ tin cậy và phù hợp để thực hiện phân tích kết quả nghiên cứu.

Sau khi thu được kết quả khảo sát, phân loại, tổng hợp và kiểm tra dữ liệu, các kiểm định cần thiết lần lượt được thực hiện gồm: (i) thực hiện kiểm định đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach Alpha; (ii) thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) để xác định chính xác các nhân tố trong mô hình hồi quy; (iii) thực hiện các kiểm định cần thiết để kiểm định hồi quy tuyến tính thông qua việc kiểm tra các khuyết tật của mô hình trước khi thực hiện hồi quy tuyến tính bằng kiểm định OLS.

5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha để đánh giá được độ tin cậy của các thang đo cho thấy nhân tố "Con

Bảng 4: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

TT	Nhân tố	Cronbach's Alpha	Biến quan sát bị loại
1	Sản phẩm xanh	0,827	
2	Giá xanh	0,729	
3	Phân phối xanh	0,787	PPX5
4	Xúc tiến xanh	0,719	XTX6
5	Con người xanh	0,471	Loại cả nhân tố gồm 4 biến quan sát
6	Quy trình xanh	0,849	
7	Cơ sở vật chất xanh	0,733	CSV C1, CSV C2, CSV C3, CSV C6

Nguồn: Kết quả tổng hợp của nhóm tác giả.

người xanh” có hệ số Cronbach’s Alpha bằng 0,471 (nhỏ hơn 0,6) nên loại ra khỏi mô hình nghiên cứu, biến quan sát PPX5, XTX6, CSV1, CSV3, CSV6 có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 nên cũng loại ra khỏi mô hình. Kết quả sau kiểm định độ tin cậy của thang đo thì từ 35 biến quan sát ban đầu, mô hình nghiên cứu chỉ còn 25 biến quan sát ở 6 nhóm nhân tố. Kết quả hệ số Cronbach’s Alpha được trình bày ở Bảng 4.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Kết quả Cronbach’s Alpha đã loại một số biến quan sát ra khỏi mô hình nghiên cứu nên khi thực hiện kiểm nhân tố khám phá chỉ đưa vào kiểm định các biến quan sát còn lại sau khi loại các biến có hệ số tương quan với biến tổng <0,3. Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO và Bartlett’s = 0,737 nằm trong khoảng từ 0,5-1,0 với độ tin cậy 99% cho thấy phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Phương sai trích từ kết quả này là 67,020 có nghĩa là 67,020% thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát cùng với đó là kết quả ma trận xoay cho thấy có 6 nhóm nhân tố được thể hiện ở Bảng 5.

Bảng 5: Ma trận xoay các nhân tố

Biến quan sát	Components					
	1	2	3	4	5	6
SPX1			.852			
SPX2			.688			
SPX3			.719			
SPX4			.849			
GX1						.668
GX2						.589
GX3						.753
GX4						.741
PPX1	.918					
PPX2	.853					
PPX3	.701					
PPX4	.906					
XTX1				.829		
XTX2				.783		
XTX3				.802		
XTX4				.607		
XTX5						
QTX1					.844	
QTX2					.912	
QTX3					.786	
CSV1		.857				
CSV3		.761				
CSV8		.867				
CSV9		.608				
CSV7		.747				

Nguồn: Kết quả từ SPSS.

Kết quả trên cho thấy biến quan sát XTX5 có hệ số chặn nhỏ hơn 0,55 đã bị loại khỏi mô hình nghiên cứu. Còn lại 24 biến quan sát chụm vào 6 nhóm nhân tố, nhóm tác giả thực hiện tính dữ liệu từng nhân tố bằng việc tính trung bình giá trị của các biến quan sát, sau đó thực hiện kiểm định hồi quy mỗi quan hệ giữa các nhân tố đó với kết quả tài chính.

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Trước khi thực hiện hồi quy tuyến tính các nhân tố độc lập và phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu, các khuyết tật của mô hình được lần lượt kiểm tra như độ tương quan, đa cộng tuyến. Kết quả kiểm định độ tương quan như ở bảng 6.

Hệ số tương quan của các biến trong mô hình đều nhỏ hơn 0,7 cho thấy khả năng đa cộng tuyến xảy ra

Bảng 6: Ma trận tương quan giữa các nhân tố trong mô hình

		HQKD	PPX	SPX	GX	QTX	CSVC	XTX
HQKD	Pearson Correlation	1	.335**	.332**	.054	.461**	.133*	.247**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.389	.000	.033	.000
	N		255	255	255	255	255	255
PPX	Pearson Correlation		1	.274**	.241**	.044	.147*	.332**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.481	.019	.000
	N			255	255	255	255	255
SPX	Pearson Correlation			1	.407**	.221**	.158*	.199**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.012	.001
	N				255	255	255	255
GX	Pearson Correlation				1	.324**	.135*	.311**
	Sig. (2-tailed)					.000	.032	.000
	N					255	255	255
QTX	Pearson Correlation					1	.196**	.154*
	Sig. (2-tailed)						.002	.014
	N						255	255
CSVC	Pearson Correlation						1	.095
	Sig. (2-tailed)							.130
	N							255
XTX	Pearson Correlation							1
	Sig. (2-tailed)							
	N							

Nguồn: Kết quả từ SPSS.

trong mô hình là khó xảy ra, thêm vào đó các Sig chủ yếu < 0,05 cho thấy các biến trong mô hình có mối quan hệ tương quan với nhau.

Cùng với việc kiểm tra độ tương quan, việc kiểm tra tính đa cộng tuyến được thực hiện kết hợp với hồi quy tuyến tính thông qua hệ số VIF (Bảng 7). Kết quả cho thấy các hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 cho thấy mô hình không bị hiện tượng đa cộng tuyến. Cuối cùng kết quả hồi quy giữa các biến trong mô hình được thể hiện ở Bảng 7.

Bảng 7: Kết quả hồi quy tuyến tính

Model		R		R Square		Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate
1		.640 ^a		.410		.396		.51485
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF	
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.921	.282		3.263	.001		
	SPX	.350	.076	.253	4.600	.000	1,272	
	GX	-.356	.066	-.308	-5.385	.000	1,376	
	PPX	.309	.060	.278	5.181	.000	1,210	
	XTX	.137	.058	.128	2.389	.018	1,207	
	QTX	.427	.047	.475	9.021	.000	1,168	
	CSVC	-.011	.049	-.011	-.224	.823	1,069	

Nguồn: Kết quả từ SPSS.

Kết quả từ Bảng 6 cho thấy có 5 nhân tố độc lập có mức ý nghĩa < 0.05, chứng tỏ chúng có mối quan hệ tác động đến biến phụ thuộc là KQTC, bao gồm: Sản phẩm xanh (SPX), Giá xanh (GX), Phân phối xanh (PPX), Xúc tiến xanh (XTX), Quy trình xanh (QTX), trong đó có biến Giá xanh tác động tỷ lệ nghịch, các nhân tố còn lại đều có tác động tích cực đến kết quả tài chính của doanh nghiệp. Riêng nhân tố cơ sở vật chất không cho thấy có sự ảnh hưởng đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Với hệ số R² hiệu chỉnh bằng 0,410 có nghĩa là khoảng 41% phương sai của KQTC được giải thích bởi 5 biến độc lập trên. Phương trình hồi quy chuẩn hóa thể hiện sự tác động của các yếu tố của marketing xanh với kết quả tài chính của các doanh nghiệp như sau:

$$KQTC = 0,253SPX - 0,308GX + 0,278PPX + 0,128XTX + 0,475QTX + \varepsilon$$

Từ hệ số beta chuẩn hóa ta nhận thấy biến quy trình xanh có tác động mạnh nhất đến kết quả tài chính. Tiếp đó đến nhân tố phân phối xanh, nhân tố sản phẩm xanh và cuối cùng là xúc tiến xanh. Riêng nhân tố giá xanh lại cho kết quả ngược lại khi nó có tác động ngược chiều đến kết quả tài chính. Các giả thuyết H1,3,4,5 được chấp nhận với chiều hướng tích cực về mối quan hệ giữa sản phẩm xanh, phân phối xanh, xúc tiến xanh. Nhưng giả thuyết H2 bị bác bỏ do giá xanh có mối quan hệ ngược chiều với kết quả tài chính. Ngoài ra, giả thuyết H5,7 cũng bị bác bỏ do con người xanh đã bị loại khi kiểm định độ tin cậy của thang đo, còn cơ sở vật chất xanh không ảnh hưởng đến kết quả tài chính.

Từ kết quả mô hình nghiên cứu *có thể thấy* kết quả tài chính bị ảnh hưởng nhiều bởi quy trình sản xuất, khi doanh nghiệp có quy trình sản xuất xanh thì ngay từ khâu sản xuất doanh nghiệp đã có sự nhất quán về tiêu chí “xanh” từ sử dụng những tiêu chuẩn khi sử dụng nguyên liệu bảo vệ môi trường, áp dụng các quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, tiết kiệm năng lượng, từ đó giúp cho các khâu như phân phối, xúc tiến, quảng bá sản phẩm cũng thuận lợi hơn. Quy trình xanh gần như là yếu tố quyết định đến sự tăng trưởng của doanh nghiệp trong việc tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu và lợi nhuận. Qua đó giúp doanh nghiệp cải thiện kết quả tài chính. Cuối cùng, kết quả trên *đã* cho thấy khi các doanh nghiệp thực hiện marketing xanh với các yếu tố của marketing xanh bao gồm 5 yếu tố là sản phẩm xanh, phân phối xanh, xúc tiến xanh và quy trình xanh sẽ giúp cho doanh nghiệp gia tăng được doanh thu và lợi nhuận. Kết quả này khá tương đồng với những nghiên cứu đi trước như nghiên cứu của Lin & cộng sự (2013), Baker & Sinkula (2005), Menon & Menon (1997), Varccaro (2009), Nguyễn Thị Thanh Vân & Nguyễn Thiện Duy (2020). Tuy nhiên yếu tố về giá xanh lại đi ngược với kết quả nghiên cứu của Goh & cộng sự (2019), Eneizan & cộng sự (2016). Điều này có thể do doanh nghiệp khi áp dụng quy trình sản xuất xanh, đẩy chi phí lên cao làm cho giá thành sản xuất sản phẩm xanh lớn. Do đó giá sản phẩm xanh sẽ cao, dẫn đến việc tiêu thụ sản phẩm gặp khó khăn hơn, doanh thu sẽ giảm, cộng thêm với chi phí cho hoạt động marketing xanh cũng tương đối tốn kém, kéo theo lợi nhuận cũng giảm.

6. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu về “ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính cho thấy khi doanh nghiệp thực hiện marketing xanh với các yếu tố khác nhau thì phần lớn các yếu tố của chiến lược này sẽ tác động tích cực đến kết quả tài chính của doanh nghiệp. Chỉ có yếu tố giá xanh ảnh hưởng theo chiều hướng tiêu cực, nhưng khi doanh nghiệp biết cách điều chỉnh chi phí sản xuất, xúc tiến, phân phối xanh thì kết quả tài chính vẫn có chiều hướng tăng trưởng tích cực. Do vậy, các doanh nghiệp nên thực hiện marketing xanh nhằm nâng cao kết quả tài chính của doanh nghiệp đồng thời hướng đến bảo vệ môi trường bền vững. Muốn vậy, doanh nghiệp nên thực hiện một số khuyến nghị sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần chú trọng đến quy trình sản xuất xanh, bao gồm quy trình từ nguyên vật liệu đầu vào đến sản phẩm sản xuất ra đều thân thiện với môi trường và không gây hại Trìn cho con người. Quy trình sản xuất xanh là một mắt xích quan trọng giúp Việt Nam hướng tới một nền kinh tế xanh và bền vững. Đồng thời nó giúp doanh nghiệp nâng cao vị thế, tăng sức cạnh tranh ở cả thị trường trong và ngoài nước, từ đó giúp nâng cao kết quả tài chính của doanh nghiệp.

Thứ hai, sản phẩm xanh cũng là một trong những nhân tố quan trọng giúp các doanh nghiệp cải thiện kết quả tài chính. Do đó, các doanh nghiệp cần chú trọng đến việc cung cấp, sản xuất những sản phẩm thân thiện với môi trường, an toàn cho sức khỏe cho những công nhân trực tiếp sản xuất cũng như người tiêu dùng. Bên cạnh đó cũng cần nghiên cứu để hạn chế những tác động tiêu cực đến môi trường trong quá trình sản xuất và sử dụng sản phẩm như ít hạn chế xả chất thải trong sản xuất và sau khi sử dụng sản phẩm, sử dụng năng lượng tái sinh để sản xuất, hạn chế chi phí bảo trì, sửa chữa sản phẩm,....

Thứ ba, phân phối xanh là cần thiết đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ vì nó không chỉ tối thiểu hóa tác hại đến môi trường mà còn góp phần thông tin, tuyên truyền ý thức bảo vệ môi trường đến người tiêu dùng. Các doanh nghiệp nên xây dựng hệ thống chi nhánh, đại lý thuận tiện, dễ dàng tiếp cận khách hàng, các doanh nghiệp cần ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động bán hàng. Từ đó, khách hàng dễ dàng tiếp cận được các sản phẩm, góp phần cải thiện kết quả tài chính của doanh nghiệp.

Thứ tư, xúc tiến xanh cũng góp phần tăng kết quả tài chính của doanh nghiệp, đó đó cùng với sự phát triển mạnh mẽ của mạng internet, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần thích ứng với những phương thức truyền

thông, quảng cáo mới trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0. Các doanh nghiệp cần đầu tư thiết kế, sản xuất các nội dung truyền thông, quảng bá dưới dạng hình ảnh, video clip về sản phẩm để giúp khách hàng có cái nhìn trực quan về sản phẩm.

Ngoài bốn yếu tố tác động thuận chiều đến kết quả tài chính của doanh nghiệp thì nhân tố ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả tài chính đó là giá xanh. Để đảm bảo chất lượng xanh, doanh nghiệp có thể bị tăng chi phí sản xuất, dẫn đến giá của sản phẩm khó cạnh tranh được với các doanh nghiệp cùng ngành làm cho doanh thu của doanh nghiệp giảm. Do đó, doanh nghiệp cần nghiên cứu giảm chi phí sản xuất để giảm giá thành của các sản phẩm xanh, tăng khả năng cạnh tranh và lợi thế của doanh nghiệp, dẫn đến cải thiện kết quả tài chính.

Tài liệu tham khảo

- Baker, W.E., & Sinkula, M. (2005), 'Environmental Marketing Strategy and Firm Performance: Effects on New Product Performance and Market Share', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33, 461–475.
- Charter, M., K. Peattie, J. Ottman & M. Polonsky (2002), 'Marketing and Sustainability', *Association with the Centre for Sustainable Design*, Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society, Cardiff
- Delafrooz, N., M. Taleghani, B. Nouri (2014), 'Effect of green marketing on consumer purchase behavior', *A Qatar Foundation Academic Journal*, 1, 1-9.
- Eneizan, B.M, K.A. Wahab, M.S. Zainon, TareqFayeqObaid (2016), 'Effects of Green Marketing Strategy on the Financial and Non-Financial Performance of Firms: a Conceptual Paper', *Arabian Journal of Business and Management Review (Oman Chapter)*, 5(12), 14-27.
- Fraj, E., E. Martinez & J. Matute (2011), 'Green Marketing Strategy and the Firm's Performance: the Moderating Role of Environmental Culture', *Journal of Strategic Marketing*, 19, 339-355.
- Goh, W., Y.Goh, S.K. Ariffin & Y. Salamzadel (2019), 'How green marketing mix strategy affects the firm performance: a Malaysia perspective. Int.J', *Sustainable Strategy Management*, 7, 113-130.
- Kotler, P. & G. Armstrong (2009), *Principles of Marketing*, Pearson Prentice Hall.
- Kumar, P. (2016), 'State of Green Marketing Research over 25 Years (1990-2014): Literature Survey and Classification', *Marketing Intelligence & Planning*, 34(1), 137-158.
- Lin, R-J., K-T. Tan & Y.Geng, (2013), 'Market demand, green product innovation, and firm performance: evidence from Vietnam motorcycle industry', *Journal of Cleaner Production*, 40, 101–107.
- Menon, A. and Menon, A. (1997), 'Enviropreneurial Marketing Strategy: The Emergency of Corporate Environmentalism as Market Strategy', *Journal of Marketing*, 61, 51-67.
- Nguyễn Phương Mai (2013), 'Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam Trường hợp Công ty Cổ phần May Đáp Cầu', *VNU Journal of economics and business*, 29(1), ISSN 2734-9861.
- Nguyễn Thiện Duy (2020), 'Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, chiến lược marketing xanh, danh tiếng doanh nghiệp và kết quả kinh doanh: nghiên cứu doanh nghiệp du lịch lữ hành tại TP HCM', luận án Tiến sĩ, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- Polonsky, M. J. & Rosenberger, P.J. (2001), 'Reevaluating Green Marketing: A Strategic approach', *Business Horizons*, 44, 21-30.
- Polonsky, M. J. (1994), 'An Introduction to Green Marketing', *Electronic Green Journal*, 1, 1-10.
- Roy, A. D., & Barua, M. (2016), 'Green Marketing: Literature Review of a Few Select Sectors', *The International Journal of Business & Management*, 4(4), 175.
- Thi Thanh Van Nguyen & Thien Duy Nguyen (2020), 'The Relationship between Green Marketing Strategy, Corporate Reputation and Business Performance: An Empirical Investigation in Tourist Companies in Vietnam', *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 5(2), 20-24.
- Vaccaro, A. L. (2009), 'B2B Green Marketing and Innovation Theory for Competitive Advantage', *Journal of Systems and Information Technology*, 11, 315-330.

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN QUAN HỆ XÃ HỘI TỚI DỰ ĐỊNH KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

Dương Công Doanh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: doanhdh@neu.edu.vn

Lê Thị Loan

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: leloan.neu@gmail.com

Mã bài báo: JED-778

Ngày nhận: 10/07/2022

Ngày nhận bản sửa: 17/09/2022

Ngày duyệt đăng: 09/12/2022

Tóm tắt:

Nghiên cứu này áp dụng mô hình hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991) nhằm kiểm định mối quan hệ giữa vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam. Với dữ liệu được thu thập từ 1.738 sinh viên tại các trường Đại học tại Việt Nam, tác giả sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính để đánh giá tác động của vốn quan hệ xã hội tới các biến trong mô hình hành vi có kế hoạch. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng gián tiếp và tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh thông qua cảm nhận khả năng kiểm soát. Tuy nhiên, không có bằng chứng chứng tỏ có mối quan hệ trực tiếp giữa vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh.

Từ khóa: Dự định khởi sự kinh doanh, vốn quan hệ xã hội, sinh viên Việt Nam.

Mã JEL: L26.

Impact of social capital on entrepreneurial intention among Vietnamese students

Abstract:

Ajzen's (1991) Theory of Planned Behavior is employed in this study to investigate the relationship between social capital and entrepreneurial intention among Vietnamese students. By collecting data from 1,738 students at universities in Vietnam, the structural equation modeling is used to examine the effect of social capital on entrepreneurial intention. The results reveal that social capital has indirect effects on entrepreneurial intention through perceived behavioral control. However, the direct effect of social capital on entrepreneurial intention is not significant.

Keywords: Entrepreneurial intention, social capital, Vietnamese students.

JEL Code: L26.

1. Đặt vấn đề

Khởi sự kinh doanh là một phạm trù khá phức tạp và liên quan tới nhiều hoạt động bao gồm nhận biết cơ hội kinh doanh, đánh giá cơ hội kinh doanh, động cơ, tìm kiếm và phân bổ các nguồn lực, việc chấp nhận rủi ro trong kinh doanh, sáng tạo và giải quyết vấn đề và các hoạt động quản trị doanh nghiệp (Duong, 2022; Shane & Venkataraman, 2000). Hiểu lý do tại sao và làm thế nào các cá nhân tìm kiếm hoặc thực hiện các hành vi kinh doanh có thể thúc đẩy các hoạt động khởi nghiệp một cách hiệu quả và hiệu quả hơn. Vì vậy, các nghiên cứu về yếu tố hình ảnh hưởng tới dự định khởi sự kinh doanh nhận được sự quan tâm của rất nhiều nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách và các chuyên gia về giáo dục.

Turker & Selcul (2009) cho rằng nhiều các nghiên cứu gần đây chỉ tập trung đánh giá vài nhân tố “bên trong” (internal factors), ví dụ như đặc tính cá nhân (Antoncic & Prodan, 2008); động lực cá nhân (Camelo-

Ordaz & cộng sự, 2016); và nền tảng cá nhân (Bird & Bush, 2002)... hơn là đi tìm hiểu vai trò của các nhân tố bối cảnh (external factors) trong việc hình thành dự định khởi sự kinh doanh. Vai trò của các yếu tố môi trường đối với việc hình thành dự định và hành vi khởi sự kinh doanh đã được nhấn mạnh trong nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & Chen, 2009). Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng các đặc tính cá nhân (personality characteristics) và nền tảng cá nhân (personal background) của mỗi người đều được nuôi dưỡng bởi các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài (Turker & Selcuk, 2009). Mỗi cá nhân đều chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố môi trường trong quá trình hình thành nhận thức và tư duy (Nguyen & cộng sự, 2018). Tuy nhiên, cơ chế cụ thể mà các nhân tố thuộc môi trường này tác động tới quá trình nhận thức và tư duy là như thế nào thì chưa được các nhà nghiên cứu trả lời rõ ràng. Ví dụ, chúng ta biết rất ít về liệu các yếu tố môi trường có thúc đẩy quá trình phát triển khả năng khởi sự hay không và cơ chế thúc đẩy quá trình đó là như thế nào? (Nguyen & cộng sự, 2018).

Chính vì vậy, để khóa lấp khoảng trống nghiên cứu và trả lời câu hỏi trên, nghiên cứu này ứng dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991) nhằm khám phá tác động của nhân tố môi trường là vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam. Để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu, nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng bao gồm một số công cụ thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để đánh giá ảnh hưởng cả trực tiếp và gián tiếp của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên thông qua các biến trong mô hình hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991).

2. Cở sở lý luận và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch và dự định khởi sự kinh doanh

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of planned behavior - TPB) là lý thuyết mở rộng từ lý thuyết hành động hợp lý (Theory of reasoned action - TRA) của Fishbein & Ajzen (1975). Giả định cơ bản của lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) chính là dự định thực hiện hành vi là tiền đề của bất kỳ hành vi có kế hoạch nào. Lý thuyết này cũng cho rằng dự định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng bởi 03 nhân tố: i) thái độ đối với hành vi (Attitude toward the behavior - ATB); ii) chuẩn chủ quan (Subjective norms - SN) và iii) Cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (Perceived behavioral control - PBC).

Trong lĩnh vực khởi sự kinh doanh, dự định khởi sự kinh doanh được định nghĩa là dự định tạo lập một doanh nghiệp mới của một cá nhân (hoặc một nhóm người) trong một thời điểm nhất định trong tương lai (Thompson, 2009). Gupta & Bhawe (2007) định nghĩa dự định khởi sự kinh doanh là một quá trình định hướng việc lập kế hoạch và triển khai thực hiện kế hoạch tạo lập doanh nghiệp đó. Dự định khởi sự kinh doanh của một người xuất phát từ việc họ nhận ra cơ hội kinh doanh, tận dụng các nguồn lực có sẵn để tạo lập doanh nghiệp của riêng mình trong một bối cảnh môi trường kinh doanh cụ thể (Kuckertz & Wagner, 2010). Chính vì vậy, dự định khởi sự kinh doanh được xem như việc lập kế hoạch ban đầu, đóng vai trò nền tảng giúp một cá nhân có thể tạo lập một doanh nghiệp mới trong tương lai.

Đã có nhiều cứu thực nghiệm về khởi sự kinh doanh đã chứng minh có mối quan hệ giữa 3 biến trong lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1991) với dự định khởi sự kinh doanh (Kolvereid, 1996). ‘Thái độ đối với hành vi’ phản ánh cảm nhận/đánh giá tích cực hay tiêu cực của một người về thực hiện một hành vi cụ thể (Maresch & cộng sự, 2016). Vì vậy, đánh giá/cảm nhận của họ càng tích cực đối với kết quả của việc khởi sự kinh doanh thì ‘thái độ đối với khởi sự kinh doanh’ càng cao, và dẫn tới dự định khởi sự kinh doanh của họ cũng càng cao (Van Gelderen & cộng sự, 2008). ‘Chuẩn chủ quan’ liên quan tới cảm nhận của một cá nhân về ý kiến của những người quan trọng đối với họ (gia đình, bạn bè, thầy/cô) đối với việc có nên thực hiện một hành vi cụ thể hay không (Ajzen, 1991). Ý kiến của những người xung quanh về việc một người tiến hành khởi sự kinh doanh càng tích cực thì tức là họ nhận được sự động viên, thúc đẩy từ những người thân thiết nhất, qua đó có thể dẫn tới dự định khởi sự kinh doanh của họ càng cao (Maresch & cộng sự, 2016). Ngoài ra, ‘cảm nhận khả năng kiểm soát’ phản ánh cảm nhận của một cá nhân về mức độ khó hay dễ đối với việc thực hiện một hành vi cụ thể (Ajzen, 1991). Khi một cá nhân cảm nhận về việc tiến hành khởi sự kinh doanh là không khó đối với khả năng của họ thì có thể họ sẽ có dự định khởi sự kinh doanh là cao hơn.

Ngoài ra, các nhà nghiên cứu cho rằng ba tiền tố trong lý thuyết hành vi có kế hoạch không độc lập, mà có mối quan hệ tương quan với nhau (Ajzen & Fishbein, 2005). Một số nghiên cứu cho thấy chuẩn chủ quan và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc dự đoán thái

độ đối với khởi sự kinh doanh (Dao & cộng sự, 2021; Tsai & cộng sự, 2016). Thật vậy, việc trở thành một doanh nhân hay không là một quyết định quan trọng vì nó ảnh hưởng tới sự nghiệp sau này, vì vậy các cá nhân thường tham khảo ý kiến của những người quan trọng xung quanh. Khi những người xung quanh cho rằng khởi sự kinh doanh là một hướng đi đúng sẽ giúp xây dựng niềm tin cho các cá nhân rằng kết quả của việc khởi sự kinh doanh là tích cực, vì vậy thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh của họ sẽ là tích cực. Điều này đặc biệt đúng đối với những người chưa có định hướng, thiếu kinh nghiệm và sự tự tin vào quyết định lựa chọn nghề nghiệp của mình (Misoska & cộng sự, 2016). Bên cạnh đó, để khởi sự kinh doanh thành công, một người cần có kỹ năng, năng lực, sự tự tin và các nguồn lực cần thiết để đối phó với những bất ổn và kiểm soát các hoạt động kinh doanh. Một người có cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi cao sẽ có đánh giá tích cực hơn về kết quả thực hiện hành vi khởi sự kinh doanh (tức là thực hiện thành công hành động kinh doanh). Một người tin rằng hành động kinh doanh sẽ thành công (tức là kết quả tích cực) sẽ có thái độ thuận lợi trong việc thực hiện hành động kinh doanh. Nói cách khác, khi các kết quả của hành vi khởi sự kinh doanh được đánh giá là tích cực hoặc đáng mong đợi, người đó sẽ có một thái độ thuận lợi đối với hành vi khởi sự kinh doanh.

Từ những lập luận trên, giả thuyết sau đây được đưa ra:

H1: Thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H2: Chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H3: Cảm nhận khả năng kiểm soát có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H4: Chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh.

H5: Cảm nhận khả năng kiểm soát có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh.

2.2. Vai trò của vốn quan hệ xã hội

Bởi khởi sự kinh doanh không chỉ là hiện tượng về mặt kinh tế mà nó còn là một hiện tượng về mặt xã hội, nên khía cạnh xã hội cũng luôn được chú ý trong các nghiên cứu về khởi sự kinh doanh. Hầu hết thông qua các thuật ngữ như vốn quan hệ xã hội, mối quan hệ xã hội, hay vốn con người (Vuković & cộng sự, 2017). Tuy nhiên, thuật ngữ vốn quan hệ xã hội được các nhà nghiên cứu định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Liñán & Santos (2007, 446) định nghĩa “*vốn quan hệ xã hội được hình thành từ các mối quan hệ, hoặc chính thức hoặc không chính thức, của người này với người khác nhằm đạt được một mục đích mong muốn nhất định*”. Davidsson & Honig (2003) cho rằng vốn quan hệ xã hội chính là sự giúp đỡ và ủng hộ của người thân trong gia đình và bạn bè thân thiết đối với việc khởi sự kinh doanh của một cá nhân. Nhưng nó cũng phản ánh các giá trị gắn với các mối quan hệ xã hội dù xét ở góc độ mỗi cá nhân hay góc độ tổ chức (Adler & Kwon, 2002). Vốn quan hệ xã hội bao gồm sự giúp đỡ/ủng hộ cả trên thực tế và cả tiềm năng từ các mối quan hệ xã hội liên quan tới thực hiện hành vi cụ thể (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Ngoài ra, vốn quan hệ xã hội có thể giúp doanh nhân dễ dàng tiếp cận thông tin, giảm chi phí giao dịch nhờ sự hợp tác. Qua đó cũng giúp họ thuận tiện trong việc ra quyết định kinh doanh (Duong, 2022).

Vốn quan hệ xã hội không chỉ giúp các doanh nhân tăng kiến thức và sự giúp đỡ hữu hình, mà nó còn giúp các cá nhân có thêm thông tin, sự hợp tác, lòng tin, các mối quan hệ xã hội và cả sự giúp đỡ/ủng hộ vô hình khác (Adler & Kwon, 2002). Khi xét tới phạm vi hẹp hơn, vốn quan hệ xã hội của một người có thể là sự giúp đỡ từ những thành viên trong gia đình hay như bạn bè, đồng nghiệp thân thiết (Kuratko & Mathews, 2004). Chính vì vậy, khi một người nhận được sự ủng hộ, giúp đỡ và hợp tác từ những người thân thiết trong gia đình có thể họ có thái độ đối với khởi sự kinh doanh tích cực hơn. Ngược lại, khi một người thiếu sự ủng hộ, giúp đỡ từ gia đình và bạn bè có thể thái độ đối với khởi sự kinh doanh không được tích cực.

Ngoài ra, vốn quan hệ xã hội là một yếu tố quan trọng giúp một người có thể nhận biết và nắm bắt được cơ hội kinh doanh. Việc đánh giá và sử dụng nguồn lực này là cần thiết trong việc thực hiện khởi sự kinh doanh bởi chính sự giúp đỡ, hỗ trợ và hợp tác từ những người thân thiết có thể giúp một cá nhân đánh giá được khả năng thành công khi tiến hành khởi sự kinh doanh (Davidsson & Honig, 2003). Chính vì vậy, việc sử dụng được nguồn lực đó (vốn quan hệ xã hội) có thể làm tăng cảm nhận khả năng kiểm soát của một cá nhân (Vuković & cộng sự, 2017). Linan & Santos (2007) cũng đã chứng minh rằng vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới cảm nhận mong muốn khởi sự kinh doanh và cảm nhận khả năng khởi sự kinh doanh.

Hơn nữa, Liñán & Santos (2007) đã chỉ ra rằng có mối quan hệ tương quan chặt chẽ giữa vốn quan hệ xã

hội và dự định khởi sự kinh doanh. Vốn quan hệ xã hội có thể đóng góp vào việc hình thành các tài sản vô hình của doanh nhân như các mối quan hệ hợp tác, kết nối và niềm tin giữa các thành viên trong hệ thống mối quan hệ xã hội (Adler & Kwon, 2002). Bên cạnh đó, vốn quan hệ xã hội phản ánh sự giúp đỡ, ủng hộ từ gia đình và bạn bè và nhân tố này có thể đóng vai trò then chốt trong việc hình thành mong muốn khởi sự kinh doanh hơn so với các nhân tố bên ngoài khác (Baughn & cộng sự, 2006). Sự ảnh hưởng của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh đã được đánh giá trong khá nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & Santos, 2007; Schlaegel & Koenig, 2014). Shane & Venkataraman (2000) nhấn mạnh rằng vốn quan hệ xã hội được xem như nhân tố quan trọng trong tìm kiếm cơ hội khởi sự kinh doanh, và thúc đẩy lựa chọn công việc khởi sự thay vì tìm kiếm công việc ổn định khác (Vuković & cộng sự, 2017).

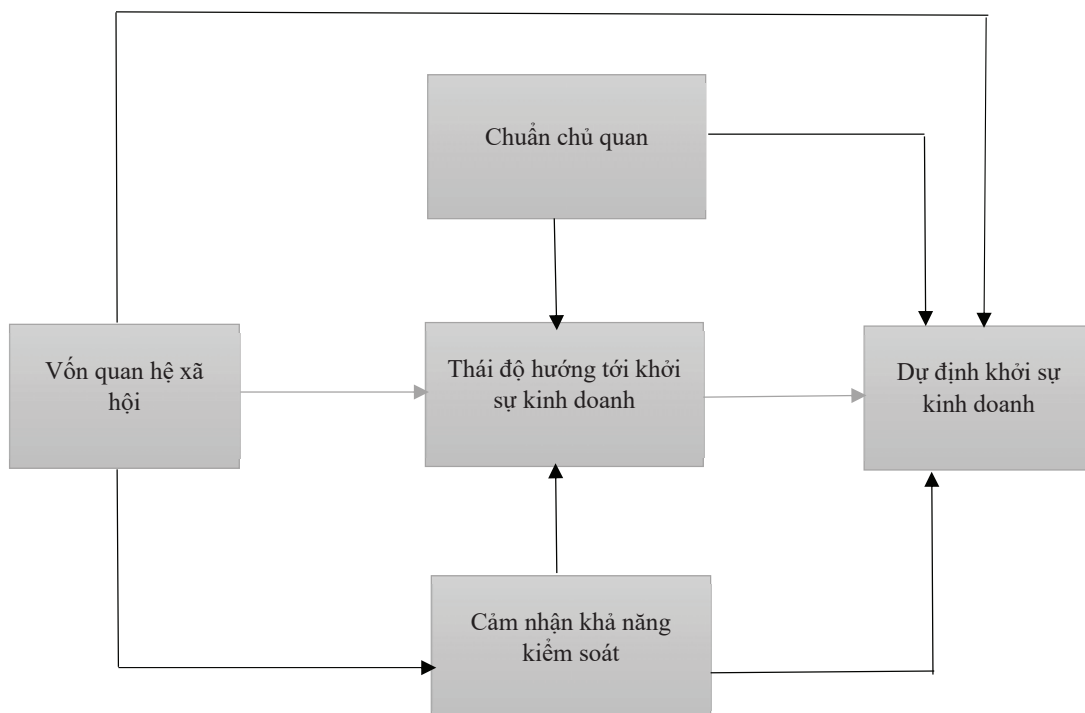
Từ những lập luận trên, các giả thuyết sau được đưa ra:

H6: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh

H7: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi

H8: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh

Hình 1: Mô hình đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo

Các thang đo đo lường các nhân tố trong mô hình nghiên cứu đều được kế thừa từ các nghiên cứu trước và có sự điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Toàn bộ 5 nhân tố được đo bằng thang đo Likert với thang điểm đánh giá từ 1 đến 5, với 1 là “rất không đồng ý” và 5 là “rất đồng ý”.

Cụ thể, thang đo dự định khởi sự kinh doanh bao gồm 6 biến quan sát được kế thừa từ Liñán & Chen (2009) và Krueger & cộng sự (2000). Thang đo đo lường nhân tố thái độ hướng tới hành vi khởi sự kinh doanh (5 biến quan sát), chuẩn chủ quan (3 biến quan sát) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (6 biến quan sát) được kế thừa từ Liñán & Chen (2009). Thang đo đo lường vốn quan hệ xã hội được bao gồm 6 biến quan sát được kế thừa từ Dadvisson & Honig (2003) và Baughn & cộng sự (2006).

3.2. Thu thập số liệu

Hơn 2500 phiếu điều tra được phát trực tiếp tới sinh viên trên lớp tại 14 trường Đại học cả ở 3 miền của Việt Nam từ tháng 04 năm 2022 đến tháng 05 năm 2022. Tuy nhiên, tác giả chỉ thu thập được 1738 phiếu điều tra được trả lời đầy đủ và đủ điều kiện để phân tích.

Bảng 1 cho thấy rằng phần lớn số sinh viên trả lời phiếu điều tra trong độ tuổi từ 20 đến 24 (chiếm 64,4%). Theo kết quả khảo sát thì tỷ lệ giữa nam và nữ sinh viên trả lời tương đối cân bằng, nam chiếm 47,6% trong khi nữ chiếm 52,4%. Tuy nhiên, số sinh viên theo học ngành kinh tế và quản trị kinh doanh chiếm tới 56,1%. Ngoài ra, 32,2% số sinh viên trả lời điều tra đang là sinh viên năm cuối Đại học, tiếp theo là sinh viên năm 2 và năm 3, chiếm lần lượt là 29,2% và 24,2%. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng 47,1% số sinh viên trả lời rằng họ vừa đi học vừa đi làm công việc bán thời gian, 30,0% sinh viên chỉ đi học, 17,3% số sinh viên đang học và tìm việc làm trong khi chỉ 5,6% là đang học và tự kinh doanh riêng.

Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả cho các biến nhân khẩu học

	Biến nhân khẩu học	Tần số	(%)
1. Tuổi	Từ 18 đến 19 tuổi	692	39,8
	Từ 20 đến 24 tuổi	946	64,4
	Trên 24 tuổi	100	5,8
2. Giới tính	Nam	827	47,6
	Nữ	911	52,4
3. Ngành học	Kinh tế và Quản trị Kinh doanh	975	56,1
	Ngành kỹ thuật và các ngành khác	763	43,9
4. Năm học	Năm thứ nhất đại học	251	14,4
	Năm thứ hai đại học	507	29,2
	Năm thứ ba đại học	420	24,2
	Năm thứ tư hoặc năm cuối đại học	560	32,2
5. Công việc/Học tập tham gia gần đây	Chỉ đi học	522	30,0
	Đang học và làm công việc bán thời gian	818	47,1
	Đang học và tự kinh doanh riêng	97	5,6
	Đang học và tìm việc	301	17,3

Ghi chú: N=1738.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

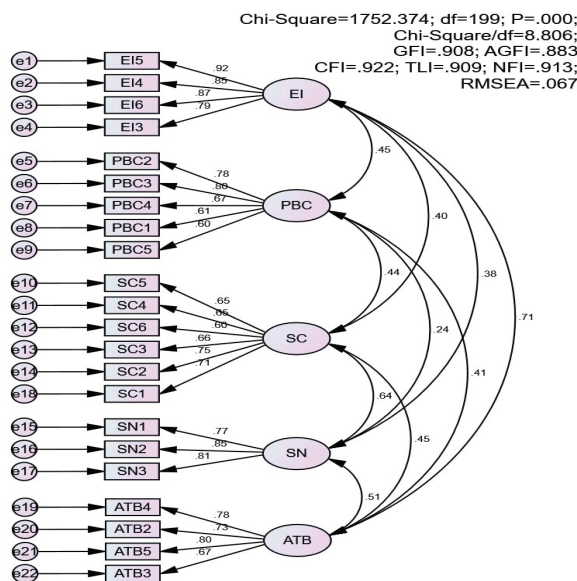
3.3. Phương pháp phân tích số liệu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu. Ngoài ra, trước khi kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu, tác giả kiểm định độ tin cậy, tính hội tụ và tính phân biệt của thang đo thông qua phân tích hệ số Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khẳng định (CFA).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Hình 2: Kết quả phân tích CFA (chuẩn hoá)



Bảng 2: Thống kê mô tả các biến và kết quả Cronbach's alpha

Ký hiệu	Biến quan sát/nội dung	Mean	S.D	Skewness	Kurtosis	Cronbach's Alpha
Dự định khởi sự kinh doanh (EI)						
EI3	Tôi sẽ cố gắng và nỗ lực hết mình để thành lập và phát triển công ty riêng	3,4482	1,02638	-0,251	-0,468	0,918
EI4	Dự định của tôi là một ngày nào đó có thể thành lập được công ty riêng	3,6030	1,02251	-0,454	-0,316	
EI5	Tôi quyết tâm thành lập một công ty riêng trong tương lai	3,3786	1,03059	-0,130	-0,458	
EI6	Tôi thực sự nghiêm túc trong việc thành lập công ty riêng	3,4120	1,06199	-0,224	-0,497	
Thái độ hướng tới hành vi khởi sự (ATB)						
ATB2	Tôi thực sự bị lôi cuốn với sự nghiệp doanh nhân	3,3205	0,92881	-0,103	-0,215	0,830
ATB3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi mong muốn sở hữu một công ty của riêng mình	3,9643	0,89834	-0,822	0,559	
ATB4	Trở thành một doanh nhân thực sự khiến tôi hạnh phúc	3,4540	0,94245	-0,160	-0,180	
ATB5	Giữa nhiều lựa chọn sự nghiệp, tôi chọn trở thành một doanh nhân	3,2629	0,97133	-0,040	-0,320	
Chuẩn chủ quan (SN)						
SN1	Tôi tin rằng gia đình tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,6876	0,95595	-0,521	-0,006	0,847
SN2	Tôi tin rằng bạn bè thân thiết của tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,7290	0,86888	-0,570	0,442	
SN3	Tôi tin rằng những người quan trọng khác của tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,6761	0,88440	-0,445	0,133	
Cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (PBC)						
PBC1	Thành lập và duy trì hoạt động của công ty là điều dễ dàng đối với tôi	2,4770	0,85963	0,406	0,133	0,817
PBC2	Tôi đã chuẩn bị sẵn sàng để thành lập công ty	2,3763	0,86241	0,639	0,436	
PBC3	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập công ty	2,6277	0,87245	0,272	-0,256	
PBC4	Tôi hiểu các quy trình cần thiết để thành lập công ty	2,6220	0,91323	0,309	-0,271	
PBC5	Tôi đã lên kế hoạch phát triển dự án khởi sự kinh doanh của mình	2,5282	0,95829	0,476	-0,180	
Vốn quan hệ xã hội						
SC1	Gia đình tôi ủng hộ ý tưởng thành lập công ty riêng của tôi	3,3136	0,96218	-0,172	-0,178	0,830
SC2	Nếu tôi thành lập công ty riêng, gia đình sẽ hỗ trợ để tôi đạt được thành công	3,4091	0,98056	-0,385	-0,220	
SC3	Nếu thành lập công ty riêng, một số thành viên trong gia đình sẽ hỗ trợ và làm việc cùng tôi	3,2520	0,95784	-0,242	-0,330	
SC4	Bạn bè mong muốn tôi thành lập công ty	3,1180	0,86538	0,021	0,201	
SC5	Nếu tôi thành lập công ty, bạn bè sẽ hỗ trợ tôi đạt tới thành công	3,2503	0,86048	-0,271	0,123	
SC6	Nếu tôi thành lập công ty, một vài người bạn sẽ hợp tác và làm việc cùng tôi	3,5040	0,85725	-0,427	0,218	

Ghi chú: N = 1738.

Người: Tính toán của tác giả.

Bảng 2 thể hiện giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và giá trị Skewness, Kurtosis của tất cả các biến. Có thể thấy rằng giá trị Skewness của tất cả các mục đều nhỏ hơn 3 và giá trị Kurtosis của tất cả các mục không lớn hơn 8; do đó, tất cả các thang đo và chỉ báo đều đảm bảo phân phối chuẩn (Kline, 2005).

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cũng được trình bày trong Bảng 2. Kết quả kiểm định lần đầu cho thấy một số biến quan sát (item) có hệ số Cronbach's Alpha cao hơn biến tổng, như EI1 (0,904 > 0,883), EI2 (0,918 > 0,904), ATB1 (0,830 > 0,795), và PBC6 (0,817 > 0,815). Vì vậy, tác giả loại 4 biến quan sát này khỏi thang đo. Sau khi loại những biến quan sát này, kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy toàn bộ 5 nhân tố trong mô hình đều đạt giá trị Cronbach's Alpha cao hơn 0,8 và tất cả các chỉ báo đều có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) lớn hơn 0,3. Do đó, toàn bộ các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy (Hair & cộng sự, 2010).

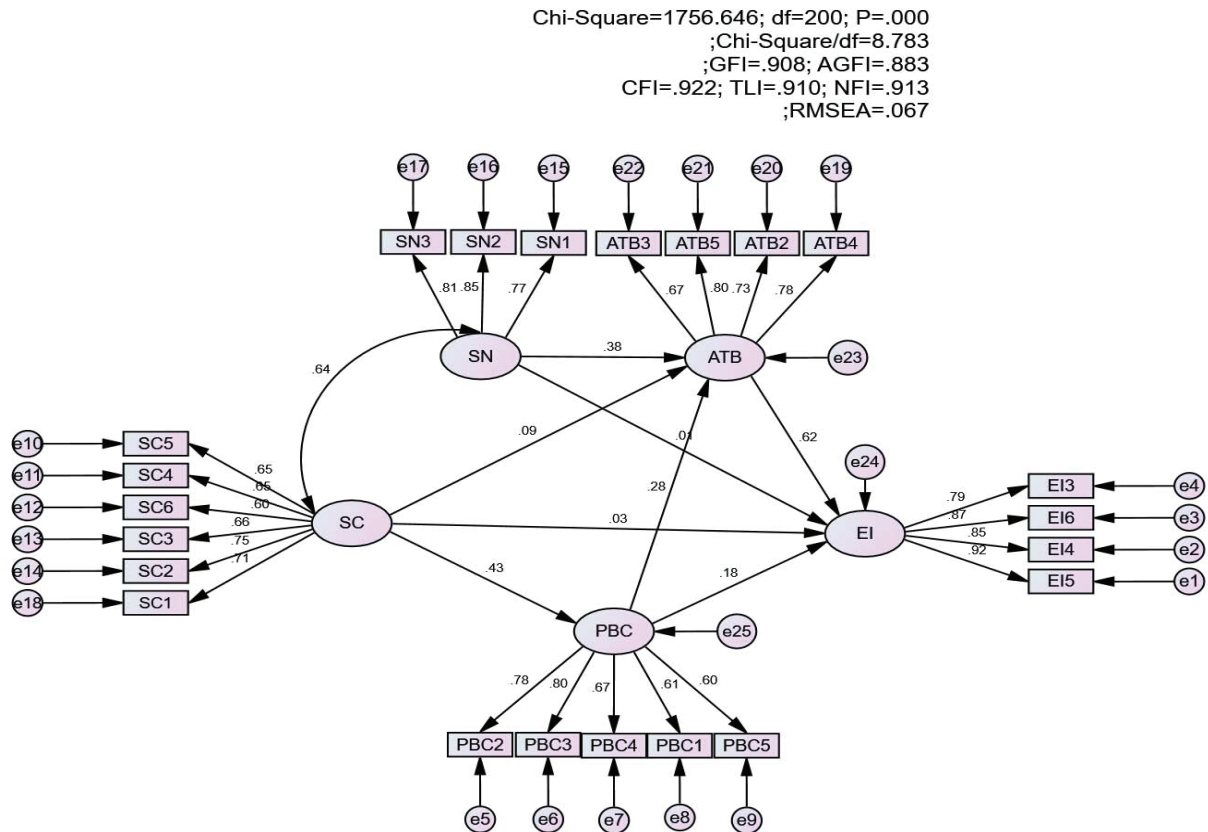
4.2. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Sau khi thực hiện kiểm định Cronbach's Alpha, tác giả thực hiện phân tích nhân tố khẳng định (CFA) nhằm kiểm định mức độ phù hợp của mô hình thang đo

Bảng 3: Độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	SN	EI	PBC	SC	ATB
SN	0,851	0,656	0,413	0,856	0,810				
EI	0,919	0,740	0,508	0,929	0,385	0,860			
PBC	0,824	0,487	0,203	0,842	0,236	0,450	0,698		
SC	0,830	0,451	0,413	0,836	0,643	0,396	0,440	0,671	
ATB	0,833	0,556	0,508	0,840	0,505	0,713	0,408	0,454	0,745

Hình 3: Kết quả phân tích mô hình SEM (chuẩn hoá)



Ghi chú: N = 1738

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

Bảng 4: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu (chuẩn hóa)

Giả thuyết				Ước lượng	S.E	C.R	P-value	Kết luận
H1	ATB	→	EI	0,621	0,040	20,385	***	Ứng hộ
H2	SN	→	EI	0,009	0,041	0,291	0,771	Không ủng hộ
H3	PBC	→	EI	0,182	0,036	7,194	***	
H4	SN	→	ATB	0,380	0,036	10,434	***	Ứng hộ
H5	PBC	→	ATB	0,276	0,032	9,457	***	Ứng hộ
H6	SC	→	ATB	0,088	0,050	2,283	0,022	Ứng hộ
H7	SC	→	PBC	0,432	0,037	14,198	***	Ứng hộ
H8	SC	→	EI	0,028	0,054	0,864	0,387	Không ủng hộ

Ghi chú: N = 1738.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

với dữ liệu thu thập được (còn được gọi là dữ liệu thị trường).

Kết quả phân tích CFA cho thấy mô hình có 199 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 1752,374 ($p = 0,000 < 5\%$). Tuy nhiên khi kích thước mẫu lớn ($n = 1738$) thì kiểm định Chi-bình phương thường không đạt yêu cầu (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2011). Xem xét một số tiêu chí khác dùng để đánh giá mức độ tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường như GFI, CFI, TLI và RMSEA, kết quả cho thấy các giá trị này đều nằm trong ngưỡng khuyến nghị. Cụ thể $CFI = 0,922 > 0,9$, $GFI = 0,908 > 0,9$, $TLI = 0,909 > 0,9$, $RMSEA = 0,067 < 0,08$ (Hu & Bentler, 1998). Do vậy, có thể kết luận rằng mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thị trường.

Ngoài ra, phương sai trích (AVE), độ tin cậy tổng hợp (CR), giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và phương sai riêng lớn nhất (MSV) đều được kiểm tra để khẳng định độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các cấu trúc (Hair & cộng sự, 2010). Như được chỉ ra trong Bảng 3, giá trị CR cho tất cả các biến cao hơn 0,80. Ngoài ra, tất cả các giá trị AVE đều nằm trong ngưỡng chấp nhận với giá trị cao hơn 0,4 (Ertz & cộng sự, 2016). Hơn nữa, giá trị MSV của tất cả các biến đều thấp hơn giá trị AVE của chúng (Hair & cộng sự, 2010). Do đó, các thang đo đều đảm bảo được độ phân biệt và độ tin cậy của thang đo.

4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết bằng mô hình SEM

Tiếp theo, mô hình cấu trúc tuyến tính được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu và ước lượng các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu. Tương tự như mô hình đo lường, mô hình cấu trúc tuyến tính phù hợp đầy đủ với dữ liệu quan sát vì các chỉ số phù hợp được thể hiện trong mức đề xuất. Cụ thể như sau: $GFI = 0,908$; $CFI = 0,922$; $TLI = 0,910$; $NFI = 0,913$ và $RMSEA = 0,067$ (Hu & Bentler, 1998).

Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm (các biến) được trình bày trong Bảng 4 (Trọng số chưa chuẩn hóa). Kết quả kiểm định cho thấy rằng có 02 mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê bởi mức ý nghĩa $P\text{-value} > 0,05$ bao gồm mối quan hệ giữa chuẩn chủ quan, vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh.

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy dự định khởi sự kinh doanh bị tác động mạnh nhất bởi thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,621$; $p < 0,01$), tiếp theo là cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,182$; $p < 0,01$). Tuy nhiên, không có bằng chứng thống kê cho thấy chuẩn chủ quan có tác động trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh ($p > 0,05$). Ngoài ra, kết quả kiểm định cũng cho thấy thái độ đối với khởi sự kinh doanh cũng bị ảnh hưởng trực tiếp và tích cực bởi chuẩn chủ quan ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,380$; $p < 0,01$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,276$; $p < 0,01$). Xét về vai trò của vốn quan hệ xã hội, kết quả kiểm định cho thấy vốn quan hệ sẽ hội có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực tới thái độ đối với khởi sự kinh doanh ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,088$; $p = 0,022 < 0,05$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,432$; $p < 0,01$). Tuy nhiên, không có bằng chứng thống kê cho thấy vốn quan hệ xã hội có tác động trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh ($p > 0,05$).

Ngoài ra, phương pháp bootstrapping (mẫu 5000 và khoảng tin cậy 95%) được sử dụng để kiểm định mối quan hệ trung gian (Cheng & Lau, 2008). Kết quả cho dự định khởi sự kinh doanh bị ảnh hưởng gián tiếp

Bảng 5: Kết quả kiểm định mối quan hệ trung gian

Mối quan hệ trung gian	Ước lượng chưa chuẩn hoá	Cận dưới	Cận trên	Ước lượng chuẩn hoá
SC --> PBC --> ATB	0,156	0,123	0,196	0,119***
SC --> ATB --> EI	0,093	0,012	0,168	0,054
SC --> PBC --> EI	0,134	0,097	0,176	0,079***
SN --> ATB --> EI	0,307	0,249	0,380	0,236***
PBC --> ATB --> EI	0,241	0,194	0,295	0,171***

Ghi chú: $N = 1738$, *** $p < 0,001$.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

bởi chuẩn chủ quan ($\beta = 0,236$; $p < 0,001$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta = 0,171$; $p < 0,001$) thông qua tăng cường thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh. Bên cạnh đó, vốn quan hệ xã hội cũng có ảnh hưởng gián tiếp tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh ($\beta = 0,119$; $p < 0,001$) và dự định khởi sự kinh doanh thông qua cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta = 0,079$; $p < 0,001$).

5. Kết luận

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là khám phá tác động của yếu tố môi trường, cụ thể là vốn quan hệ xã hội, đối với dự định khởi sự kinh doanh thông qua mô hình TPB. Kết quả kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu cho thấy vốn quan hệ xã hội không có tác động trực tiếp thúc đẩy dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học Việt Nam. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Liñán & Santos (2007). Mặc dù vậy, kết quả kiểm định cũng cho thấy vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng trực tiếp tới cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi, và ảnh hưởng gián tiếp tới dự định khởi sự thông qua nâng cao cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi của sinh viên. Kết quả này là hoàn toàn phù hợp về mặt thực tiễn, khi sinh viên nhận được sự giúp đỡ từ phía gia đình và bạn bè (sự giúp đỡ có thể bằng hiện vật như nguồn vốn, mặt bằng kinh doanh hay phi hiện vật như thông tin khách hàng, cơ hội kinh doanh...), khả năng kiểm soát hành vi khởi sự kinh doanh của họ sẽ cao hơn, và qua đó thúc đẩy dự định khởi sự kinh doanh của họ và xa hơn nữa chính là quyết định khởi sự kinh doanh.

Ngoài ra, kết quả kiểm định cũng cho thấy dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học Việt Nam bị ảnh hưởng tích cực bởi thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi. Như vậy, kết quả nghiên cứu một lần nữa chứng minh rằng lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) một lần nữa được áp dụng hiệu quả trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cũng tương đồng với các nghiên cứu trước đây cho thấy thái độ đối với khởi sự kinh doanh (Kolvereid, 1996; Dao & cộng sự, 2021) cảm nhận khả năng kiểm soát (Liñán & Chen, 2009) có ảnh hưởng mạnh tới dự định khởi sự kinh doanh.

Cũng tương đồng với rất nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & cộng sự, 2013; Maes & cộng sự, 2014; Tsai & cộng sự, 2016), chuẩn chủ quan - nhân tố gây tranh cãi nhất trong số ba tiền tố trong lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) - không có ảnh hưởng trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên. Tuy nhiên, chuẩn chủ quan lại ảnh hưởng gián tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh thông qua thái độ đối với khởi sự kinh doanh. Như vậy, kết quả nghiên cứu đã chứng minh trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi của Việt Nam thì chuẩn chủ quan (ý kiến những người xung quanh) hầu như không ảnh hưởng trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh của họ mà lại ảnh hưởng thông qua thúc đẩy thái độ đối với khởi sự kinh doanh. Ajzen (1987) cũng cho rằng chuẩn chủ quan thường ít tác động tới dự định thực hiện hành vi ở những chủ thể có cảm nhận khả năng kiểm soát cao hay những người có tích cách độc lập cao. Xét về mặt thực tiễn thì kết quả này cũng hoàn toàn phù hợp bởi những cá nhân (nhóm người) có dự định khởi sự kinh doanh cao thì thường là những người (nhóm người) có tính độc lập cao và ít chịu sự chi phối của ý kiến những người xung quanh.

Những phát hiện của nghiên cứu này giúp các nhà hoạch định chính sách cải thiện hệ sinh thái khởi nghiệp - bao gồm hỗ trợ về quy định và quy phạm - nhằm thúc đẩy các hoạt động mạo hiểm kinh doanh trong giới trẻ, đặc biệt là sinh viên đại học. Hơn nữa, các trường đại học và học viện nên thiết kế các khóa học khởi nghiệp và các chương trình thực hành sẽ hỗ trợ sinh viên có được kiến thức và kỹ năng, vốn quan hệ xã hội cần thiết để có thể thành lập doanh nghiệp của chính mình sau khi tốt nghiệp. Với một kế hoạch hỗ trợ hiệu quả, giáo dục đại học có thể nâng cao thái độ của sinh viên đối với tinh thần kinh doanh, kiểm soát hành vi nhận thức, vốn quan hệ xã hội và sau đó thúc đẩy ý định kinh doanh, thậm chí cả hành vi khởi nghiệp trong tương lai của họ.

Tài liệu tham khảo:

- Adler, P. & Kwon, S. (2002), 'Social capital: prospects of a new concept', *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Ajzen, I. (1987), 'Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology', *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human*

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005), 'The influence of attitudes on behavior', in *The handbook of attitudes*, Albarracín, D., Johnson, B.T. & Zanna, M.P. (Eds.), Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 173-221.
- Antonicic, B. & Prodan, I. (2008), 'Alliances, technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms', *Technovation*, 28(5), 257-265.
- Baughn, C.C., Cao, J.S.R., Le, L.T.M., Lim, V.A. & Neupert, K.E. (2006), 'Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines', *Journal of Development Entrepreneurship*, 11(1), 57-77.
- Bird, B. & Brush, C.G. (2002), 'A gender perspective on organizational creation', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41-65.
- Camelo-Ordaz, C., Dianeze-Gonzalez, J.D. & Ruiz-Navarro, J. (2016), 'The influence of gender on entrepreneurial intention. The mediating role of perceptual factors', *Business Research Quarterly*, 19, 261-277.
- Cheng, Y.M. & Lau, C.K. (2008), *Slope Stability Analysis and Stabilization*, Great Britain: Antony Rowe, Chippenham, Wilts.
- Dao, T.K., Bui, A.T., Doan, T.T.T., Dao, N.T., Le, H.H. and Le, T.T.H. (2021), 'Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students. An extension of the theory of planned behavior', *Heliyon*, 7, p.e06381.
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003), 'The role of social and human capital among nascent entrepreneurs', *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- Duong, C.D. (2022), 'Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model', *The International Journal of Management Education*, 1-15.
- Ertz, M., Karakas, F. & Sarigöllü, E. (2016), 'Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors', *Journal of Business Research*, 69(10), 3971-3980.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gupta, V.K. & Bhawe, N.M. (2007), 'The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions', *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Hu, L. & Bentler, P.M. (1998), 'Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to under parameterized model misspecification', *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Kline, R.B. (2005), *Principles and practices of structural equation modeling*, 2nd edition, New York, NY: Guilford Press.
- Kolvereid, L. (1996), 'Prediction of employment status choice intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. & Carsrud, A.L. (2000), 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Kuckertz, A. & Wagner, M. (2010), 'The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience', *Journal of Business Venturing*, 25, 524-539.
- Kuratko, D. & Mathews, R.D. (2004), 'Community web: an internet firm's fight to survive', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(3), 265-290.
- Liñán, F. & Chen, Y.W. (2009), 'Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F. & Santos, F.J. (2007), 'Does social capital affect entrepreneurial intentions?', *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Liñán, F., Nabi, G. & Krueger, N. (2013), 'British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study',

- Maes, J., Leroy, H. & Sels, L. (2014), 'Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level', *European Management Journal*, 32, 784-794.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N. & Wimmer-Wurm, B. (2016), 'The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs', *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.
- Misoska, A.T., Dimitrova, M. & Mrsik, J. (2016), 'Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia', *Economic Research*, 29(1), 1062-1074.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998), 'Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage', *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011), *Nghiên cứu Khoa học Marketing*, Nhà xuất bản Lao Động, Hà Nội.
- Nguyen, V.T., Nguyen, L.T. & Nguyen, H.H. (2018), 'Fostering academic entrepreneurship: A qualitative study of invention commercialization in Vietnam', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(4), 1-23.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014), 'Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000), 'The promise of entrepreneurship as a field of research', *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Thompson, E.R. (2009), 'Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric', *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(3), 669-694.
- Tsai, K., Chang, H. & Peng, C. (2016), 'Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445- 463.
- Turker, D. & Selcuk, S.S. (2009), 'Which factors affect the entrepreneurial intention of university students?', *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. & Van Gils, A. (2008), 'Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour', *Career Development International*, 13, 538-559.
- Vuković, K., Kedmenec, I., Postolov, K., Jovanovski, K. & Korent, D. (2017), 'The role of bonding and bridging cognitive social capital in shaping entrepreneurial intention in transition economies', *Management*, 22(1), 1-33.

TỔNG MỤC LỤC NĂM 2022

Số 295, tháng 01/2022

Tổng quan kinh tế Việt Nam năm 2021 và khuyến nghị chính sách năm 2022	<i>Tô Trung Thành</i>	2
Chính sách tài khóa nhằm đưa nền kinh tế vượt qua đại dịch COVID-19	<i>Hoàng Xuân Quế</i>	14
Công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam nhìn từ chỉ tiêu tỷ lệ lao động nông nghiệp	<i>Trần Thị Vân Hoa</i>	21
Dòng tiền và kiệt quệ tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam: Tiếp cận theo phương pháp BAYES	<i>Đỗ Thị Vân Trang, Phan Thùy Dương, Đinh Hồng Linh</i>	32
Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử Việt Nam	<i>Vũ Thị Thanh Huyền, Trần Việt Thảo</i>	40
Nghiên cứu mối quan hệ giữa xử lý khiếu nại, sự hài lòng, niềm tin và lòng trung thành của khách hàng cá nhân trong ngành ngân hàng	<i>Ngô Đức Chiến</i>	51
Lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất kính xây dựng Việt Nam	<i>Lê Trung Thành, Đoàn Xuân Hậu</i>	63
Nhận thức đạo đức, tách rời đạo đức và ý định tiêu dùng sản phẩm vi phạm bản quyền: Tác động điều tiết của khuynh hướng đạo đức	<i>Nguyễn Hữu Khôi, Lê Nhật Hạnh</i>	73
Tác động của chất lượng dịch vụ giáo dục đến sự hài lòng của sinh viên các trường đại học công lập khối kinh tế và quản trị kinh doanh tại Việt Nam	<i>Nguyễn Hoàng Việt, Vũ Tuấn Dương</i>	83

Số 296, tháng 02/2022

Tác động của thể chế đến nghèo đa chiều ở Việt Nam	<i>Ngô Quốc Dũng</i>	2
Mối quan hệ phụ thuộc giữa thị trường chứng khoán Việt Nam và thị trường chứng khoán Mỹ: Tiếp cận bằng mô hình COPULA-GJR-GARCH	<i>Lê Văn Thứ, Trần Ái Kết</i>	10
Hiệu quả sử dụng chỉ tiêu công cho hệ thống y tế giai đoạn 2011-2018: Nghiên cứu trường hợp Việt Nam và các quốc gia Đông Nam Á	<i>Hoàng Long, Mai Lê Thúy Vân</i>	23
Tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu	<i>Nguyễn Minh Ngọc</i>	32
Đòn bẩy tài chính và hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam khi có điều tiết bởi quy mô doanh nghiệp	<i>Lê Hoàng Vinh, Phạm Thu Phương</i>	43

Ảnh hưởng của sự bất an trong công việc và thu nhập giảm đến ý định rời bỏ công việc của nhân viên ngành du lịch trong bối cảnh covid-19

Lục Mạnh Hiên, Nguyễn Quang Vĩnh 52

Các nhân tố ảnh hưởng đến thái độ đối với hình ảnh tổng thể điểm đến và ý định tiếp tục thăm viếng của du khách nội địa trong bối cảnh dịch bệnh covid-19: Nghiên cứu cho trường hợp tỉnh Bình Định

Trần Thanh Phong, Phan Trọng Nghĩa 64

Chuyển đổi số trong giáo dục nghề nghiệp: Xu hướng trên thế giới và bài học cho Việt Nam

Bùi Văn Dũng 74

Tác động của phát triển công nghệ và cấu trúc vốn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ngành công nghệ thông tin

Nguyễn Văn Chiến 84

Tác động của so sánh xã hội đến lòng tự trọng, sự đố kị và hành vi mua sắm bốc đồng của khách hàng trên các trang mạng xã hội tại thành phố Hồ Chí Minh

Trần Văn Đạt 95

Số 297, tháng 03/2022

Toàn cầu hoá tài chính, toàn cầu hoá thương mại và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam

Nguyễn Thị Cẩm Vân 2

Nhu cầu chăm sóc dài hạn của người cao tuổi ở Việt Nam: Bằng chứng từ khảo sát quốc gia

Phí Mạnh Phong, Phí Mạnh Hồng 13

Vai trò của kiểm soát nội bộ đến hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa tại Việt Nam

Lê Quốc Hội, Đỗ Vũ Phương Anh, Nguyễn Hoài Nam, Nguyễn Thanh Hằng 22

Tác động của chuỗi cung ứng du lịch đến chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành và sự hài lòng của khách du lịch: Bằng chứng từ đánh giá của khách du lịch nội địa ở Việt Nam

Nguyễn Hải Quang, Lê Thị Hà My, Lê Hữu Đại 31

Tác động của đại dịch COVID-19 đến cổ phiếu niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán HỒ CHÍ MINH

Huỳnh Thị Cẩm Hà 41

Thực trạng hiệu quả khai thác công nghệ của các doanh nghiệp thuộc một số ngành, lĩnh vực ưu tiên phát triển trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh

Đặng Thu Hương, Trần Lan Hương 51

Ảnh hưởng của các công nghệ kỹ thuật số đến hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam

Nguyễn Thị Bích Loan, Chử Bá Quyết 62

Lựa chọn mô hình sản xuất của hộ trồng lúa trong điều kiện xâm nhập mặn ở đồng bằng Sông Cửu Long

*Phan Đình Khôi, Huỳnh Việt Khải, Võ Thành Danh,
Ngô Thị Thanh Trúc, Nguyễn Thị Huyền Mỹ* 74

Ảnh hưởng của thực tiễn đánh giá đến kết quả thực hiện công việc của giáo viên tại các trường trung học cơ sở Việt Nam: Vai trò điều tiết của sự tham gia của giáo viên

Phạm Thị Bích Ngọc, Nguyễn Nam Hải 83

Nghiên cứu đề xuất phương án thúc đẩy ý định mua sắm sản phẩm thời trang nội địa Việt Nam trên nền tảng thương mại xã hội trên địa bàn Hà Nội

Trịnh Hoài Sơn, Lê Hoa Chi, Trần Đức Trường, Lưu Ngọc Hiền, Ngô Thùy Nhung 93

Số 298, tháng 04/2022

Vai trò của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính doanh nghiệp tại Việt Nam: Bằng chứng mới từ hồi quy phân vị mảng

Trần Quang Tuyền, Vũ Văn Hưởng 2

Hệ thống làm việc hiệu suất cao, cam kết với tổ chức và hành vi công dân tổ chức tại các công ty đa quốc gia hoạt động ở Việt Nam

Vũ Thị Hương Giang, Nguyễn Tuấn Dương, Lê Thái Phong, Dương Thị Hoài Nhung 11

Tốc độ điều chỉnh cấu trúc vốn thực tế hướng về cấu trúc vốn mục tiêu theo ngành công nghiệp của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Phan Trần Minh Hưng, Mai Thị Thùy Trang 20

Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng hệ thống quản lý chất lượng toàn diện tại các doanh nghiệp kinh doanh khí hóa lỏng Việt Nam

Trương Đức Thao, Vũ Đào Tùng Phương, Nguyễn Anh Tuấn 30

Ảnh hưởng của động cơ, cơ hội và năng lực xử lý thông tin trên mạng xã hội đối với dự định lựa chọn khách sạn xanh tại thành phố Đà Nẵng

*Lê Văn Huy, Trương Công Thiện, Đỗ Thùy Như, Lê Quốc Hội,
Phan Thị Phú Quyên, Phạm Tấn Nhật, Phan Hoàng Long* 41

Các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua bảo hiểm nhân thọ của khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Lê Quang Hiếu 51

Đánh giá của người dân thành phố Cần Thơ về giá trị kinh tế của việc bảo tồn hệ sinh thái rừng U Minh

Huỳnh Việt Khải, Nguyễn Phi Vân, Phan Đình Khôi 61

Phân tích hiệu suất sử dụng năng lực sản xuất trong nuôi trồng thủy sản: Trường hợp các hộ nuôi tôm thẻ chân trắng thâm canh tại tỉnh Khánh Hòa

Lê Kim Long, Võ Hoàn Hải, Phạm Thị Thanh Bình 70

Di cư lao động có đóng góp đa dạng hóa thu nhập của hộ gia đình? Trường hợp của đồng bằng Sông Cửu Long

Huỳnh Trường Huy, Lê Thị Chúc Mai, Nguyễn Phú Sơn 78

Số 299, tháng 05/2022

Mối quan hệ giữa thị trường chứng khoán các nước và Việt Nam	
<i>Nguyễn Phan Trúc Phương, Hồ Thị Lam, Võ Xuân Vinh</i>	2
Chính phủ điện tử có phải là động lực để thúc đẩy mật độ khởi nghiệp của một quốc gia? Bằng chứng thực nghiệm tại Châu Âu	
<i>Lê Thanh Hà, Phạm Thị Ngọc Hạnh, Nguyễn Thị Thu Hằng, Hoàng Đăng Khánh, Lê Lan Phương, Hoàng Văn Hợp</i>	14
Tác động của đại dịch covid-19 và giải pháp phục hồi các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam	
<i>Hà Văn Sự, Tạ Việt Anh</i>	23
Toàn cầu hóa, phát triển tài chính, tăng trưởng kinh tế, ô nhiễm môi trường và tiêu thụ năng lượng tái tạo ở Việt Nam	
<i>Nguyễn Thị Cẩm Vân</i>	34
Giáo dục liên chính, nhận thức liên chính và đưa hồi lộ ở thanh niên Việt Nam	
<i>Lê Quang Cảnh</i>	44
Ảnh hưởng của ý kiến kiểm toán tới giá cổ phiếu của các doanh nghiệp xây dựng và bất động sản ở Việt Nam	
<i>Đoàn Thanh Nga</i>	54
Quản trị công ty và sai sót báo cáo tài chính	
<i>Nguyễn Trọng Hiếu, Nguyễn Công Phương, Nguyễn Mạnh Cường</i>	63
Mối quan hệ giữa tính khả dụng của trang web với thái độ và ý định mua của người tiêu dùng: Vai trò trung gian của sự hài lòng	
<i>Nguyễn Đình Toàn</i>	73
Kết hợp đa phương pháp trong nghiên cứu tác động của truyền thông xã hội đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành Phố Hồ Chí Minh	
<i>Phạm Thị Minh Lý, Phùng Minh Tuấn, Nguyễn Trung Tín</i>	83
Vai trò của chuyển đổi số tới nâng cao chất lượng quản trị công tại Việt Nam	
<i>Vũ Văn Hương, Lê Văn Đạo, Đồng Mạnh Cường</i>	93

Số 300, tháng 06/2022

Đô la hóa với tăng trưởng kinh tế và bất ổn kinh tế vĩ mô: Bằng chứng tại các quốc gia mới nổi châu Á	
<i>Nguyễn Thị Mỹ Linh</i>	2
Ảnh hưởng của bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam	
<i>Huỳnh Thị Diệu Linh</i>	13

Mối quan hệ đồng tích hợp giữa các lãi suất trên thị trường trái phiếu Việt Nam	<i>Nguyễn Thanh Hà, Bùi Huy Tùng</i>	22
Tác động của tỷ giá hối đoái tới lượng khách du lịch quốc tế tới Việt Nam	<i>Trần Việt Dũng, Đoàn Ngọc Thắng, Nguyễn Thị Kim Trúc</i>	32
Tác động của giáo dục đến thu nhập tại Việt Nam giai đoạn 2014-2020: Kết quả từ mô hình hồi quy cộng tính tổng quát gam	<i>Trịnh Thị Hương, Nguyễn Minh Quang, Nguyễn Thị Thanh Loan, Phan Văn Đức Nhật, Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Ngô Hoàng Long</i>	42
Vai trò của quy chuẩn trong việc giải thích hành vi tiết kiệm điện của cá nhân tại môi trường làm việc	<i>Nguyễn Thị Nga</i>	54
Các yếu tố tác động vào giác quan và sự hài lòng của thực khách với các nhà hàng chay: Nghiên cứu tại Hà Nội	<i>Phạm Thị Huyền, Mai Thị Hải Linh</i>	64
Ảnh hưởng của nắm giữ tiền mặt đến hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam – cách tiếp cận mô hình động	<i>Phan Trần Minh Hưng</i>	74
Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ chung cư của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ đối với hành vi	<i>Phạm Đình Hân, Võ Thanh Hải</i>	85
Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của thanh niên nông thôn Việt Nam	<i>Trần Nho Quyết, Tong Guang Ji, Trần Quang Yên, Nguyễn Thị Thanh Hiền</i>	96

Số 301, tháng 07/2022

Ảnh hưởng của phân cấp tài khóa lên sự hội tụ thu nhập tại Việt Nam	<i>Lê Thị Thu Diễm, Nguyễn Thị Thúy Loan</i>	2
Nhận diện kiệt quệ tài chính của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết tại Việt Nam	<i>Lê Hoàng Vinh, Phạm Lê Quang</i>	15
Phát triển tập đoàn kinh tế tư nhân tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp	<i>Đỗ Vũ Phương Anh, Hà Diệu Linh, Đỗ Minh Đức, Tô Thế Nguyên</i>	25
Tác động của quá trình chuyển đổi số đến sử dụng tài nguyên thiên nhiên ở các nước Châu Âu	<i>Phạm Văn Minh</i>	33
Nghiên cứu sự ảnh hưởng của cấu trúc tài chính và rủi ro tài chính tới hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Nguyệt Dung, Hà Thành Công</i>	45
Quốc tế hóa và hoạt động đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam	<i>Quách Dương Tử, Trần Thy Linh Giang, Nguyễn Thị Đoan Trang</i>	54

Tác động của nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hành vi thông qua sự cam kết tổ chức của nhân viên tổ chức y tế tại Việt Nam	<i>Ngô Liêm Phước Trọng, Trần Thị Ngọc Lan</i>	64
Tác động của mức độ bùng phát dịch bệnh COVID-19 đến việc nắm giữ tiền mặt của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết tại Việt Nam	<i>Nguyễn Hoàng Minh, Lê Quang Minh</i>	75
Quản trị tri thức của sinh viên trong các trường đại học trong bối cảnh kinh tế số	<i>Đỗ Anh Đức, Lê Anh Đức</i>	83
Phát triển tổ chức kinh tế trong nông nghiệp ở tỉnh Nam Định	<i>Nguyễn Phụng Lê, Nguyễn Thanh Phong</i>	93

Số 302, tháng 08/2022

Ứng dụng mô hình dữ liệu tần suất hỗn hợp dự báo tăng trưởng kinh tế Việt Nam	<i>Lê Mai Trang, Hoàng Anh Tuấn, Đinh Thị Hà, Nguyễn Thị Hiên, Trần Kim Anh</i>	2
Mối quan hệ giữa tỷ lệ an toàn vốn và các biến số kinh tế vĩ mô	<i>Đào Thị Thanh Bình, Trương Mỹ Linh</i>	13
Tác động phi tuyến của chất lượng thể chế đến ô nhiễm môi trường tại các quốc gia đang phát triển Châu Á	<i>Lê Hồng Ngọc, Hồ Thị Lam</i>	23
Đánh giá ảnh hưởng của hành vi thực hiện các tiêu chuẩn môi trường tới khả năng sống sót của các doanh nghiệp Việt Nam	<i>Lê Thanh Hà, Nguyễn Thị Đào, Hoàng Văn Ngọc</i>	32
Tác động của chính sách đến tạo việc làm tại chỗ bền vững cho lao động nông thôn tại thành phố Hà Nội	<i>Doãn Thị Mai Hương, Nguyễn Thị Vân Anh, Hoàng Thanh Tùng</i>	43
Lượng hóa gánh nặng kinh tế của bệnh tật do môi trường sản xuất thay đổi: Trường hợp nghiên cứu ở tỉnh Thừa Thiên Huế áp dụng phương pháp chi phí bệnh tật (COI)	<i>Trần Huỳnh Bảo Châu, Nguyễn Đức Kiên Nguyễn Hoàng Diễm My, Bùi Dũng Thế, Đặng Thị Anh Thư</i>	53
Sự khác biệt giữa chuẩn mực kế toán Việt Nam và chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế trên phương diện khuôn khổ khái niệm	<i>Phạm Hoài Hương</i>	62
Giá trị cảm nhận của khách du lịch đối với chương trình du lịch sinh thái: Trường hợp nghiên cứu tại công ty lữ hành quốc tế Huetourist	<i>Hồ Thị Hương Lan</i>	70
Ý định rời bỏ tổ chức của cán bộ công chức tại ủy ban nhân dân cấp quận – Bằng chứng thực nghiệm tại thủ đô Hà Nội	<i>Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan</i>	79
Tác động trực tiếp của tín dụng công nghệ đến bất bình đẳng thu nhập	<i>Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	88

Số 303, tháng 09/2022

Tác động trực tiếp của tín dụng công nghệ đến bất bình đẳng thu nhập	<i>Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	2
Ảnh hưởng của COVID-19 đến lao động phi chính thức và bất bình đẳng thu nhập tại Việt Nam	<i>Hoàng Thị Huệ, Nguyễn Quang Huy, Phạm Thị Thục Hiền, Nguyễn Thị Thu Huyền, Phạm Ngọc Anh</i>	13
Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và nắm giữ tiền mặt: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam	<i>Nguyễn Văn Hà, Lê Tuấn Thành, Vũ Hương Giang, Trần Minh Thu, Nguyễn Thị Yến</i>	24
Các nhân tố ảnh hưởng tới ý định gây ra rủi ro đạo đức của người lao động tại ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam	<i>Đỗ Hoài Linh, Khúc Thế Anh</i>	34
Đánh giá các yếu tố tác động đến hiệu quả thực hiện chính sách giáo dục đối với thu nhập của hộ gia đình ở khu vực nông thôn Việt Nam	<i>Vũ Văn Hùng, Hồ Kim Hương</i>	45
Nghiên cứu ý định tiếp tục sử dụng mạng xã hội zalo: Từ góc nhìn lý thuyết mạng lưới xã hội và lý thuyết vốn xã hội	<i>Phùng Thanh Bình, Bùi Thị Kim Duyên</i>	55
Cân bằng cuộc sống công việc và sự thực hiện công việc của nhân viên trong các doanh nghiệp Việt Nam: Vai trò trung gian của hạnh phúc nhân viên	<i>Phạm Thị Bích Ngọc, Lý Thu Hằng</i>	67
Tác động của phong cách lãnh đạo đến độc lực làm việc: Nghiên cứu định lượng tại các cơ quan phát thanh và truyền hình	<i>Nguyễn Việt Long, Nguyễn Nam Tuấn</i>	78
Giải pháp thúc đẩy đào tạo cử nhân kế toán đáp ứng yêu cầu xã hội: Tiếp cận từ góc nhìn của doanh nghiệp	<i>Phí Thị Diễm Hồng, Phan Lê Trang</i>	88
Những nhân tố ảnh hưởng đến việc làm của người khuyết tật: Nghiên cứu thực nghiệm tại miền Bắc Việt Nam	<i>Phùng Minh Thu Thủy, Hoàng Như Quỳnh, Trần Lưu Phương Hào, Trần Lệ Hằng</i>	98

Số 304, tháng 10/2022

Bitcoin và thị trường chứng khoán các nước ASEAN-6: tiếp cận bằng mô hình hồi quy phân vị	<i>Lại Minh Khôi, Ngô Thái Hưng</i>	2
Phản ứng của thị trường chứng khoán trước biện pháp của Chính phủ ứng phó với dịch Covid-19: trường hợp của Việt Nam	<i>Chu Thị Thanh Trang, Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	15

Xác suất vỡ nợ của các doanh nghiệp niêm yết ngành thủy sản và xây dựng dựa trên phương pháp cấu trúc	<i>Đào Thị Thanh Bình, Đinh Thị Hương, Trần Mạnh Dũng</i>	26
Phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam: Những bước đi ban đầu và giải pháp	<i>Hồ Quế Hậu</i>	39
Tác động của cấu trúc vốn và chất lượng thể chế cấp tỉnh đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam	<i>Bùi Hà Phương, Lê Hồng Thái</i>	48
Ảnh hưởng của sự đa dạng đến kết quả đổi mới: Vai trò trung gian của hành vi đổi mới công việc	<i>Nguyễn Kim Nam</i>	59
Ảnh hưởng của năng lực tổ chức chuyên trách và điều kiện kinh tế xã hội địa lý tới lựa chọn thực hiện các biện pháp phòng chống lũ lụt tại miền núi phía Bắc và miền Trung, Việt Nam	<i>Nguyễn Hữu Dũng, Phạm Tiến Duy, Nguyễn Thị Thanh, Lương Thị Dương, Võ Thị Huệ</i>	67
Vai trò của chất lượng cảm nhận điểm đến đối với sự hài lòng và ý định quay lại của khách du lịch: Nghiên cứu thực nghiệm ở Tây Nguyên	<i>Nguyễn Hải Quang</i>	77
Ảnh hưởng của chỉ số mức độ phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến lợi nhuận của ngân hàng thương mại Việt Nam	<i>Nguyễn Hữu Mạnh, Vương Thị Hương Giang</i>	89

Số 305, tháng 11/2022

Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động kiểm soát nội bộ trong các doanh nghiệp ở Việt Nam	<i>Đỗ Vũ Phương Anh</i>	2
Tín dụng công nghệ tài chính và mở rộng tiếp cận tín dụng: Vai trò của mức độ e ngại sự không chắc chắn	<i>Nguyễn Thị Diễm Kiều, Nguyễn Khắc Quốc Bảo</i>	10
Tác động của phong cách lãnh đạo đến hoạt động đổi mới sáng tạo: Bằng chứng từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam	<i>Bùi Quang Tuyền</i>	20
Ảnh hưởng của quyền lực giám đốc điều hành đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<i>Ngô Mỹ Trân, Lê Tấn Nghiêm, Ngô Trung Hiếu</i>	29
Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ngân hàng số Vietcombank	<i>Nguyễn Minh Phương, Đinh Văn Thuận</i>	38
Phương thức làm việc tại nhà và kết quả công việc của nhân viên kinh doanh trong bối cảnh COVID-19	<i>Nguyễn Thị Phương Linh</i>	51
Tác động của UKVFTA đến xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường vương quốc Anh	<i>Ngô Thị Tuyết Mai, Đỗ Thị Trang</i>	62

Tác động của việc tuân thủ chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế (IFRS) đến rủi ro của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Phạm Thị Hoàng Anh, Nguyễn Thị Lý 72

Chính sách dịch vụ công tác xã hội trong lĩnh vực trợ giúp xã hội tại cộng đồng với người khuyết tật ở Việt Nam: Thực trạng và kiến nghị hoàn thiện

Lê Thị Anh Vân, Đoàn Hữu Minh 81

Nghiên cứu tác động tư tưởng đề từ quy của lãnh đạo và văn hóa Đề Từ Quy của tổ chức đến sự hài lòng và gắn kết của nhân viên trong tổ chức

*Nguyễn Hồng Quân, Nguyễn Lê Ngọc Hà, Hoàng Linh Chi,
Phan Thị Thanh Hậu, Đặng Thị Phương Hoa, Ngô Mỹ Bình Phương* 90

Số 306, tháng 12/2022

Nợ công và tăng trưởng kinh tế: Vai trò của thể chế

Hồ Thủy Tiên 2

Ứng dụng kinh tế lượng không gian đánh giá tác động lan tỏa xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp các doanh nghiệp ngành chế biến, chế tạo Việt Nam

Nguyễn Ánh Tuyết, Phùng Mai Lan 12

Tác động của hỗ trợ của chính phủ đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: Vai trò trung gian của môi trường kinh doanh

Nguyễn Minh Thành, Vũ Thị Thúy Nga 23

Tác động của dân trí tài chính đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam

Khúc Thế Anh, Bùi Kiên Trung, Nguyễn Minh Phương 31

Tác động của tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Nguyễn Hồng Nga, Nguyễn Thị Thu Trang 41

Tác động của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đến kết quả công việc của nhân viên môi giới bất động sản tại Việt Nam

Trần Thị Hồng Liên, Cao Thị Giang 51

Tiêu dùng bền vững trong bối cảnh covid-19: Nghiên cứu thực nghiệm với lý thuyết hành vi có kế hoạch

Nguyễn Thị Phương Linh 61

Ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam

Nguyễn Thị Xuân Hồng 72

Nghiên cứu ảnh hưởng của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam

Dương Công Doanh, Lê Thị Loan 82