

Mục lục

Chính sách thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam: Thực trạng và giải pháp	<i>Bùi Huy Nhung, Lê Quốc Hội, Lê Như Quỳnh</i>	2
Hiệu ứng của tự do hóa tài chính đối với tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam	<i>Nguyễn Quốc Anh, Nguyễn Thị Thanh Nhân</i>	13
Ứng dụng mô hình ARDL trong phân tích tác động của cơ cấu xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Thu Thủy</i>	23
Ảnh hưởng của khác biệt vùng miền tới phong cách lãnh đạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam	<i>Lê Tiến Đạt</i>	34
Ứng dụng phương pháp học máy trong dự báo rủi ro phá sản của các doanh nghiệp Việt Nam	<i>Trương Thị Thùy Dương, Lê Hải Trung</i>	44
Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý của chính quyền tỉnh Thanh Hóa đối với du lịch biển	<i>Nguyễn Hoài Nam, Trần Thị Hoàng Mai, Phạm Nguyên Hồng, Trịnh Thị Liên</i>	54
Các yếu tố quyết định nhu cầu tín dụng và khả năng tiếp cận các nguồn tín dụng chính thức của nông hộ: Nghiên cứu ở tỉnh Hòa Bình, Việt Nam	<i>Nguyễn Thế Kiên</i>	64
Các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa	<i>Đỗ Tuấn Vũ</i>	73
Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn nhà hàng của thực khách: nghiên cứu ứng dụng mô hình PLS-SEM	<i>Nguyễn Thị Loan, Mai Anh Vũ, Hà Đình Hùng</i>	84
Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố kích hoạt EWOM đến ý định sử dụng ngân hàng số: sử dụng kết hợp mô hình ELM và TPB	<i>Trương Đình Chiến, Nguyễn Việt Hà</i>	94

CHÍNH SÁCH THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI CỦA VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Bùi Huy Nhượng

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: nhuongbh@neu.edu.vn

Lê Quốc Hội

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hoilq@neu.edu.vn

Lê Như Quỳnh

Trường Đại học Thương mại

Email: quynh.ln@tmu.edu.vn

Mã bài báo: JED-10123

Ngày nhận: 10/01/2023

Ngày nhận bản sửa: 15/03/2023

Ngày duyệt đăng: 03/04/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.10123

Tóm tắt:

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là nguồn vốn quan trọng bổ sung cho sự phát triển của nền kinh tế, giúp các quốc gia tiếp cận công nghệ mới, trình độ quản lý, mở rộng thị trường xuất khẩu và chuyển dịch cơ cấu kinh tế... Trên thực tế, Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận trong thu hút vốn FDI sau hơn 35 năm đổi mới và mở cửa. Đó là kết quả của sự nỗ lực trong quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam thời gian qua. Bài viết này phân tích thực trạng quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam ở các khía cạnh: hệ thống pháp luật liên quan đến đầu tư, chính sách ưu đãi đầu tư và chính sách xúc tiến đầu tư. Bài viết đánh giá về những thành công, hạn chế của các chính sách đó, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam trong giai đoạn tới.

Từ khóa: chính sách, thu hút, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, Việt Nam

Mã JEL: Z18, G28

The process of improving Vietnam's foreign direct investment attraction policy

Abstract:

Foreign direct investment (FDI) is an important source of additional capital for economic development, helping countries access new technologies, management levels, expand export markets and transform economic structure... In fact, Vietnam has achieved many remarkable achievements in attracting FDI after more than 35 years of renovation. It is the result of efforts in the process of improving Vietnam's FDI attraction policy over the past time. This article analyzes the status of the process of improving Vietnam's FDI attraction policy in the following aspects: the legal system related to investment, investment incentives and investment promotion policy. The article also evaluates the successes, limitations and then proposes some solutions to improve the policy of attracting FDI in Vietnam in the coming period.

Keywords: policy, attraction, foreign direct investment, Vietnam

JEL codes: Z18, G28

1. Đặt vấn đề

Sau hơn 35 năm đổi mới và mở cửa, thu hút vốn FDI của Việt Nam đã có nhiều thành tựu nhưng vẫn còn tồn tại những vấn đề cần khắc phục. Theo báo cáo của Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2023), tính lũy kế đến ngày 20/12/2022, cả nước có 36.278 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký đạt 438,69 tỷ USD từ hàng nghìn tập đoàn, doanh nghiệp đến từ 108 quốc gia và vùng lãnh thổ. Những phát triển vượt bậc trong thu hút vốn FDI thời gian qua đã giúp Việt Nam là một trong 20 quốc gia thu hút FDI nhiều nhất thế giới và trở thành địa điểm đầu tư tin cậy và hiệu quả cho các nhà đầu tư nước ngoài (ĐTNN) (UNCTAD, 2021). Mặc dù đạt được những kết quả thu hút FDI ấn tượng, nhưng cho đến nay chất lượng thu hút vốn FDI ở Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế như: các dự án công nghệ cao và mang lại nhiều giá trị gia tăng chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ trong FDI; chưa thu hút được công nghệ nguồn; thâm dụng lao động còn lớn; liên kết giữa khu vực FDI và khu vực trong nước còn yếu; hiệu ứng lan tỏa từ doanh nghiệp FDI sang các doanh nghiệp trong nước vẫn chưa nhiều...

Những năm gần đây, cùng với sự thay đổi trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội trong và ngoài nước, Việt Nam quyết tâm có sự thay đổi chiến lược về chính sách để cải thiện chất lượng vốn FDI qua *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, XIII; Nghị quyết số 103/NQ-CP* do Thủ tướng Chính phủ ban hành vào cuối tháng 08 năm 2013; “*Chiến lược và định hướng chiến lược thu hút FDI thế hệ mới giai đoạn 2018-2030*” do Bộ Kế hoạch và Đầu tư (KH&ĐT) với sự hỗ trợ của Nhóm Ngân hàng Thế giới công bố tháng 03 năm 2018; *Nghị quyết số 50 - NQ/TW* của Bộ Chính trị ban hành ngày 20 tháng 08 năm 2019 “*Về định hướng hoàn thiện thể chế, chính sách, nâng cao chất lượng, hiệu quả hợp tác đầu tư nước ngoài đến năm 2030*”... Các chủ trương, chính sách này đã và đang được thực hiện nhằm nâng cao hiệu quả thu hút vốn FDI vào Việt Nam. Tuy nhiên trên thực tế, thể chế, chính sách về ĐTNN vẫn còn chồng chéo, chưa theo kịp yêu cầu phát triển; hệ thống tổ chức bộ máy và năng lực thu hút, quản lý ĐTNN còn phân tán, chưa đáp ứng được yêu cầu; chính sách ưu đãi đầu tư còn dàn trải, chưa ổn định và thiếu nhất quán... Do vậy, việc phân tích, đánh giá những thành công, hạn chế trong quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI nhằm đề xuất giải pháp khắc phục những bất cập trong FDI là nhu cầu cấp thiết ở Việt Nam hiện nay.

2. Thực trạng quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam

2.1. Quá trình hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến đầu tư

Cơ sở pháp lý quan trọng nhất cho hoạt động ĐTNN tại Việt Nam là Luật Đầu tư. Một trong những đạo luật đầu tiên của thời kỳ đổi mới, tạo môi trường pháp lý cao hơn để thu hút vốn ĐTNN vào Việt Nam - *Luật ĐTNN năm 1987* ra đời, đánh dấu sự thay đổi có tính bước ngoặt về quan điểm và nhận thức của ĐTNN. Cùng với *Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân* được ban hành năm 1990, Luật Đầu tư đã liên tục được sửa đổi và bổ sung 7 lần vào các năm 1990, 1992, 1996, 2000, 2005, 2014 và 2020. Những nội dung của Luật ĐTNN là sự thể chế hóa đường lối, quan điểm đổi mới của Đảng và Nhà nước về kinh tế đối ngoại và hợp tác đầu tư với nước ngoài. Quá trình hoàn thiện Luật ĐTNN luôn bám sát và phục vụ các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước trong từng thời kỳ và có quan hệ chặt chẽ với việc xây dựng và hoàn thiện khung pháp luật chung về kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa (Phan Hữu Thắng, 2022). Việt Nam cũng đã rất cầu thị, năng động và chủ động trong việc điều chỉnh hệ thống pháp luật, chính sách nhằm có hệ thống văn bản pháp luật phù hợp hơn và đáp ứng được đòi hỏi của thực tế phát triển kinh tế trong nước, khu vực và thế giới. Điều này được thể hiện cụ thể như sau:

Trước năm 2005, sự tồn tại của hai hệ thống pháp luật riêng điều chỉnh hoạt động đầu tư trong nước và ĐTNN đã tạo ra một môi trường pháp lý không thống nhất ở Việt Nam. Trong đó, doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau phải hoạt động khác biệt về thành phần, tổ chức quản lý và hoạt động, về khả năng tiếp cận thị trường và các nguồn lực đầu tư, về chính sách thuế, tiền thuê đất... *Luật Đầu tư 2005* được Quốc hội khóa XI thông qua thay thế Luật ĐTNN tại Việt Nam và Luật Khuyến khích đầu tư trong nước, đã góp phần tạo ra sự chuyển biến về lượng và chất, đa dạng hóa dòng vốn FDI đổ vào Việt Nam từ sau năm 2005. Những quy định của Luật Đầu tư năm 2005 đã mở rộng quyền tự chủ trong hoạt động đầu tư, kinh doanh của các nhà đầu tư bằng việc xóa bỏ một loạt rào cản đầu tư không phù hợp với thông lệ kinh tế thị trường và cam kết hội nhập của Việt Nam, tạo cơ sở pháp lý cho việc cải thiện môi trường đầu tư (MTĐT), kinh doanh theo hướng ngày càng thuận lợi, minh bạch và bình đẳng giữa các nhà đầu tư. Sự tăng trưởng về quy mô, số lượng và loại hình đầu tư thực tế trong các năm 2006- 2008 tại Việt Nam mặc dù kinh tế thế giới

thời kỳ đó đang phải đối mặt với khó khăn do khủng hoảng tài chính là một minh chứng rõ nét cho những ảnh hưởng tích cực của Luật Đầu tư 2005 đem lại. Cụ thể, vốn đăng ký đạt trên 6,8 tỷ USD năm 2005, năm 2006 tăng lên gấp đôi, tăng lên gấp ba đạt 21 tỷ USD vào năm 2007 và đỉnh cao mới được thiết lập năm 2008 với 71,7 tỷ USD.

Tuy nhiên, sau hơn 8 năm triển khai thi hành, thực tiễn thi hành Luật Đầu tư 2005 cho thấy những vướng mắc trong quá trình hoạt động đầu tư, kinh doanh của các nhà đầu tư. Nguyên nhân là do một số khái niệm chưa được quy định cụ thể trong Luật (như khái niệm lĩnh vực đầu tư có điều kiện, điều kiện đầu tư, nhà ĐTNN, doanh nghiệp có vốn ĐTNN...); các lĩnh vực, ngành nghề cũng như đối tượng ưu đãi đầu tư chưa được quy định thống nhất giữa Luật Đầu tư với các luật thuế và một số luật chuyên ngành; quy định về một số lĩnh vực đầu tư có điều kiện còn thiếu minh bạch, dẫn đến cách hiểu không thống nhất giữa các cơ quan quản lý và nhà đầu tư... Những hạn chế trên đã làm cho MTĐT trở nên kém hấp dẫn đối với các nhà đầu tư, nhất là trong bối cảnh Việt Nam đang phải đối mặt với xu hướng cạnh tranh thu hút ĐTNN ngày càng gay gắt từ các nước trên thế giới và trong khu vực (Nguyễn Thị Tuệ Anh, 2015).

Năm 2014, với việc sửa đổi và ban hành *Luật Đầu tư 2014*, Việt Nam đã tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm tạo MTĐT kinh doanh thuận lợi và minh bạch hơn, tạo một bước đột phá về tư duy để huy động có hiệu quả nguồn vốn đầu tư trong nước và ĐTNN. Theo quy định của Luật này, lần đầu tiên, các ngành, nghề cấm đầu tư kinh doanh và ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện được hệ thống hóa, tập hợp và công bố công khai theo cách tiếp cận “chọn bỏ” nhằm bảo đảm thực hiện nguyên tắc Hiến định về quyền tự do đầu tư kinh doanh của người dân và doanh nghiệp trong các ngành, nghề mà pháp luật không cấm hoặc không quy định phải có điều kiện. Đây cũng là lần đầu tiên, cơ chế kiểm soát việc ban hành điều kiện đầu tư kinh doanh được luật hóa, bảo đảm cơ sở pháp lý để đánh giá sự cần thiết, tính hợp lý của các đề xuất ban hành điều kiện kinh doanh của các Bộ, ngành, chấm dứt hiệu lực của các điều kiện kinh doanh do các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Hội đồng nhân dân, UBND các cấp, cơ quan, tổ chức khác ban hành. Từ quy định này của Luật Đầu tư năm 2014, các bước cải cách thủ tục hành chính trong hoạt động đầu tư được đẩy mạnh theo hướng áp dụng phổ biến chế độ đăng ký thay cho chế độ cấp phép, xóa bỏ những quy định xin - cho, những phê duyệt bất hợp lý nhằm nâng cao vai trò chủ động, tự chịu trách nhiệm của nhà đầu tư trong quyết định đầu tư và tổ chức thực hiện dự án đầu tư. Những thay đổi tích cực này đã thúc đẩy làn sóng đầu tư thứ ba tăng mạnh từ năm 2014. Đến năm 2017, vốn FDI vào Việt Nam đã đạt gần 37,1 tỷ USD - mức cao nhất trong 10 năm trước đó. Xu hướng tăng trưởng này tiếp tục trong 2 năm tiếp theo (năm 2018 đạt 36,36 tỷ USD, năm 2019 đạt 38,95 tỷ USD). Tuy nhiên, thực tiễn hơn 4 năm thi hành Luật Đầu tư 2014 đã đặt ra yêu cầu phải tiếp tục điều chỉnh một số quy định của Luật này. Luật Đầu tư 2014 vẫn chưa bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ của hệ thống pháp luật liên quan đến đầu tư, kinh doanh để phân định rõ phạm vi điều chỉnh cũng như nguyên tắc áp dụng của Luật Đầu tư và các luật có liên quan như Luật Xây dựng, Luật Đầu tư công, Luật Quản lý sử dụng vốn Nhà nước đầu tư vào sản xuất, kinh doanh tại doanh nghiệp, chưa có quy định hợp lý về phân cấp thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư phù hợp với yêu cầu cải cách TTHC trong hoạt động đầu tư kinh doanh.

Luật Đầu tư số 61/2020/QH14 được thông qua và có hiệu lực từ ngày 01/01/2021 đã tạo ra “độ mở” lớn thu hút nhà đầu tư đến với Việt Nam. So với quy định trước đó, Luật Đầu tư 2020 bổ sung những ngành nghề ưu đãi đầu tư mới như: sản xuất sản phẩm hình thành từ kết quả khoa học và công nghệ thuộc danh mục sản phẩm công nghiệp hỗ trợ ưu tiên phát triển giáo dục đại học, sản xuất trang thiết bị y tế... Quy định mới của Luật Đầu tư 2020 về đối tượng hưởng ưu đãi đầu tư được điều chỉnh theo hướng tập trung hơn vào lĩnh vực công nghệ cao, dự án khởi nghiệp sáng tạo. Trong quá trình tổ chức thực thi các quy định pháp luật liên quan đến đầu tư, một số vướng mắc đã được đề xuất và sửa đổi trong các văn bản quy định pháp luật mới này, phần nào giúp hoạt động thu hút đầu tư trở nên dễ dàng hơn. Những thay đổi này mang ý nghĩa rất tích cực trong việc làm rõ và bổ sung các quan điểm, chính sách hợp lý của Việt Nam nhằm thu hút vốn ĐTNN. Tuy nhiên, quá trình thực thi Luật Đầu tư 2020 vẫn phát sinh những vướng mắc, bất cập, ảnh hưởng trực tiếp đến đầu tư, sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp và công tác quản lý nhà nước về đầu tư. Cụ thể như: pháp luật đất đai và pháp luật đầu tư chưa có quy định thống nhất trong việc quyết định chủ trương thực hiện dự án (đối với dự án ngoài ngân sách) với kế hoạch sử dụng đất hàng năm cấp huyện; vướng mắc về thủ tục đầu tư liên quan khoản 4 điều 29 Luật Đầu tư quy định và điều 62 (*Thu hồi đất để phát triển kinh tế - xã hội vì lợi ích quốc gia, công cộng*) và điều 63 (*Căn cứ thu hồi đất vì mục đích quốc phòng, an ninh; phát triển kinh tế*

- xã hội vì lợi ích quốc gia, công cộng) của Luật Đất đai 2013, Luật Đấu thầu; vướng mắc giữa Luật Đầu tư 2020 và Luật Nhà ở liên quan đến chấp thuận chủ trương đầu tư dự án nhà ở; quy định vướng mắc giữa Luật Đầu tư 2020 và Luật Lâm nghiệp liên quan đến chuyển đổi mục đích sử dụng đất rừng. Để nhanh chóng khắc phục những vấn đề trên, tháng 7/2021, Thủ tướng đã cho thành lập Tổ công tác chuyên giải quyết các khúc mắc trong thực hiện Luật Đầu tư 2020 và Nghị định 31/2021/NĐ-CP. Điều này cho thấy sự linh hoạt, nhanh nhạy khi xử lý các tình huống phát sinh và quyết tâm hoàn thiện hệ thống pháp lý về ĐTNN của Việt Nam.

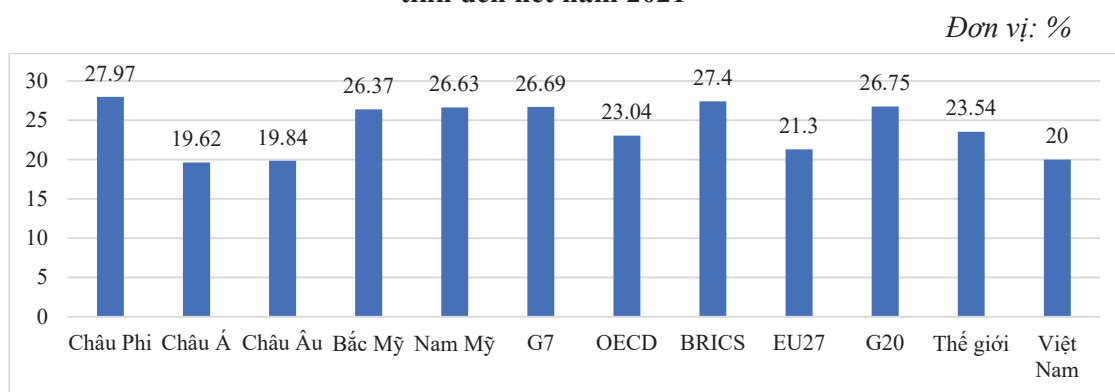
Việc tạo dựng môi trường pháp lý cho ĐTNN không phải chỉ là gói gọn trong khuôn khổ Luật Đầu tư, mà Việt Nam đã đồng thời mở rộng và hoàn thiện khung pháp lý song phương và đa phương liên quan đến ĐTNN với việc ký kết trên 50 *Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư* với các khu vực, các nước và vùng lãnh thổ. Cùng với đó là một số luật quan trọng có liên quan đến hoạt động ĐTNN cũng tiếp tục được bổ sung hoàn thiện như: *Luật Đất đai, Luật Thương mại, Bộ luật lao động, Luật Xây dựng, Luật Kinh doanh bất động sản, Luật Nhà ở, Luật các tổ chức tín dụng...* Tuy nhiên, việc kiểm tra, rà soát những văn bản pháp luật chưa đảm bảo chất lượng, xung đột, chồng chéo để điều chỉnh rất quan trọng trong việc hoàn thiện hệ thống pháp luật về đầu tư ở Việt Nam.

2.2. Quá trình hoàn thiện các chính sách ưu đãi nhằm thu hút vốn đầu tư

Chính sách ưu đãi đầu tư ở Việt Nam nhằm thu hút vốn FDI thể hiện rõ chủ yếu ở các ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN), thuế xuất nhập khẩu và ưu đãi về đất đai.

Thứ nhất, đối với chính sách thuế thu nhập doanh nghiệp. Trong từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội, Luật thuế TNDN đã góp phần tạo môi trường bình đẳng giữa các đối tượng, phù hợp thông lệ quốc tế, khuyến khích các chủ thể tiến hành hoạt động đầu tư vào sản xuất kinh doanh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tăng tích lũy. Theo đó, mức thuế này đã được điều chỉnh cho phù hợp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội ở các giai đoạn khác nhau (từ mức thuế TNDN 32% năm 1997 giảm còn 28% vào năm 2001, 25% vào năm 2009, 22% vào năm 2014 và từ 01/01/2016 đến nay là 20%). Trong giai đoạn 1987 - 2010, thực hiện cải cách thuế giai đoạn 1, 2, 3, để khuyến khích đầu tư trên cơ sở vẫn đảm bảo nguồn thu, Nhà nước đã giảm gánh nặng thuế qua việc giảm thuế suất, đơn giản hóa hệ thống thuế, mở rộng đối tượng chịu thuế. Chính sách thuế đã thể hiện rõ sự phù hợp với định hướng phát triển kinh tế của Nhà nước. Đó là: khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh, đẩy mạnh xuất khẩu, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vốn vào những vùng có điều kiện tự nhiên khó khăn nhằm tạo nên sự phát triển đồng đều giữa các vùng trong cả nước, tiến tới hình thành cơ cấu kinh tế hợp lý, tạo thu nhập bền vững và ổn định cho nền kinh tế.

Hình 1: Thuế thu nhập doanh nghiệp trung bình các khu vực trên thế giới tính đến hết năm 2021



Nguồn: OECD (2022)

Từ năm 2011 đến nay, Chính phủ đang thực hiện cải cách thuế giai đoạn 4. Trong giai đoạn này, bối cảnh kinh tế của đất nước có nhiều thay đổi. Sau cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, cùng với sự tăng trưởng dựa trên khai thác tài nguyên thiên nhiên, vốn và lao động chất lượng thấp, giá rẻ đã làm cho tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam chậm lại, đòi hỏi Việt Nam phải thay đổi mô hình tăng trưởng theo hướng nâng cao chất lượng, đảm bảo tính bền vững. Thêm vào đó, hội nhập kinh tế quốc tế tiếp tục được đẩy mạnh theo

hướng nâng cao chất lượng, phát triển theo chiều sâu. Luật thuế mới được ban hành và Luật sửa đổi, bổ sung các Luật thuế trong thời gian này cũng được xây dựng theo hướng phù hợp với những thay đổi trên.

Mức thuế suất TNDN trung bình hiện nay của Việt Nam là 20%, được quy định tại *Điều 11 Thông tư 78/2014/TT-BTC*. Điều 19 Thông tư số 78/2014/TT-BTC được sửa đổi tại *Thông tư số 96/2015/TT-BTC* quy định thuế suất ưu đãi từng trường hợp cụ thể đối với các doanh nghiệp với mức thuế suất 10% trong 15 năm; doanh nghiệp có thuế suất 10% trong suốt thời gian hoạt động; doanh nghiệp có mức thuế suất 15%; doanh nghiệp có thuế suất 17% trong 10 năm; doanh nghiệp có thuế suất 17% trong suốt thời gian hoạt động. Điều 20 Thông tư 78/2014/TT-BTC của Bộ Tài chính được sửa đổi tại *Thông tư 96/2015/TT-BTC* quy định về các trường hợp được miễn thuế 04 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 09 năm tiếp theo; trường hợp được miễn thuế 04 năm, giảm 50% thuế phải nộp trong 05 năm tiếp theo; trường hợp được miễn thuế 02 năm và giảm 50% thuế trong 04 năm tiếp theo. So với các nước khác trên thế giới, thuế TNDN của Việt Nam thấp hơn mức trung bình hiện nay trên thế giới là 23,54%, cao nhất là châu Phi với 27,97% (Xem Hình 1).

Hiện nay, các nước ASEAN đã thống nhất được mức thuế TNDN thấp nhất. Quy tắc Thuế tối thiểu toàn cầu 15% dự kiến áp dụng năm 2023 sẽ đánh mất lợi thế dùng ưu đãi thuế thu hút các nhà ĐTNN. Chính vì vậy, để Việt Nam giữ được lợi thế cạnh tranh của mình trong thu hút ĐTNN đồng thời không bị thất thu thuế, Chính phủ cần xem xét thay đổi các quy định về thuế trong nước và thiết kế các chính sách khuyến khích đầu tư mới có cân nhắc đến mức thuế tối thiểu toàn cầu.

Thứ hai, đối với chính sách thuế xuất nhập khẩu. Tháng 01/2007, Việt Nam trở thành thành viên WTO và chính thức tham gia vào hệ thống thương mại toàn cầu. Việc thực hiện cắt giảm thuế quan hàng năm theo các cam kết trong WTO, ASEAN và các nước khác đối với các nguyên liệu, vật tư trong nước chưa sản xuất được đã tạo điều kiện giúp các doanh nghiệp FDI nói riêng và doanh nghiệp nói chung giảm chi phí đầu vào trong sản xuất và nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm trong nước so với hàng nhập khẩu. Cũng từ lý do đó, Luật về Thuế xuất khẩu, nhập khẩu liên tục được cập nhật, sửa đổi trong các năm 2001, 2005, 2016 nhằm đáp ứng các yêu cầu cam kết hội nhập, đồng thời tiếp tục hoàn thiện các chính sách ưu đãi xuất khẩu và thu hút ĐTNN. Điều 16 Luật Thuế xuất nhập khẩu 2016, trong đó có các hàng hóa là nguyên liệu, vật tư, linh kiện nhập khẩu để gia công hoặc sản xuất hàng hóa xuất khẩu; nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được để sản xuất cho các dự án đầu tư thuộc danh mục ngành, nghề đặc biệt ưu đãi đầu tư theo quy định của pháp luật về đầu tư.

Năm 2020, Chính phủ ban hành *Nghị định 57/2020/NĐ-CP* (sửa đổi Nghị định số 122/2016/NĐ-CP) đã bổ sung các quy định về việc áp dụng thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi 0% đối với nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được để sản xuất, gia công (lắp ráp) các sản phẩm hỗ trợ ưu tiên phát triển cho ngành sản xuất, lắp ráp ô tô giai đoạn 2020 - 2024 (*chương trình ưu đãi thuế CNHT ô tô*). Tuy nhiên, hiện chưa có bằng chứng thực nghiệm nào cho thấy ưu đãi thuế làm tăng vốn FDI tại khu vực ASEAN và cụ thể là ở Việt Nam. Thậm chí, ưu đãi thuế còn tạo ra môi trường đầu tư không công bằng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (Nguyễn Quỳnh Thơ, 2017).

Thứ ba, đối với ưu đãi liên quan đến đất đai. Trước 30/06/2014, các ưu đãi về đất đai được chia theo hai hình thức giao đất có thu tiền sử dụng đất và thuê đất, áp dụng giảm số tiền phải nộp ở các mức 20%/30%/50% hoặc miễn giảm về thời hạn 7 năm/11 năm/15 năm. Từ tháng 07 năm 2014 đến nay, các ưu đãi về đất đai thực hiện theo *Luật Đất đai 2013* và các nghị định quy định về thu tiền sử dụng đất, thu tiền thuê đất, thuê mặt nước. Năm 2017, nhằm thu hút đầu tư, tăng cường hiệu quả quản lý, sử dụng có hiệu quả nguồn lực tài chính đất đai tại các KKT, khu CNC, Chính phủ ban hành *Nghị định 35/2017/NĐ-CP* ngày 03/04/2017 quy định tiền sử dụng đất, thu tiền thuê đất, thuê mặt nước trong KKT, khu CNC với những ưu đãi cao hơn mức ưu đãi của các dự án đầu tư thường. Luật Đất đai và các văn bản hướng dẫn thi hành cùng thống nhất quan điểm xóa bỏ sự phân biệt giữa các loại hình doanh nghiệp trong cơ hội tiếp cận, sử dụng đất đai và thực hiện nghĩa vụ tài chính đối với hoạt động sử dụng đất đai. Do đó, chính sách ưu đãi đất đai hiện hành về cơ bản là phù hợp, đồng bộ với các quy định của pháp luật về quản lý thuế, đất đai và đầu tư. Các quy định về ưu đãi đất đai góp phần thực hiện chính sách của Nhà nước đối với các đối tượng cần được ưu đãi, hỗ trợ và các lĩnh vực cần được khuyến khích thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Đồng thời, chính sách ưu đãi đất đai đã và đang phát huy vai trò như một công cụ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các khu vực có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, các lĩnh vực ưu tiên đầu tư.

2.3. Quá trình hoàn thiện các chính sách liên quan đến xúc tiến đầu tư

Mở cửa thu hút ĐTNN thực hiện từ cuối năm 1987 là một trong những chính sách quan trọng trong quá trình Việt Nam chuyển đổi sang một nền kinh tế nhiều thành phần. Trong giai đoạn đầu, chính sách ĐTNN đã bước đầu tạo hành lang pháp lý cho hoạt động ĐTNN. Năm 1996, trong Luật ĐTNN của Việt Nam, xúc tiến đầu tư (XTĐT) mới lần đầu tiên được quy định là một trong những nội dung quản lý nhà nước về ĐTNN. Tuy nhiên, phạm vi hoạt động XTĐT khi đó chỉ đơn giản là xúc tiến trong giai đoạn hình thành và lựa chọn dự án.

Cục ĐTNN thành lập năm 2003 đánh dấu bước phát triển mới trong hoạt động XTĐT tại Việt Nam, cả về phạm vi, chức năng cũng như bộ máy tổ chức hoạt động. Hoạt động XTĐT trong giai đoạn này chủ yếu tập trung vào các hoạt động xây dựng hình ảnh, quảng bá MTĐT Việt Nam dưới các hình thức hội nghị, hội thảo XTĐT tại Việt Nam. Quảng bá dưới dạng tài liệu in ấn như sách XTĐT hay các đĩa CD cũng đã được tiến hành nhưng chưa trở thành hoạt động thường niên. Các hoạt động XTĐT tại nước ngoài cũng còn tương đối hạn chế, phần lớn dưới hình thức lồng ghép trong các hoạt động ngoại giao của lãnh đạo Đảng và Nhà nước ở nước ngoài.

Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTĐT quốc gia được ban hành kèm theo *Quyết định số 109/2007/QĐ-TTg* ngày 17 tháng 07 năm 2007, cùng với việc bố trí ngân sách Nhà nước cho các hoạt động XTĐT đánh dấu bước tiến quan trọng trong hoạt động XTĐT, chuyển từ thể bị động sang chủ động. Tiếp đó, *Quyết định số 03/2014/QĐ-TTg* của Thủ tướng Chính phủ ngày 14 tháng 01 năm 2014 về QLNN đối với các hoạt động XTĐT được ban hành đã tạo nền tảng pháp lý cho việc thống nhất quản lý nhà nước và phối hợp tổ chức triển khai các hoạt động XTĐT xuyên suốt từ các Bộ, ngành Trung ương tới các địa phương. Việc quản lý hoạt động XTĐT bước đầu đi vào nề nếp, công tác XTĐT từng bước được thực hiện gắn với kế hoạch phát triển KT-XH của địa phương và vùng, huy động được các nguồn lực xã hội cho XTĐT. Cơ chế điều phối quốc gia đối với hoạt động XTĐT dần hình thành và đi vào hoạt động, góp phần hạn chế trùng lắp, tràn lan và lãng phí nguồn lực.

Hiện có 3 loại hình tổ chức XTĐT: các tổ chức XTĐT thuộc Chính phủ (loại 1), các tổ chức XTĐT mang dáng dấp giống như trực thuộc Chính phủ (loại 2) và các tổ chức XTĐT tư nhân (loại 3). Các tổ chức XTĐT thuộc Chính phủ được ủy thác bởi Chính phủ để thương thảo với các nhà ĐTNN và giám sát, quản lý nhà ĐTNN, còn hoạt động xúc tiến chỉ là một chức năng thêm vào. Với loại hình 2, các tổ chức XTĐT này có Ban Giám đốc riêng không phải là phòng ban thuộc các bộ, ngành và chỉ báo cáo cho bộ, ngành. Các tổ chức này thường kiêm luôn XTTM, du lịch và hoạt động theo cơ chế tự cân đối tài chính bên cạnh một phần ngân sách từ phía Nhà nước. Với loại hình XTĐT tư nhân (loại 3), tổ chức XTĐT không trực thuộc bất kỳ ban, ngành nào của Chính phủ và không có nghĩa vụ báo cáo Chính phủ. Tổ chức dạng này không phổ biến và gặp không ít khó khăn trong hoạt động, song rất năng động, bởi đây là tập hợp các công ty luật, công ty tư vấn kinh doanh quản lý trong nước và nước ngoài cùng các công ty quản lý quỹ đầu tư. Nhìn dưới góc độ thuộc biên chế Nhà nước, Việt Nam hiện có 2 loại hình tổ chức xúc tiến, đó là: loại 1 là các tổ chức XTĐT thuộc Chính phủ (các cơ quan thuộc Bộ KH&ĐT, phòng thuộc Sở KH&ĐT, UBND tỉnh/thành phố, các trung tâm XTĐT vùng/Ban quản lý các KCN, KCX, KKT thuộc Nhà nước quản lý); loại 2 là các tổ chức XTĐT mang dáng dấp giống trực thuộc Chính phủ, thuộc UBND tỉnh/thành phố, nhưng hoạt động theo cơ chế lấy thu bù chi, cơ quan quản lý sẽ hỗ trợ một phần kinh phí. Cả 2 loại hình trên đều hoạt động theo *Quyết định 03/2014/QĐ-TTg* về quy chế quản lý nhà nước với hoạt động XTĐT. Song quyết định này nặng về quản lý, chưa có chỉ đạo lâu dài, xuyên suốt về cơ chế khen thưởng, khuyến khích cho các cơ quan/tổ chức xúc tiến địa phương; ngay các tổ chức xúc tiến theo cơ chế lấy thu bù chi cũng phải trình dự toán ngân sách cuối năm gửi cơ quan chủ quản duyệt. Điều này đang hạn chế đáng kể hoạt động XTĐT của các cơ quan xúc tiến địa phương, từ đó gây ảnh hưởng đến kết quả thu hút vốn FDI của Việt Nam.

Đến nay, ở cấp Trung ương, Bộ KH&ĐT là cơ quan đầu mối giúp Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về hoạt động XTĐT. Ở cấp địa phương, Sở KH&ĐT làm đầu mối giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh QLNN về XTĐT ở cấp địa phương. Tùy thuộc vào điều kiện cụ thể, các Bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chỉ định hoặc thành lập bộ phận XTĐT trong cơ cấu tổ chức của mình. Một trong những hướng tiếp cận quan trọng và phổ biến nhất để thu hút ĐTNN là sử dụng cơ quan xúc tiến đầu tư (IPA). Nhìn một cách tổng thể, IPA là tổ chức chuyên môn, thường thực hiện nhiệm vụ xây dựng chiến lược, chương trình và tiến hành hầu hết các hoạt động XTĐT cho quốc gia. Mỗi quốc gia hay địa phương có thể chọn một hình thức tổ chức IPA phù hợp với điều kiện của mình.

3. Đánh giá về những thành công và hạn chế trong quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam

3.1. Những thành công

Thứ nhất, chính sách thu hút vốn FDI ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, dần khắc phục được những rào cản, khó khăn của các nhà đầu tư nước ngoài. Điều này thể hiện thông qua khung pháp lý ngày càng được bổ sung, hoàn thiện với các chính sách như: chính sách phát triển nguồn nhân lực; chính sách phát triển CSHT, chính sách ưu đãi đầu tư, chính sách liên quan đến XTĐT.... và rất nhiều văn bản dưới luật liên quan đến thu hút vốn FDI. Các bộ luật đã được sửa đổi cho phù hợp với nhu cầu thực tế, dần khắc phục những hạn chế trong các văn bản pháp luật trước đó. Các văn bản dưới luật đã được rà soát để loại bỏ những đòi hỏi không cần thiết và gây cản trở các hoạt động của các NĐT. Nhờ đó, hệ thống văn bản luật và dưới luật đã tạo hành lang pháp lý tương đối thông thoáng, cơ bản bảo đảm quyền lợi cho nhà ĐTNN sau khi thực hiện đầy đủ nghĩa vụ tài chính đối với Nhà nước theo quy định của pháp luật.

Thứ hai, các thủ tục hành chính được cải thiện theo hướng đơn giản, đem lại thuận lợi và tiết kiệm thời gian hơn cho nhà đầu tư nước ngoài. Việc thực thi các thể chế chính thức cũng có sự thay đổi đáng kể thể hiện ở việc đơn giản hóa quy trình, giảm bớt đòi hỏi tài liệu liên quan đến các thủ tục hành chính và rút ngắn thời gian thực hiện. Thủ tục đầu tư ngày càng cụ thể hóa bằng văn bản pháp luật, đồng thời việc phân cấp quản lý đã giúp quy trình giải quyết thủ tục đầu tư cho nhà ĐTNN ngày càng nhanh gọn. Với những cải cách trong tổ chức các chính sách thực hiện cơ chế một cửa, phân cấp quản lý đầu tư, số hóa hồ sơ, các quy định pháp luật điều chỉnh việc gia nhập thị trường, nhờ đó tạo thuận lợi hơn cho các nhà ĐTNN.

Thứ ba, chính sách ưu đãi đầu tư ngày càng được cải thiện theo các cam kết khu vực và quốc tế. Luật Thuế TNDN và các văn bản hướng dẫn cũng quy định cụ thể về mức ưu đãi miễn thuế, giảm thuế thống nhất chung cho tất cả các loại hình doanh nghiệp; bãi bỏ các quy định về thuế TNDN bổ sung; bãi bỏ quy định về thuế chuyển lợi nhuận ra nước ngoài... Từ đó, hệ thống các văn bản này đã tạo môi trường pháp lý bình đẳng trong sản xuất kinh doanh để cùng cạnh tranh và phát triển giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI, thúc đẩy thu hút vốn ĐTNN, khuyến khích các doanh nghiệp mới được thành lập hoặc đầu tư thêm vốn, mở rộng quy mô, nâng cao năng lực sản xuất.

Thứ tư, hoạt động XTĐT linh hoạt hơn và có nhiều cải thiện tích cực. Các chính sách XTĐT của Việt Nam hiện nay đang dần chuyển từ bị động sang chủ động với các hình thức ngày càng đa dạng, linh hoạt phù hợp với sự thay đổi của bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, Nhà nước đã chú trọng đến việc thành lập cơ quan, bộ phận chuyên trách về XTĐT nhằm phát huy vai trò của các hoạt động này trong thu hút vốn FDI.

Những thành công trên xuất phát từ nhiều nguyên nhân, trong đó chủ yếu là do sự thay đổi kịp thời, linh hoạt trong định hướng, chủ trương phát triển kinh tế - xã hội và thu hút đầu tư của Đảng và Nhà nước; tình hình ổn định về chính trị - xã hội, kinh tế vĩ mô cũng như sự cải thiện vị thế quốc gia của Việt Nam trên trường quốc tế và mức độ hội nhập kinh tế quốc tế, tự do hóa đầu tư ngày càng sâu rộng với việc tham gia thành công nhiều Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA, CPTPP...

3.2. Những hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, quá trình hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam cho thấy vẫn còn tồn tại một số hạn chế như sau:

- *Số lượng các văn bản pháp luật về đầu tư khá nhiều, nằm rải rác trong các luật và văn bản dưới luật.* Tình trạng nọ động văn bản hướng dẫn các luật còn nặng nề. Thậm chí một số quy định được ban hành, nhưng không đồng bộ và còn chồng chéo, mâu thuẫn, triệt tiêu hiệu lực của nhau. Không ít quy định mới chỉ dừng ở việc phản ánh lợi ích cục bộ và nhóm lợi ích. Trong khi đó, việc rà soát, kiểm tra mức độ trùng lặp, chồng chéo giữa các văn bản và giữa văn bản với các thông lệ quốc tế còn chưa được chú trọng.

- *Vẫn còn nhiều văn bản pháp luật chưa phù hợp thực tiễn, khó thực hiện, thậm chí có những quy định xa rời thực tế,* chỉ có tính định hướng, còn chung chung và chưa rõ ràng khiến các NĐT lúng túng trong việc thực hiện. Các quy định đưa ra thiếu thực tiễn, bất hợp lý mà không có hội đồng thẩm định, phản biện một cách nghiêm túc. Tình trạng này gây nhiều khó khăn, phức tạp cho người dân và doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- *Các văn bản pháp luật về đầu tư không ổn định với sự thay đổi liên tục của chính sách ưu đãi thuế, ưu*

đất đai, các thủ tục hành chính... khiến doanh nghiệp không dự tính trước được hiệu quả kinh doanh trong trung và dài hạn. Việc thay đổi không thể lường trước và có hiệu lực hồi tố của luật là một vấn đề không nhỏ tại Việt Nam.

- *Các chính sách ưu đãi đầu tư còn dàn trải, chưa tạo sức hút đối với các nhà đầu tư nước ngoài:* Thực chất trong giai đoạn qua, Việt Nam chưa hình thành chính sách ưu đãi riêng, có “tâm điểm” để tạo sức hấp dẫn cho các nhà ĐTNN. Các lĩnh vực khuyến khích được nhấn mạnh chủ yếu vào bề rộng (nhiều ngành nghề), chưa đi vào chiều sâu (các ngành công nghệ cao, tỷ suất lợi nhuận lớn, ít hao tổn tài nguyên, thân thiện với môi trường). Vì thế, các chính sách ưu đãi hiện tại bao phủ quá nhiều đối tượng vừa làm ảnh hưởng đến ngân sách, vừa dàn trải kém hiệu quả, kết quả là chưa đủ mạnh để tác động đến quyết định của các NĐT

- *Các thủ tục để được nhận ưu đãi chưa minh bạch, vẫn còn cơ chế xin cho.* Một số chính sách ưu đãi được ban hành nhưng chưa có quy định về điều kiện và thủ tục để được hưởng ưu đãi, dẫn đến tình trạng doanh nghiệp gặp khó khăn vướng mắc trong việc xin xác nhận đối tượng được hưởng ưu đãi bởi cơ quan Nhà nước. Chưa chủ động trong việc xây dựng các gói ưu đãi linh hoạt đối với các dự án lớn. Hầu như các ưu đãi đều do các doanh nghiệp đề xuất, phía cơ quan Nhà nước thường không chủ động đưa ra các gói ưu đãi trong quá trình đàm phán và thu hút dự án.

- *Chính sách ưu đãi đầu tư dựa chủ yếu vào ưu đãi thuế và đất đai, mức ưu đãi cao nhưng chưa thực sự hiệu quả.* Những năm qua, để tăng cường thu hút FDI vào Việt Nam, chúng ta đã dành cho các doanh nghiệp có vốn FDI những phần đất tốt nhất ở nhiều lĩnh vực. Sự ưu đãi quá mức về đất đai không chỉ không tạo ra sức hấp dẫn cho các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài mà còn gây ra những thiệt hại, tổn thất nhất định về phía nước nhận đầu tư.

- *Danh mục ngành, lĩnh vực, địa bàn ưu đãi đầu tư chưa phù hợp.* Chưa có sự phân biệt ưu đãi giữa ngành sản xuất với các hoạt động thương mại, dịch vụ và giữa các ngành, nghề đầu tư khác nhau trong các KKT. Phạm vi ưu tiên đầu tư của chính sách ưu đãi còn dàn trải và khá rộng cả về lĩnh vực khuyến khích và về mặt địa lý trong điều kiện nguồn lực nước ta còn hạn chế, dẫn đến hiệu quả đầu tư không cao. Ưu tiên đầu tư chưa xác định rõ danh mục hoạt động ĐTNN ưu tiên thu hút ở cấp Trung ương và cấp địa phương. Ở cấp Trung ương chỉ định hướng rất tổng quát, còn khá chung chung, chưa tạo được tín nhiệm rõ ràng đủ để các địa phương có thể triển khai thực hiện.

- *Ưu đãi thuế của Việt Nam dựa trên lợi nhuận của doanh nghiệp, tập trung chủ yếu vào thuế suất ưu đãi và miễn, giảm thuế có thời hạn.* Hệ thống chính sách ưu đãi thuế chủ yếu là các loại hình ưu đãi dựa trên lợi nhuận như ưu đãi về giảm mức thuế suất, áp dụng thời gian miễn thuế, giảm thuế TNDN. Đây là loại hình ưu đãi được nhiều nhà nghiên cứu cho rằng có chi phí cao nhất nhưng lại kém hiệu quả nhất.

- *Chưa có chiến lược tổng thể về XTĐT trong dài hạn và có chương trình cụ thể với từng dự án.* Nhiều hoạt động XTĐT tổ chức dồn dập, quy mô lớn, trong khi chưa xác định rõ mục tiêu, nội dung, tiến độ, đầu mối và kinh phí thực hiện gây lãng phí, chưa đem lại hiệu quả tương xứng. Các hoạt động XTĐT vẫn còn chồng chéo và trùng lặp.

- *Hoạt động XTĐT thiếu tính chuyên nghiệp, nội dung và hình thức chưa đa dạng, còn trùng lặp gây lãng phí nguồn lực.* Hình thức XTĐT hiện nay chủ yếu là các hội nghị XTĐT, trong khi các hoạt động hỗ trợ thiết thực cho doanh nghiệp, khảo sát thị trường kết nối đầu tư còn ít và chưa được quan tâm hợp lý.

Những hạn chế của chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam do nhiều nguyên nhân, bao gồm nguyên nhân chủ quan và khách quan, trong đó chủ yếu là các nguyên nhân chủ quan. Một là, nhận thức của các cấp, các ngành và của xã hội còn chưa nhất quán về vị trí, vai trò của FDI đối với nền kinh tế; mối quan hệ giữa “nội lực” và “ngoại lực” chưa được nhận thức đầy đủ nên chưa tạo được nhận thức chung và quyết tâm hành động thống nhất trong toàn hệ thống chính trị. Hai là, hệ thống quản lý ĐTNN hiện nay khá phân tán, từ Trung ương (liên quan nhiều bộ, ngành) đến địa phương (Sở KH&ĐT và Ban Quản lý các KKT) phần nào gây khó khăn cho quản lý thông tin về dòng vốn, giám sát, xử lý các vấn đề sau cấp phép đầu tư, XTĐT và hình thành cụm ngành, liên kết sản xuất. Ba là, năng lực của đội ngũ cán bộ làm công tác thu hút, quản lý ĐTNN nhiều nơi còn hạn chế, thiếu tính chủ động, sáng tạo. Bốn là, chưa xây dựng được thương hiệu quốc gia đồng bộ để thu hút vốn FDI hiệu quả.

4. Giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam

Để tiếp tục phát huy và nâng cao hiệu quả của vốn FDI đối với phát triển kinh tế - xã hội, Nghị quyết số 50 về Định hướng hoàn thiện thể chế, chính sách, nâng cao chất lượng, hiệu quả hợp tác ĐTNN đến năm

2030 của Bộ Chính trị (2019) đã đưa ra quan điểm chỉ đạo: “Xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách về ĐTNN phù hợp xu hướng phát triển, tiếp cận chuẩn mực tiên tiến quốc tế và hài hoà với các cam kết quốc tế, bảo đảm sự đồng bộ, nhất quán, công khai, minh bạch và tính cạnh tranh cao”. Quan điểm này là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp hoàn thiện chính sách thu hút vốn FDI của Việt Nam trong thời gian tới.

4.1. Giải pháp hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến đầu tư

- Hoàn thiện thể chế, luật pháp để khắc phục các khiếm khuyết đã được phát hiện như thiếu tính hệ thống, sự chồng chéo và không nhất quán giữa các bộ luật, một số điều luật xung khắc với nhau, luật chờ nghị định, thông tư nên chậm được thi hành. Rà soát lại các văn bản pháp luật về đầu tư nhằm nâng cao chất lượng văn bản, giảm bớt những nội dung không tương thích với luật pháp quốc tế, cập nhật những cam kết quốc tế về mở cửa thị trường, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, lao động không cưỡng bức, tổ chức công đoàn độc lập...

- Hoàn thiện các văn bản hướng dẫn thi hành dễ hiểu và dễ thực hiện, xây dựng các khái niệm rõ ràng để tránh việc diễn giải khác nhau gây cản trở đến các hoạt động đầu tư. Quy định rõ ràng và chi tiết, dễ dàng áp dụng các thủ tục và điều kiện đầu tư đối với nhà ĐTNN để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho NĐT đồng thời đảm bảo hiệu quả QLNN về hoạt động đầu tư. Sửa đổi, bổ sung các quy định về thủ tục, điều kiện đầu tư, về danh mục địa bàn, lĩnh vực, đối tượng được áp dụng ưu đãi đầu tư trong các luật về ĐTNN và các luật có liên quan để thống nhất trong thực hiện.

- Tiếp tục tạo khung pháp lý cho việc đa dạng hóa các hình thức đầu tư, hợp tác kinh doanh, liên doanh, liên kết, chuyển nhượng quyền sở hữu trí tuệ, trao đổi lao động kỹ thuật...; chú trọng một số phương thức đầu tư mới trong thời gian gần đây như phương thức NEM và NFI với các hình thức cụ thể như thuê gia công, thuê ngoài dịch vụ, khoán nông nghiệp, nhượng quyền, cấp phép và quản lý theo hợp đồng. Hoàn thiện các quy định liên quan đến mua bán - sáp nhập (M&A); tỷ lệ sở hữu của nhà ĐTNN trong các doanh nghiệp Nhà nước cổ phần hóa, cũng như trong các lĩnh vực trọng yếu; cơ quan quản lý nhà nước có trách nhiệm xem xét cụ thể các thương vụ M&A lớn... qua đó hạn chế tối đa tình trạng nhà ĐTNN kiểm soát, thôn tính các ngành, lĩnh vực trọng điểm của nền kinh tế.

- Rà soát, hoàn thiện các quy định về chống độc quyền phù hợp với thông lệ quốc tế; về đáp ứng điều kiện tập trung kinh tế theo pháp luật cạnh tranh; về bảo đảm quốc phòng, an ninh khi nhà ĐTNN góp vốn, mua cổ phần, sáp nhập, mua lại doanh nghiệp tại Việt Nam.

- Cần đảm bảo ổn định chính sách FDI. Trong trường hợp Chính phủ thay đổi chính sách thì cần tạo thuận lợi cho họ, hết sức tránh gây tâm lý phản kháng vì làm thiệt hại lợi ích của NĐT như đã xảy ra trong lần sửa đổi Luật Đầu tư nước ngoài năm 1996. Trong trường hợp bất khả kháng, khi Chính phủ áp dụng chính sách không có lợi cho NĐT thì cần thực hiện chính sách “không hồi tố” hoặc bồi thường thiệt hại do chính sách mới gây ra cho họ.

- Nâng cao năng lực phân tích, dự báo của các cơ quan xây dựng, ban hành thể chế chính sách; kịp thời ban hành các quy định điều chỉnh các quan hệ kinh tế mới, các mô hình, phương thức kinh doanh mới... tạo thuận lợi cho hoạt động đầu tư kinh doanh của NĐT và hoạt động quản lý của cơ quan Nhà nước.

4.2. Giải pháp hoàn thiện chính sách ưu đãi nhằm thu hút vốn đầu tư

- Sử dụng đúng mức và hợp lý các chính sách ưu đãi về thuế, tránh dư thừa, lãng phí bằng cách xác định rõ ràng, cụ thể đối tượng ưu đãi thuế. Xác định rõ ràng, cụ thể mục tiêu và các lĩnh vực/ngành cần ưu đãi thuế. Có chính sách ưu đãi đầu tư cụ thể đối với từng nhóm tỉnh thành có đặc thù khác nhau.

- Không nên quá tập trung vào chính sách ưu đãi thuế mà cần hướng đến một hệ thống thuế tốt minh bạch, công bằng, hiệu quả, phù hợp với các thông lệ và chuẩn mực quốc tế. Ưu đãi thuế nên chuyển từ ưu đãi dựa trên lợi nhuận sang ưu đãi thông qua hiệu quả đầu tư và GTGT.

- Chấm dứt cạnh tranh về ưu đãi đất đai, bởi việc cho thuê đất trong thời gian dài với giá rẻ có thể gây ra bất bình đẳng trong thu nhập và những tác động tiêu cực đối với cộng đồng bản địa tạo ra xung đột đất đai, gây nên sự bức xúc trong xã hội.

- Các chính sách ưu đãi cần được áp dụng ổn định trong trung và dài hạn, vì thế hạn chế việc thường xuyên thay đổi các chính sách ưu đãi đầu tư làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh cũng như chiến lược đầu tư của các nhà ĐTNN.

- Xây dựng các quy tắc để quản trị tốt các ưu đãi đầu tư, bao gồm thời hạn và tiêu chí lựa chọn người

nhận rõ ràng cho từng ưu đãi, thay vì cung cấp ưu đãi cho các doanh nghiệp một cách tùy tiện. Cần thực hiện phân tích chi phí và lợi ích trước khi phê duyệt bất kỳ ưu đãi thuế hoặc phi thuế nào đồng thời định kỳ thực hiện đánh giá hiệu quả của việc cấp ưu đãi đầu tư. Bên cạnh đó, có thể nghiên cứu xây dựng bộ các mức ưu đãi và tiêu chí cụ thể được ưu đãi nhằm hiện thực hóa chủ trương hậu ưu đãi một cách minh bạch, ổn định. Chính sách ưu đãi cần được đa dạng hóa và cụ thể hóa thành các tiêu chí theo quy mô, lĩnh vực, ngành, nghề, sản phẩm, phạm vi, trách nhiệm xã hội được ưu đãi; các minh chứng và quy trình báo cáo cơ quan quản lý để thực hiện ưu đãi.

4.3. Giải pháp hoàn thiện chính sách liên quan đến xúc tiến đầu tư

- Xây dựng một chiến lược tổng thể về XTĐT trong dài hạn và có chương trình cụ thể với từng dự án: mỗi dự án đầu tư đều có đặc thù riêng, do đó không nên áp dụng một chương trình XTĐT chung chung, mà cần phân loại thành các nhóm dự án theo các tiêu chí cụ thể như thời gian đầu tư, quy mô VĐT, đặc điểm của nhà ĐTNN, lĩnh vực đầu tư ... Trên cơ sở đó, xây dựng chương trình và kế hoạch cụ thể phù hợp với đặc thù của từng nhóm dự án, từng MNCs để nâng cao hiệu quả XTĐT trong dài hạn.

- Chuyển đổi căn bản mô hình XTĐT thụ động sang XTĐT có tính chủ động cao và có mục tiêu: chuyển đổi mô hình XTĐT chủ động hướng vào các thị trường công nghệ nguồn, các ngành ưu tiên.

- Tiếp tục đổi mới, hoàn thiện hệ thống các cơ quan thực hiện công tác XTĐT: rà soát, cơ cấu lại hệ thống các cơ quan XTĐT hiện có (hoặc thành lập mới nếu cần) theo hướng chuyên nghiệp, độc lập, không chồng chéo, không trùng lặp với các cơ quan có chức năng QLNN về ĐTNN; xem xét khả năng gắn kết với xúc tiến thương mại và du lịch một cách linh hoạt, phù hợp với yêu cầu và đặc thù của từng địa phương.

- Xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu đầy đủ, cập nhật về XTĐT: nghiên cứu, xây dựng hệ thống thông tin quốc gia chung bao gồm tất cả các lĩnh vực, chuyên ngành để các cơ quan, đơn vị trên toàn quốc có thể nhanh chóng tác nghiệp, nghiên cứu, tìm hiểu thông tin liên quan trong quá trình quản lý và xử lý nghiệp vụ chuyên môn của mỗi cơ quan, đơn vị.

- Tích cực thực hiện đa dạng, sáng tạo các hình thức XTĐT: các biện pháp tuyên truyền có thể thông qua các kênh như internet, hội chợ thương mại, triển lãm, tọa đàm, báo giấy, báo hình, phim ảnh... nhằm cung cấp thông tin mà NĐT cần để lựa chọn dự án và quyết định đầu tư, xây dựng các ấn phẩm, tài liệu phục vụ cho hoạt động XTĐT. Thường xuyên tổ chức hội nghị XTĐT, nhằm giới thiệu, quảng bá những tiềm năng, lợi thế, cơ chế chính sách ưu đãi thu hút đầu tư của từng địa phương với cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước, giúp doanh nghiệp và NĐT hiểu rõ hơn về địa phương, cũng như chủ trương và quyết tâm đổi mới trong thu hút đầu tư.

Tài liệu tham khảo

- Nguyễn Thị Tuệ Anh (2015), *Đầu tư trực tiếp nước ngoài ở Việt Nam: Thực trạng, hiệu quả điều chỉnh chính sách*, NXB Lao động, Hà Nội.
- Bộ Chính trị (2019), *Nghị quyết của Bộ Chính trị về định hướng hoàn thiện thể chế, chính sách, nâng cao chất lượng, hiệu quả hợp tác đầu tư nước ngoài đến năm 2030*, Số 50- NQ/TW.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), *Báo cáo Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam 2021*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2023), *Tình hình thu hút đầu tư nước ngoài tại Việt Nam năm 2022*.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư & Nhóm ngân hàng Thế giới (2018), *Chiến lược và định hướng chiến lược thu hút FDI thế hệ mới giai đoạn 2018-2030*.
- Chính phủ (2013), *Về định hướng nâng cao hiệu quả thu hút, sử dụng và quản lý đầu tư trực tiếp nước ngoài trong thời gian tới*, Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 29/08/2013.
- Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2005), *Luật Đầu tư*, Hà Nội.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2014), *Luật Đầu tư sửa đổi, bổ sung*, Hà Nội.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013), *Luật Đất đai*, Luật số 45/2013/QH13 ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2013.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013), *Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu*, Luật số 45/2013/QH13 ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2013.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Luật Đầu tư*, Luật số 61/2020/QH14 ban hành ngày 17 tháng 06 năm 2020.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư*, Luật số 64/2020/QH14 ban hành ngày 18 tháng 6 năm 2020.

Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2020), *Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp*, Luật số 14/VBHN-VPQH ban hành ngày 15 tháng 07 năm 2020.

Phan Hữu Thắng (2021), *FDI nhiệm vụ kép trong bối cảnh mới*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.

UNCTAD (2021), *Investment Trends Monitor*, Issue 38.

HIỆU ỨNG CỦA TỰ DO HÓA TÀI CHÍNH ĐỐI VỚI TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Quốc Anh

Khoa Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email: quocanh@ueh.edu.vn

Nguyễn Thị Thanh Nhân

Trường Đại học Hải Phòng

Email: nhanntt@dhhp.edu.vn

Mã bài: JED - 1151

Ngày nhận bài: 12/01/2023

Ngày nhận bài sửa: 27/03/2023

Ngày duyệt đăng: 29/03/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1151

Tóm tắt

Bài nghiên cứu được thực hiện nhằm nghiên cứu tác động của tự do hoá tài chính đến tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. Dữ liệu nghiên cứu được lấy từ tổ chức IMF trong giai đoạn từ năm 2001 đến 2021. Biến phụ thuộc của mô hình là GDP, biến độc lập bao gồm BM, IRO và EX. Bài nghiên cứu sử dụng mô hình mô hình VECM và mô hình NARDL để xử lý. Kết quả cho thấy trong ngắn hạn có thể chứng minh được tác động của tự do hoá tài chính đối với tốc độ tăng trưởng GDP. Nghiên cứu cũng cho thấy tài chính đóng một vai trò quan trọng trong việc kích thích tăng trưởng và phát triển kinh tế. Nghiên cứu kết luận rằng sự thiếu hụt nguồn vốn sẽ có những tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế ngay lập tức. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đã đề xuất một số giải pháp cho chính sách của FTA, tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam.

Từ khóa: Hiệu ứng, chính sách FTA, tự do tài chính, tăng trưởng kinh tế.

Mã JEL: G21, F65

Effects of financial freedom on economic growth in Vietnam

Abstract

The research was carried out to investigate the impact of financial liberalization on economic growth in Vietnam. The IMF provided research data spanning the years 2001 to 2021. GDP was the model's dependent variable, and the independent variables were BM, IRO, and EX. The VECM model and the NARDL model were used in this study. The findings show that it was possible to demonstrate the impact of financial liberalization on GDP growth in the short run. Finance, according to research, also played an important role in stimulating economic growth and development. According to the study, capital shortages would immediately negatively impact economic growth. The article proposed some solutions for FTA policy, financial liberalization, and economic growth based on the research findings.

Keywords: effect, FTA policy, financial freedom, economic growth.

Mã JEL: G21, F65

1. Đặt vấn đề

Lý thuyết thương mại cho rằng tự do hóa thương mại bằng cách giảm thiểu hàng rào phi thuế quan và thuế quan làm tăng hiệu quả dòng chảy thương mại và quy mô kinh tế góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Bekaert & cộng sự, 2005). Một trong những huyết mạch của nền kinh tế chính là thị trường tài chính (Shu & Steinwender, 2019). Các quốc gia khi tiến hành đàm phán FTA luôn thận trọng đối với vấn đề tự do hoá tài chính. Tự do hóa tài chính bao gồm các chính sách liên quan đến việc loại bỏ các hạn chế trên thị trường tài chính và các tổ chức. Tự do hóa tài chính là hoạt động tài chính theo cơ chế nội tại vốn có của thị trường và chuyển vai trò điều tiết tài chính từ chính phủ sang thị trường (Kolcava & cộng sự, 2019).

Từ những năm 1980, một số lượng lớn các thị trường mới nổi và các nước đang phát triển đã bắt đầu thực hiện các chính sách tự do hoá tài chính, nhằm tối ưu hóa việc phân bổ nguồn lực và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua cạnh tranh và đổi mới. Việc bãi bỏ quy định rào cản tài chính có thể có lợi cho hệ thống ngân hàng bằng cách khuyến khích cạnh tranh, cung cấp các công cụ tài chính và dịch vụ tài chính mới, thúc đẩy hiệu quả chung của các ngân hàng. Các quy tắc mới có thể cung cấp cho các ngân hàng sự linh hoạt hơn để mở rộng kinh doanh, từ đó cải thiện sự ổn định của ngân hàng. Các công nghệ hàng đầu và kinh nghiệm phong phú do các ngân hàng nước ngoài mang lại có lợi cho sự cải thiện hiệu quả của hệ thống ngân hàng nước chủ nhà (Mahrinasari & cộng sự, 2019).

Ngoài ra, sự hiện diện của các ngân hàng nước ngoài kích thích sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trong nước. Tự do hóa tài chính cũng đi kèm với việc loại bỏ các quy định hiện hành áp đặt cho các ngân hàng (Kolcava & cộng sự, 2019). Việc hủy bỏ kiểm soát tín dụng cho phép các ngân hàng thương mại cho vay độc lập hơn. Trong bối cảnh tự do hóa tài chính, các ngân hàng trở nên tự do hơn trong lựa chọn các khoản tín dụng. Tự do hóa tài chính cũng có thể được thực hiện với việc giảm sở hữu nhà nước tại các ngân hàng và do đó, sự tham gia của sở hữu tư nhân sẽ làm tăng hiệu quả hoạt động. Ngoài ra, chính sách tự do hóa tài chính mang lại những hiệu quả tích cực, như giảm chi phí và sự thiếu hiệu quả trên thị trường, phục vụ nhu cầu nguồn lực tài chính nhiều hơn, giảm thiểu tham nhũng, cải thiện tiêu dùng trong nước và thương mại quốc tế tốt hơn (Shu & Steinwender, 2019).

Tuy nhiên, tự do hóa tài chính thường được các quốc gia phát triển tận dụng tốt các cơ hội, trong khi các quốc gia đang phát triển sẽ gặp nhiều khó khăn trước sự cạnh tranh do tự do hoá tài chính mang lại. Tác động tiêu cực của tự do hóa tài chính đối với các quốc gia đang phát triển là do phần lớn các quốc gia nắm giữ dòng vốn lớn hơn, so với dòng vốn chảy ra. Do đó, dòng vốn dư thừa ở các nước đang phát triển làm tăng áp lực và dễ bị tổn thương của nền kinh tế trước khủng hoảng (Mahrinasari & cộng sự, 2019).

Cạnh tranh khốc liệt đi kèm với việc giảm biên lãi ròng của ngân hàng. Điều này sẽ làm xói mòn lợi nhuận của ngân hàng và tạo ra sự đánh đổi gia tăng mạo hiểm để có lợi nhuận của các ngân hàng. Với sự thiếu giám sát và quy định phù hợp, các ngân hàng có xu hướng đa dạng hóa hoạt động kinh doanh của họ trong các hoạt động phi truyền thống và dễ thực hiện các hoạt động đầu cơ hơn. Ngoài ra, hội nhập tài chính sẽ gây nên tác động tràn đổ với rủi ro ngân hàng vì rủi ro trên thị trường quốc tế có thể được truyền vào thị trường nội địa thông qua hoạt động ngân hàng. Kết quả phân tích hơn 4.000 ngân hàng ở khoảng 80 quốc gia và thấy rằng các chính sách tự do hóa làm tăng rủi ro của các ngân hàng ở cả các nước đang phát triển và đang phát triển do tình trạng ngân hàng cạnh tranh khốc liệt và thực hiện các hoạt động kinh doanh phi truyền thống (Chiarella & cộng sự, 2019). Trong khi Mukhtar & cộng sự (2019) cho thấy không phải tự do hoá tài chính đều đi kèm với khủng hoảng, và các hệ thống tài chính không có kỷ luật thị trường có nhiều khả năng bị ảnh hưởng tiêu cực hơn.

Mục tiêu của bài viết này là nghiên cứu tác động của tự do hoá tài chính đến tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. Kết quả của kiểm định chỉ ra mối quan hệ cân bằng giữa tự do hoá tài chính và tăng trưởng kinh tế là cơ sở đề xuất các khuyến nghị chính sách để phòng tránh các ảnh hưởng của tự do hoá tài chính đến nền kinh tế theo chiều hướng tiêu cực, nhất là các ngành còn yếu kém, năng lực cạnh tranh chưa cao tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

Khái niệm về tự do hóa tài chính ban đầu cho rằng thị trường tự do đòi hỏi rất ít hoặc không có sự tác động của nhà nước, nó cũng cho phép các cá nhân hành động theo tư lợi của họ liên quan đến các quyết định kinh tế. Khái niệm này sau đó được nhiều nhà nghiên cứu mở rộng thêm (Johnston & Sundararajan, 1999; Chandrasekhar, 2008). Bekaert & cộng sự (2005) cho rằng tự do hóa tài chính là giải phóng thị trường và cho phép các yếu tố cung cầu xác định giá thị trường và tín dụng. Johnston & Sundararajan (1999) nêu rõ rằng tự do hóa khu vực tài chính có thể được xem như bao gồm các cải cách hoạt động được thiết kế để bãi bỏ quy định và chuyển đổi hệ thống tài chính và cấu trúc của nó nhằm đạt được một hệ thống tự do hóa theo định hướng thị trường trong một khuôn khổ quy định phù hợp. Tự do hóa tài chính đề cập đến các biện pháp nhằm làm lỏng hoặc phá bỏ sự kiểm soát của pháp luật đối với cấu trúc thể chế, công cụ và hoạt động của các chủ thể tham gia thị trường trong các phân khúc khác nhau của khu vực tài chính. Các biện pháp này có

thể liên quan đến các quy định nội bộ hoặc bên ngoài (Chandrasekhar, 2008).

Tự do hóa tài chính cũng bao gồm tự do hóa thương mại đề cập đến việc loại bỏ hoặc cắt giảm các hạn chế hoặc rào cản đối với việc trao đổi tự do hàng hóa và dịch vụ giữa các quốc gia. Điều này bao gồm việc cắt giảm thuế quan (thuế và phụ phí) và các trở ngại phi thuế quan (như các quy tắc cấp phép, hạn ngạch và các yêu cầu khác). Việc nới lỏng hoặc xóa bỏ những hạn chế này thường được gọi là thúc đẩy thương mại tự do. Tự do hóa thương mại làm giảm chi phí tiêu dùng, tăng hiệu quả và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Eichengreen & Xia, 2019).

Tăng trưởng kinh tế là những biến đổi của nền kinh tế theo hướng lũy tiến, trong đó số lượng và quy mô các nhân tố kinh tế tiếp tục mở rộng trong một thời gian nhất định với tiền đề là giữ nguyên cơ cấu và chất lượng (Bekaert & cộng sự, 2005). Tự do hóa tài chính được nhận thấy có tác động nhất định đến tăng trưởng kinh tế. Trong mô hình tân cổ điển, tự do hóa tài chính tạo điều kiện thuận lợi cho việc phân bổ nguồn lực quốc tế hiệu quả hơn. Nguồn lực chảy từ các quốc gia dồi dào vốn, nơi khả năng hoàn vốn thấp, đến các quốc gia khan hiếm vốn, nơi khả năng hoàn vốn cao. Dòng chảy của các nguồn vốn vào các quốc gia đang phát triển làm giảm chi phí vốn của họ, tạo ra sự gia tăng tạm thời trong đầu tư và tăng trưởng làm nâng cao mức sống của họ trong dài hạn (Ali, 2022). Các ngân hàng và thị trường tài chính hoạt động hiệu quả giúp cung cấp các sản phẩm và dịch vụ sáng tạo, giúp thúc đẩy tăng trưởng thông qua các kênh tiết kiệm và đầu tư (Arestis & Demetriades, 1999).

Nhìn chung, các nghiên cứu thực nghiệm tác động của tự do hóa tài chính đến tăng trưởng kinh tế có hai mặt: trong đó một mặt xem xét mối quan hệ tích cực giữa tự do hóa tài chính và tăng trưởng kinh tế (Ahmed, 2013; Haruna & Bakar, 2021). Các nghiên cứu khác xem xét tự do hóa tài chính có thực sự ảnh hưởng đến sự bất ổn tài chính và khủng hoảng ngân hàng ở các quốc gia hay không (Akinsola & Odhiambo, 2017; Misati & Nyamongo, 2012).

Tại Việt Nam, chủ đề này cũng được một số nhà nghiên cứu thực hiện. Cùng với quá trình hội nhập đó, các quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng nỗ lực chọn cho mình những giải pháp tự do hóa tài chính để gia tăng tính cạnh tranh trong hệ thống tài chính, từ đó cải thiện hiệu quả phân bổ và sử dụng nguồn lực (Bùi Trung Hiệp, 2015). Quá trình tự do hóa tài chính ở Việt Nam đã đạt được một số thành công, tuy nhiên, quá trình này mới chỉ tự do hóa một phần. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay thì việc tự do hóa tài chính là cấp thiết, song cũng thực hiện theo tiến độ từng giai đoạn cụ thể. Việt Nam cần căn cứ vào thực tế nội lực nền kinh tế, chính trị, xã hội để có những giải pháp, phát huy tính tích cực, hạn chế rủi ro và đảm bảo sự lành mạnh, ổn định và phát triển hệ thống tài chính quốc gia (Nguyễn Thành Đạt, 2019).

3. Mô hình nghiên cứu và dữ liệu nghiên cứu

Mục tiêu của bài viết này là nghiên cứu tác động của tự do hóa tài chính đến tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. Cụ thể là kiểm định mối quan hệ giữa tự do hóa tài chính và tăng trưởng kinh tế Việt, xem xét hiệu ứng tác động phi tuyến của tự do hóa tài chính đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Shin & cộng sự (2014) giới thiệu tính bất cân xứng trong ngắn hạn và dài hạn thông qua phân tách hệ số dương và âm của các biến giải thích. Mô hình này có những ưu điểm áp dụng thích hợp các điều kiện thực tế và được ứng dụng trong lĩnh vực kinh tế khi tiến hành kiểm định mối quan hệ của các chuỗi thời gian bất cân xứng.

Dựa trên mô hình hồi quy động, phân phối trễ bất cân xứng (NARDL), tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: $GDP = f(IRO, BMG, EX)$

Bảng 1: Mô tả biến và nguồn dữ liệu

Biến số	Mô tả biến	Đơn vị	Nguồn dữ liệu
GDP	Tăng trưởng kinh tế	%	IMF
BM	Cung tiền nền kinh tế	Logarit	IMF
IRO	Lãi suất cho vay	%	IMF
EX	Tỷ giá USD/VND bình quân	Logarit	IMF

Nguồn: Tổng hợp từ tác giả

Phạm vi nghiên cứu là mối quan hệ giữa tự do hoá tài chính và tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, dữ liệu được lấy theo quý giai đoạn từ quý 1 năm 2001 đến quý 1 năm 2021. Sản lượng quốc gia (GDP) của Việt Nam được lấy theo tỷ lệ % từ thống kê tài chính quốc tế của ADB. Tự do hoá khu vực tài chính gồm ba thành phần được lấy từ thống kê tài chính của IMF (IFS): tăng trưởng của cung tiền mở rộng (BM) và lãi suất cho vay (IRO) được lấy theo tỷ lệ %; tỷ giá USD/VND (EX) là biến xu hướng không có phân phối chuẩn, mức lệch phải rất cao, nên chuyển sang dạng logarit cơ sở tự nhiên, đồng thời tỷ giá thực tính theo tỷ số giữa tỷ giá năm cần tính và tỷ giá năm gốc (tỷ giá quý 1 – 2001).

Để xử lý mô hình, nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu tiến hành các kiểm định cho thấy các chuỗi dừng ở cùng bậc sai phân, kiểm định đồng liên kết có đồng liên kết, điều này đảm bảo cho việc lựa chọn mô hình VECM là hợp lý. Với độ trễ thích hợp được lựa chọn, đồng thời mô hình VECM được đảm bảo là ổn định, thích hợp để hồi quy. Từ đó, tác giả tiến hành phân tích phân rã phương sai và các chức năng phản ứng xung là cơ sở cho các kết luận. Ngoài ra, để xem xét tác động phi tuyến của tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam, nghiên cứu này mở rộng thông qua việc sử dụng mô hình NARDL. Các chuỗi dừng ở sai phân bậc 1 nên mô hình NARDL có thể được áp dụng nhằm phân tách các thành phần tác động tích cực và tiêu cực của tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thống kê mô tả

Bảng 2 tóm tắt thống kê mô tả của các biến được sử dụng trong nghiên cứu, bao gồm GDP, BM, IRO, EX. Trong đó GDP, IRO và EX phân phối bình thường trong khi BM có độ lệch chuẩn, giá trị trung bình cao, chỉ số Jarque-Bera lệnh cao.

Bảng 2: Kết quả thống kê mô tả dữ liệu

Giá trị	GDP	IRO	BM	EX
Trung bình	6,70	10,28	25,35	11,77
Trung vị	6,82	9,63	21,99	11,77
Lớn nhất	9,26	20,1	73,52	12,01
Nhỏ nhất	3,14	6,95	10,46	11,51
Độ lệch chuẩn	1,18	2,85	12,45	0,16
Skewness	-0,24	1,19	1,79	0,01
Kurtosis	3,41	4,43	7,19	1,36
Jarque-Bera	1,37	26,13	102,76	9,01
Xác suất	0,5	0,00	0,00	0,01
Tổng	543,41	833,11	2.054,04	954,06
Tổng độ lệch bình phương	112,71	652,19	12.406,26	2,21

Nguồn: Kết quả phân tích từ Eview

3.2. Các kiểm định của mô hình

3.2.1. Kiểm định hiệu ứng của tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế của Việt Nam

Tình dừng của các chuỗi dữ liệu: Với mức ý nghĩa $\alpha = 0,05$, nếu chấp nhận H_0 thì chuỗi thời gian là không dừng, nếu bác bỏ H_0 thì chuỗi thời gian là dừng. Áp dụng phương pháp kiểm định nghiệm đơn vị Dickey – Fuller để kiểm định tính dừng cho lần lượt các chuỗi dữ liệu GDP, LNRUSDVND00, BMG, IRO.

Kiểm định đồng liên kết: Kiểm định Engle–Granger, các chuỗi GDP, LNRUSDVND00, BMG, IRO cùng dừng ở sai phân bậc 1: $I(1)$. Sử dụng kiểm định Johansen để kiểm tra GDP, LNRUSDVND00, BMG, IRO có đồng liên kết hay không. Kết quả thu được từ kiểm định Trace test cho thấy GDP, LNRUSDVND00, BMG, IRO có đồng liên kết, ở mức ý nghĩa $\alpha = 0,05$, khi $k=0$ (None), $p\text{-value} = 0,0000 < \alpha$ nên bác bỏ giả thiết $H_0: r=0$ (không có đồng liên kết giữa các biến), khi $k=1$ (At most 1), $p\text{-value} = 0,0518 > \alpha$ nên chấp nhận giả thiết $H_0: r \leq 1$. Các chuỗi có 1 cách kết hợp đồng liên kết.

Kiểm định lựa chọn độ trễ tối ưu cho mô hình: Thông thường có thể sử dụng biểu đồ PACF của phương pháp BOX – JENKIN hoặc sử dụng các tiêu chí LogL, AIC, SC... để xác định độ trễ tối ưu cho mô hình. Trong trường hợp này sẽ dùng các tiêu chí LR, FPE, AIC, HQ để xác định độ trễ tối ưu cho mô hình. Mặc dù có nhiều tiêu chuẩn thông tin có thể được sử dụng để xác định độ trễ của mô hình. Johansen (1990), trong nghiên cứu của mình đã chỉ ra độ trễ của VECM thấp hơn một bậc so với độ trễ của VAR. Tương ứng, trong phân tích hiện tại, tác giả xác định độ trễ theo đề xuất của họ: $p=3$.

Kiểm định tính ổn định của mô hình: Để kiểm định tính ổn định của mô hình VECM sử dụng AR Root Test để xem xét các nghiệm hay các giá trị riêng đều nhỏ hơn 1 hoặc đều nằm trong vòng tròn đơn vị thì mô hình VECM đạt được tính ổn định.

Kết quả cho thấy các nghiệm có $k \cdot p = 4 \cdot 3 = 12$ nghiệm đều nhỏ hơn 1 hoặc đều nằm trong vòng tròn đơn vị nên mô hình VAR có tính ổn định. Như vậy, các kiểm định cho thấy các chuỗi dừng ở cùng bậc sai phân, kiểm định đồng liên kết có 1 đồng liên kết, điều này đảm bảo cho việc lựa chọn mô hình VECM là hợp lý. Với độ trễ thích hợp được lựa chọn là 3 đồng thời mô hình VECM được đảm bảo là ổn định, thích hợp để hồi quy. Từ đó, tác giả tiến hành phân tích phân rã phương sai và các chức năng phản ứng xung là cơ sở cho các kết luận.

3.3. Kết quả của mô hình hồi quy VECM mối quan hệ giữa tự do hoá tài chính và tăng trưởng kinh tế

Sau khi tiến hành các kiểm định mô hình VECM, kết quả mô hình hồi quy VECM thu được như sau: Các chuỗi GDP, LNRUSDVND00, BMG, IRO không dừng ở $I(0)$ và có đồng liên kết. Phương trình đồng liên kết thể hiện quan hệ giữa các biến trong dài hạn có dạng:

$$u = -GDP + 0,53BMG - 3,59IRO + 153,81 LNUSDVND00 - 0,91$$

$$GDP = -0,91 + 0,53BMG - 3,59IRO + 153,81 LNUSDVND00 - u$$

Trong dài hạn, GDP có quan hệ ngược chiều với biến IRO. Kết hợp giữa các chuỗi không dừng thành một chuỗi dừng, và $ECT-1$ là phần dư trong cách kết hợp đó. $ECT-1 = \alpha$ cho biết trạng thái mất cân bằng ở kỳ $t-1$, α chính là hệ số điều chỉnh khi có sự mất cân bằng xảy ra trong ngắn hạn. $ECT-1 = 0.09$, cho thấy nếu mất cân bằng kỳ trước 1 đơn vị, tại kỳ thứ nhất thì biến phụ thuộc sẽ điều chỉnh cùng chiều với trạng thái cân bằng 0.09%. Như vậy, mất tổng hơn 11 kỳ để khôi phục trạng thái cân bằng.

3.4. Hàm phản ứng đẩy

Các chức năng phân rã phương sai và các chức năng phản ứng xung sẽ được thực hiện nhằm xem xét mối quan hệ nhân quả giữa các yếu tố tự do hoá tài chính và tăng trưởng kinh tế. Các chức năng này giúp phân tích được những ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp từ cú sốc yếu tố này tác động đến các yếu tố kia. Nhờ đó cho phép chúng ta đánh giá đầy đủ mối liên kết động của chúng. Tác giả sử dụng hệ số nhân tố Cholesky theo gợi ý của Sims (1980) để xác định những cú sốc trong hệ thống.

Các cú sốc biến động tăng trưởng cung tiền mở rộng BMG dẫn đến một phản ứng tích cực ban đầu đến GDP thực, có sự tác động cùng chiều và đặc biệt ảnh hưởng mạnh đến GDP trong 5 kỳ đầu tiên. Điều này được lý giải do Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, khi nền kinh tế được tăng cường một lượng vốn thì sẽ thúc đẩy gia tăng sản xuất, hỗ trợ tích cực cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, trong dài hạn, phản ứng của GDP biến động không đáng kể và khi lượng vốn gia tăng vượt mức nhu cầu cần thiết của sản xuất từ kỳ thứ 6.

Phản ứng của GDP liên tục đảo chiều khi có các cú sốc của IRO ngay từ kỳ đầu tiên. Quá trình tự do hoá tài chính, sẽ làm cho lãi suất gia tăng sự biến động. Nhà nước dần dần bị hạn chế quyền can thiệp vào thị trường tiền tệ thông qua lãi suất. Chính vì vậy, khi lãi suất biến động sẽ có những tác động với biên độ lớn đến tốc độ tăng trưởng của kinh tế.

Tương tự như vậy, tỷ giá cũng là một trong những yếu tố đo lường mức độ mở cửa của thị trường tài chính. Tỷ giá cũng chịu nhiều áp lực từ các yếu tố bên ngoài của thị trường quốc tế. Nhìn vào phản ứng xung khi xảy ra các cú sốc của tỷ giá USD/VND thì ngay từ những kỳ đầu tiên đã có những tác động đến tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế.

3.5. Phân rã phương sai

Phân rã phương sai của sai số khi dự báo các biến trong mô hình VECM nhằm phân tách phần đóng góp của các chuỗi thời gian khác cũng như của chính chuỗi thời gian đó trong phương sai của sai số dự báo. Các kết quả phân rã phương sai phù hợp với kết quả hàm phản ứng xung và quan trọng hơn nữa là xác định tầm quan trọng của các yếu tố tự do hoá tài chính đối với giá trị sản lượng thực tế trong nước. Mặc dù phần sai số dự báo trong GDP do sự biến động của tăng trưởng cung tiền mở rộng BMG là khoảng hơn 4% nhưng nó được duy trì qua các kỳ tiếp theo và kéo dài sau đó, không có dấu hiệu tắt dần. Biến động của lãi suất huy động được ghi nhận là trên 6% đối với sự biến động của GDP. Tác động của biến tỷ giá đối với tăng trưởng kinh tế được ghi nhận là không nhiều. Điều này hoàn toàn phù hợp với chính sách điều hành của tỷ giá Việt Nam hiện nay vẫn còn sự điều tiết của nhà nước nhiều so với sự điều tiết của thị trường.

Kết quả cho thấy GDP, BM, IRO, EX dừng ở bậc sai phân là I(1). Đối với mô hình NARDL, kiểm tra gốc đơn vị bắt buộc vì mô hình tự hồi quy phân phối trễ được áp dụng các chuỗi dừng tại I (0) hoặc I(1) hoặc hỗn hợp của I(0) và I(1). Mô hình không thể được áp dụng khi có bất kỳ biến nào dừng ở bậc thứ hai I(2). Vì với sự hiện diện của các biến I(2), giá trị thống kê F của kiểm tra đồng liên kết trở nên không hợp lệ. Do đó, trong cách tiếp cận NARDL, kiểm tra nghiệm đơn vị là quan trọng. Kết quả xác nhận không có chuỗi nào dừng ở bậc thứ hai, nghiên cứu này có thể tiến tới mô hình NARDL (Bảng 3).

Bảng 3: Các chuỗi dữ liệu dừng sai phân bậc 1

Giá trị	Nghiệm đơn vị bậc I(0)	Nghiệm đơn vị bậc I(1)
Kiểm định nghiệm đơn vị Dickey-Fuller - Giá trị t (Giá trị P)		
GDP	-2,645 (0,088)	-3,365 (0,015)*
EX	-0,824 (0,806)	-6,206 (0,000)*
IRO	-1,671 (0,441)	-8,119 (0,000)*
BM	-2,245 (0,192)*	-5,727 (0,000)*

Nguồn: Kết quả hồi quy Eviews10

Bảng 4: Mô hình NARDL

Giá trị	Hệ số	Độ lệch chuẩn	Thống kê	Giá trị P
DGDP(-1)	-0,069	0,128	-0,536	0,593
DBM_POS	-0,039	0,032	-1,199	0,234
DBM_POS(-1)	0,039	0,029	1,347	0,182
DBM_NEG	0,024	0,025	0,970	0,335
DEX_POS	-30,908	14,511	-2,129	0,036
DEX_NEG	-34,535	18,518	-1,864	0,066
DEX_NEG(-1)	26,355	15,425	1,708	0,092
DIRO_POS	-0,001	0,176	-0,011	0,991
DIRO_POS(-1)	0,411	0,187	2,195	0,031
DIRO_NEG	0,084	0,093	0,910	0,366
C	1,410	0,646	2,180	0,032
R ²	0,164			
F-	1,318			
Kiểm định Ramsey RESET	Giá trị P = 0,016			
Kiểm định Breusch/Pagan heteroskedasticity	Giá trị P = 0,000			

Nguồn: Kết quả hồi quy Eviews10

Mô hình NARDL được trình bày trong Bảng 4 kết quả xác nhận rằng mô hình không có bất kỳ vấn đề nào trong số các vấn đề đã nêu; do đó, nghiên cứu này có thể được sử dụng để ước tính NARDL.

Ngoài ra, Bảng 4 thể hiện kết quả của đồng liên kết phi tuyến giữa các biến dựa trên thống kê F của Pesaran và t_{BDM} theo Banerjee & cộng sự (1998). Giả thuyết H_0 : không có đồng liên kết. Giá trị thống kê F lớn hơn t_{BDM} , xác nhận rằng có mối quan hệ lâu dài giữa tự do hoá tài chính và tăng trưởng kinh tế. Do đó, mối quan hệ dài hạn có thể được phân tích thêm khi có ước lượng đồng liên kết phi tuyến.

Bảng 5: Kiểm định đồng tích hợp

Thống kê kiểm tra đồng tích hợp:	F: 9,762
	t_{BDM} : 2,180

Nguồn: Kết quả hồi quy Eviews10

Để đánh giá tác động phi tuyến của tổng thu thuế đối với tăng trưởng kinh tế, kiểm định Wald được thực hiện. Kết quả cho thấy $t = 2,380$ (với giá trị xác suất tương ứng là 0,020), điều này cho thấy tác động của

Bảng 6: Tác động của tự do hoá tài chính đến GDP trong ngắn hạn

Biến	Hệ số	Độ lệch chuẩn	Thống kê t
D(DBM_POS)	-0,039	0,0253	-1,547
D(DEX_NEG)	-34,535	13,944	-2,476
D(DIRO_POS)	-0,001	0,138	-0,014

Nguồn: Kết quả hồi quy Eviews10

tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế được ghi nhận có ý nghĩa thống kê trong dài hạn (Bảng 5).

Tác động bao gồm các thành phần tích cực và tiêu cực của tự do hoá tài chính đối với hiệu quả kinh tế trong ngắn hạn và lâu dài ở Bảng 6. Dòng vốn vào Việt Nam có tác động đến tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn, và vốn tăng một phần trăm dẫn đến biến động tiêu cực trong hoạt động kinh tế là 0,039 phần trăm. Khi lượng vốn từ bên ngoài gia tăng do tự do hoá tài chính, các điều kiện kinh tế và chính sách tiền tệ không kịp thích ứng, có thể gây nên những gánh nặng tài chính và những ảnh hưởng không tốt đối với sự tăng trưởng kinh tế. Tỷ giá tăng một phần trăm dẫn đến biến động tiêu cực trong hoạt động kinh tế là 30,908 phần trăm. Mặt khác, lãi suất cho vay tăng một phần trăm dẫn đến biến động tích cực trong hoạt động kinh tế là 0,409 phần trăm. Các phát hiện được hỗ trợ bởi các nghiên cứu thực nghiệm tác động của tự do hóa tài chính đến tăng trưởng kinh tế có hai mặt: trong đó một mặt mỗi quan hệ tích cực giữa tự do hóa tài chính và tăng trưởng kinh tế được ghi nhận (Ahmed, 2013; Haruna & Bakar, 2021). Các nghiên cứu khác cho thấy tự do khu vực

Bảng 7: Tác động bất đối xứng của tự do hoá tài chính đến GDP dài hạn

Biến	Hệ số	Độ lệch chuẩn	Thống kê t	Giá trị P
C	1,410	0,646	2,180	0,032
DGDP(-1)	-1,069	0,128	-8,291	0,000
DBM_POS(-1)	0,000	0,021	0,013	0,989
DBM_NEG	0,024	0,025	0,970	0,335
DEX_POS	-30,908	14,511	-2,129	0,036
DEX_NEG(-1)	-8,180	11,695	-0,699	0,486
DIRO_POS(-1)	0,409	0,154	2,652	0,010
DIRO_NEG	0,084	0,093	0,910	0,366
D(DBM_POS)	-0,039	0,032	-1,199	0,234
D(DEX_NEG)	-34,535	18,518	-1,864	0,066
D(DIRO_POS)	-0,001	0,176	-0,011	0,991
CointEq(-1)	-1,069	0,115	-9,287	0,000

Nguồn: Kết quả hồi quy Eviews10

tài chính ảnh hưởng đến sự bất ổn tài chính, khủng hoảng ngân hàng (Akinsola & Odhiambo, 2017; Misati & Nyamongo, 2012).

Kết quả mô hình trong Bảng 7 chỉ ra rằng hệ số đồng liên kết bằng -1,069 với mức ý nghĩa 5%. Điều này ngụ ý rằng tăng trưởng kinh tế có thể điều chỉnh về trạng thái cân bằng dài hạn sau mỗi cú sốc ngắn hạn do tự do hoá tài chính tạo ra. Để kiểm tra ý nghĩa trong nghiên cứu, thống kê của NARDL. Nghiên cứu này đã thực hiện kiểm tra tính ổn định của các thông số ước tính bằng cách sử dụng Cusum và Cusumsq. Kết quả khẳng định rằng Cusum và Cusumsq nằm trong các đường tới hạn với hệ số ý nghĩa là 5%, do đó mô hình ổn định và không bị chặn động đột ngột hoặc phá vỡ cấu trúc.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

4.1. Kết luận

Nghiên cứu chỉ ra rằng trong ngắn hạn có thể chứng minh được tác động của tự do hoá tài chính đối với tốc độ tăng trưởng GDP. Tác động của tự do hoá tài chính đối với tăng trưởng kinh tế ghi nhận những hiệu ứng tích cực và những hiệu ứng tiêu cực đối với tăng trưởng kinh tế.

Nghiên cứu cũng cho thấy tài chính đóng một vai trò quan trọng trong việc kích thích tăng trưởng và phát triển kinh tế. Tuy nhiên, các chính sách tự do hóa tài chính cần được thực hiện một cách thận trọng, có lưu ý đến trình tự và thời gian của các chính sách để tránh gây nguy hiểm cho sự ổn định tài chính.

Ngoài ra, chúng ta cũng không nên đồng nhất giữa tự do hóa thị trường và mở cửa thị trường. Khái niệm tự do hóa thị trường không thực sự giống với mở cửa thị trường, vì việc mở cửa thị trường không nhất thiết phải gắn liền với việc nới lỏng chính sách cho các doanh nghiệp nước ngoài trong cuộc cạnh tranh với các doanh nghiệp địa phương thường thấy trong chính sách tự do hóa.

4.2. Hàm ý chính sách

FTA được thỏa thuận giữa các quốc gia trong giao thương ngày càng mở rộng. Nghiên cứu cho thấy lãi suất cho vay có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Lãi suất cho vay tăng tác động cùng chiều với tốc độ tăng trưởng kinh tế. Xét về mặt thực tiễn, các ngân hàng thương mại chiếm một vị trí quan trọng đối với sự tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

Nghiên cứu kết luận rằng sự thiếu hụt nguồn vốn sẽ có những tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế ngay lập tức. Nghiên cứu khuyến nghị rằng các nhà hoạch định chính sách nên chú trọng các quy tắc khuyến khích và thu hút các dòng vốn của các nhà đầu tư nước ngoài vào trong nước. Trên thực tế, tỷ trọng các khoản đầu tư trong nước được tài trợ bởi vốn nước ngoài đang tăng lên qua các năm.

Nghiên cứu đã cho thấy rằng Ngân hàng Trung ương đóng vai trò rất quan trọng trong việc tăng cường tự do tài chính. Tự do hoá khu vực tài chính có điều tiết giúp phát triển kinh tế. Kết quả phân tích mô hình nghiên cứu cho thấy tỷ giá có những tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế trong thời gian nghiên cứu. Dựa trên mối quan hệ nghịch đảo tồn tại giữa tăng tỷ giá USD/VND và tăng trưởng kinh tế được thiết lập bởi các kết quả nghiên cứu. Các nhà hoạch định chính sách nên đưa ra các chính sách điều tiết để điều chỉnh tỷ giá USD/VND một cách hợp lý. Cần phải có các biện pháp can thiệp, chuẩn bị nguồn ngoại tệ để tác động kịp thời khi tỷ giá có chiều hướng tăng đột biến, nhằm tránh các ảnh hưởng tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế.

Các nước đang phát triển thường đẩy nhanh quá trình chuyển đổi trong giai đoạn liên kết các ngành công nghiệp trong nước với mạng lưới chuỗi cung ứng công nghiệp của các nước phát triển. Vì vậy quá trình xây dựng và thực hiện quyền bảo lưu các biện pháp vi phạm trong danh mục NCM so với các nước phát triển, các nước đang phát triển có nhiều hạn chế hơn để thực thi các quy định. Tuy nhiên, cấu trúc của NCM không nhất thiết có lợi cho việc khuyến khích mở cửa thị trường, đặc biệt là trong các lĩnh vực nhạy cảm. Trong thực thi các chính sách liên quan danh mục NCM, chính phủ không thể giải quyết các thất bại về chính sách, quy định, xã hội hoặc chính trị. Thực hiện quyền bảo lưu các biện pháp vi phạm trong danh mục NCM có nhiều rủi ro về mặt pháp lý và chính trị, ngay cả đối với chính phủ có kinh nghiệm trong tự do hóa, tư nhân hóa và áp dụng thị trường tự do.

Tự do hoá tài chính chỉ cho phép các nước bảo lưu một số lượng hạn chế các ngành, phân ngành nghĩa là được quyền bảo lưu các biện pháp vi phạm trong danh mục NCM. Việt Nam thực hiện bảo hộ cao đối với các

ngành dịch vụ, bao gồm dịch vụ ngân hàng, tài chính và bảo hiểm, bán buôn và bán lẻ các dịch vụ thương mại. Tuy nhiên, các nước phải giải trình với lý do hợp lý để được bảo lưu. Nếu không giải trình được lý do nhạy cảm, thì phải tuân thủ đúng những nguyên tắc tự do hoá tài chính, tức là phải mở cửa. Những thất bại trong xây dựng chính sách liên quan đến bảo lưu các biện pháp vi phạm trong danh mục NCM sẽ làm cho tác động tài chính mà các nước đang phát triển phải gánh chịu có hại hơn so với các nước phát triển.

Xuất phát từ những rủi ro và bất lợi khi tham gia các FTA. Nhiều quốc gia sử dụng hàng rào thuế quan và phi thuế quan để bảo vệ nền sản xuất trong nước. Thuế quan đối với hàng hóa nhập khẩu được thiết kế để tăng giá lên cùng mức hoặc cao hơn mức giá nội địa. Phi thuế quan như hạn ngạch nhập khẩu, trợ cấp, chống bán phá giá, tiêu chuẩn kỹ thuật và quy định y tế, tài chính...

Ngoài ra, khi thực hiện tự do hóa thị trường, Việt Nam phải tính toán cẩn thận thời điểm thích hợp. Trước khi tự do khu vực tài chính, chính phủ nên đưa ra các biện pháp trong nước nhằm hỗ trợ sự phát triển của các ngành trong nước. Hỗ trợ của chính phủ có thể dưới dạng các biện pháp khuyến khích, đặc quyền cụ thể cho các doanh nghiệp nội địa và xây dựng danh mục các biện pháp không tương thích đối với các hiệp định tự do hoá tài chính.

Tài liệu tham khảo

- Ahmed, A.D. (2013), 'Effects of financial liberalization on financial market development and economic performance of the SSA region: An empirical assessment', *Economic Modelling*, 30, 261-273. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.09.019>.
- Akinsola, F.A. & Odhiambo, NM (2017), 'The impact of financial liberalization on economic growth in sub-Saharan Africa', *Cogent Economics & Finance*, 5(1), 1338851. DOI: <https://doi.org/10.1080/23322039.2017.1338851>.
- Ali, A. (2022), 'Financial liberalization, institutional quality and economic growth nexus: panel analysis of african countries', *Bulletin of Business and Economics*, 11(3), 27-36.
- Arestis, P. & Demetriades, P. (1999), 'Financial liberalization: the experience of developing countries', *Eastern Economic Journal*, 25(4), 441-457.
- Bekaert, G., Harvey, C.R. & Lundblad, C. (2005), 'Does financial liberalization spur growth?', *Journal of Financial Economics*, 77(1), 3-55. DOI: <https://doi.org/10.3386/w8245>.
- Bùi Trung Hiệp (2015), 'Nghiên cứu thực trạng triển khai phương pháp mô phỏng trong đào tạo ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại Học Kinh Tế - Đại Học Đà Nẵng', *Tạp chí Khoa học Kinh tế*, 3(01), 61-69.
- Chandrasekhar, C.P. (2008), *Financial liberalization and the new dynamics of growth in India*, Third World Network, India.
- Chiarella, C., Cubillas, E. & Suárez, N. (2019), 'Bank recapitalization in Europe: Informational content in the issuing method', *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 63, 101134. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2019.101134>.
- Eichengreen, B. & Xia, G. (2019), 'China and the SDR : Financial Liberalization through the Back Door', *Quarterly Journal of Finance*, 9(3), 1-36. DOI: <https://doi.org/10.1142/s2010139219500071>.
- Haruna, AA & Bakar, ASA (2021), 'Domestic financial liberalization and economic growth nexus: the role of corruption', *Journal of Financial Crime*, 28(4), 1210-1231. DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2020-0217>.
- Johnston, R.B. & Sundararajan, V. (1999), 'Sequencing Financial Sector Reforms', in Johnston, R.B. & Sundararajan, V., *Managing Financial Sector Liberalization: An Overview*, International Monetary Fund, Washington, DC, 1-23.
- Kolcava, D., Nguyen, Q. & Bernauer, T. (2019), 'Does Trade Liberalization Lead to Environmental Burden Shifting in the Global Economy ?', *Ecological Economics*, 163, 98-112. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.05.006>.

-
- Mahrinasari, M.S., Haseeb, M., Ammar, J. & Meiryani (2019), 'Is trade liberalization a hazard to sustainable environment?: fresh insight from ASEAN countries', *Polish Journal of Management Studies*, 19(1), 249–259.
- Misati, R.N. & Nyamongo, E.M. (2012), 'Financial liberalization, financial fragility and economic growth in Sub-Saharan Africa', *Journal of Financial Stability*, 8(3), 150-160. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2011.02.001>.
- Mukhtar, T., Jehan, Z., & Bilquees, F. (2019), 'Is trade openness inflationary in developing economies', *Pakistan Economic and Social Review*, 57(1), 47–68.
- Nguyễn Thành Đạt. (2019), 'Nguồn vốn ngân hàng ảnh hưởng đến khả năng sinh lời và rủi ro tín dụng của ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam', *Tạp Chí Nghiên Cứu Tài Chính-Marketing*, 3(1), 12–21.
- Shin, Y., Yu, B. & Greenwood-Nimmo, M. (2014), 'Modelling asymmetric cointegration and dynamic multipliers in a nonlinear ARDL framework', in Schmidt, P., Horrace, W.C. & Sickles, R.C. (eds), *Festschrift in honor of Peter Schmidt: Econometric methods and applications*, 281-314. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.1807745>.
- Shu, P. & Steinwender, C. (2019), 'The impact of trade liberalization on firm productivity and innovation', *Innovation Policy and the Economy*, 19(1), 39-68. DOI: <https://doi.org/10.3386/w24715>.

ỨNG DỤNG MÔ HÌNH ARDL TRONG PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG CỦA CƠ CẤU XUẤT KHẨU TỚI TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thu Thủy
Đại học Bách khoa Hà Nội
Email: thuy.nguyenthithu@hust.edu.vn

Mã bài báo: JED-1129
Ngày nhận: 20/02/2023
Ngày nhận bản sửa: 16/03/2023
Ngày duyệt đăng: 05/04/2023
DOI: 10.33301/JED.Vi.1129

Tóm tắt:

Ứng dụng mô hình tự hồi quy phân phối trễ (ARDL), nghiên cứu đánh giá tác động của cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế Việt Nam giai đoạn 2010-2019. Các thước đo cơ cấu hàng hóa xuất khẩu khác nhau đã được sử dụng để có góc nhìn đầy đủ, đa chiều về tác động này. Kết quả nghiên cứu chỉ ra: (i) Trong ngắn hạn, đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu nói chung và đa dạng hóa theo chiều rộng có tác động ngược chiều, trong khi chưa thấy bằng chứng rõ nét về tác động của sự thay đổi thành phần xuất khẩu và đa dạng hóa theo chiều sâu tới tăng trưởng kinh tế. (ii) Trong dài hạn, đa dạng hóa, cả theo chiều rộng và theo chiều sâu cùng thể hiện rõ vai trò động lực với tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu cũng tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng của xuất khẩu hàng hóa nói chung với tăng trưởng kinh tế, đồng thời nhấn mạnh sự cần thiết của chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu. Từ kết quả trên, một số luận giải và hàm ý đã được đề xuất.

Từ khóa: Đa dạng hóa, tăng trưởng kinh tế, xuất khẩu, Việt Nam.

Mã JED: C8, F14, O24, O47.

Application of ARDL model in analyzing the impacts of product export structure on Vietnam's economic growth

Abstract:

Using the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model, this study evaluates the effect of product export structure on Vietnam's economic growth from 2010 to 2019. Various measures of export composition were employed to obtain a comprehensive, multidimensional understanding of the effect. The results indicate: (i) In the short term, while aggregated product export diversification and extensive diversification have opposite associations with economic growth, there is no clear evidence regarding the impact of export composition change and intensive diversification on economic growth; (ii) In the long-term, both diversification of intensive and extensive margins play a significant role in driving economic growth. The study also reaffirms the significance of aggregated product exports to economic growth and product export restructuring. Several interpretations and implications are proposed based on the research findings.

Keywords: Diversification, economic growth, exports, Vietnam.

JEL Codes: C8, F14, O24, O47.

1. Giới thiệu

Tự do hóa thương mại, mở rộng xuất khẩu và tăng cường hội nhập là phương thức giúp các quốc gia, đặc biệt là các quốc gia đang phát triển đạt được thành tựu kinh tế. Quan điểm này được ủng hộ bởi các lý thuyết kinh tế, chính trị chính thống và được thúc đẩy tích cực bởi nhiều thể chế quốc tế (International Monetary Fund, The World Bank & World Trade Organization, 2017; Rivera-Batiz & Rivera-Batiz, 2018; Van Den Berg & Lewer, 2015). Nghiên cứu với nhiều nước khác nhau đã xác nhận bằng chứng thực nghiệm về mối quan hệ tích cực giữa xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế, chứng minh cơ sở thực tiễn của chiến lược tăng trưởng kinh tế hướng về xuất khẩu (Ahmad & cộng sự, 2018; Dreger & Herzer, 2013; Eicher & Kuenzel, 2016; Feenstra & Kee, 2008). Mặc dù vậy, mối quan hệ tích cực giữa xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế không nhất thiết đúng với tất cả các trường hợp, bởi vì mối quan hệ này còn phụ thuộc vào điều kiện cụ thể của từng quốc gia và các yếu tố đặc thù của cơ cấu xuất khẩu (Vogiatzoglou, 2019). Chẳng hạn, hiệu ứng tăng năng suất, lan tỏa công nghệ và tác động tới tăng trưởng kinh tế phụ thuộc đáng kể vào tính chất của các loại hàng hóa xuất khẩu (Hausmann & cộng sự, 2007; Munir & Javed, 2018; Shafiullah & cộng sự, 2017; Sheridan, 2014). Theo đó, xuất khẩu hàng hóa chế biến, chế tạo, hàng hóa thâm dụng công nghệ và kỹ năng có nhiều tiềm năng kết nối tích cực với tăng trưởng kinh tế hơn so với xuất khẩu tài nguyên thiên nhiên và hàng hóa thô, sơ chế. Hesse (2008) mô tả quá trình phát triển kinh tế điển hình là quá trình chuyển đổi cơ cấu trong đó các nước chuyển từ sản xuất “sản phẩm của nước nghèo” sang “sản phẩm của nước giàu”, từ sản phẩm ít phức tạp sang sản phẩm có mức độ phức tạp cao hơn, từ sản phẩm thâm dụng tài nguyên, thâm dụng lao động sang các sản phẩm thâm dụng kỹ năng và hàm lượng công nghệ với ảnh hưởng lan tỏa lớn hơn.

Tuy nhiên, so với mối quan hệ giữa xuất khẩu và tăng trưởng nói chung, tác động của cơ cấu xuất khẩu được nghiên cứu ít hơn đáng kể (Cuaresma & Wörz, 2005) hoặc phân tích chưa đầy đủ khi vai trò của đa dạng hóa/chuyên môn hóa xuất khẩu chưa được quan tâm đúng mức (Munir & Javed, 2018). Một số nghiên cứu bao hàm các khía cạnh này lại đưa đến những kết quả hỗn hợp, đan xen, hàm ý rằng tác động cần được xem xét về bản chất, có tính đến việc đánh giá các điều kiện cụ thể của mỗi quốc gia. Trên thực tế, không có công thức chung cho một cơ cấu thương mại tối ưu với tất cả các quốc gia; do đó, tiến hành nghiên cứu thực nghiệm trên cơ sở lý thuyết kinh tế với từng trường hợp cụ thể là cách duy nhất để xác định cơ cấu xuất khẩu phù hợp nhằm đảm bảo hiệu quả xuất khẩu vượt trội và tăng trưởng kinh tế tương ứng (Belkania, 2020).

Nghiên cứu này đóng góp vào tổng quan nghiên cứu bằng cách xem xét tác động ngắn hạn và dài hạn của xuất khẩu ở mức tổng, cũng như tác động của cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, trên cơ sở lập luận rằng không chỉ xuất khẩu tự bản chất là cần thiết cho tăng trưởng, mà rằng các thuộc tính của cơ cấu hàng xuất khẩu cũng rất quan trọng. Việt Nam là một trường hợp nghiên cứu thú vị và đáng chú ý vì một số lý do: (1) Việt Nam xuất phát điểm là nước có thu nhập thấp và đã trải qua một giai đoạn nỗ lực tích cực với định hướng xuất khẩu, tự do hóa thương mại, hợp tác kinh tế, trước khi trở thành nước có thu nhập trung bình như hiện nay; (2) Cơ cấu xuất khẩu Việt Nam có sự chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng đa dạng, trong đó nhóm hàng chế biến, chế tạo ngày càng khẳng định được vị thế trong cơ cấu xuất khẩu nói chung. Việt Nam được coi là trường hợp thành công trong nhóm nước ASEAN-4 trong việc tăng cường xuất khẩu cũng như chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu (Vogiatzoglou, 2019); (3) Xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn tồn tại một số yếu tố gây quan ngại dưới góc độ chất lượng, hiệu quả và bền vững, đòi hỏi cần có những nghiên cứu cụ thể, làm cơ sở cho định hướng chính sách. Kết quả nghiên cứu được kỳ vọng có giá trị thực tiễn với Việt Nam, bởi vì đây là thông tin quan trọng trong thiết kế chính sách kinh tế như chính sách ngành, chính sách đa dạng hóa kinh tế, chính sách hỗ trợ và xúc tiến.

2. Tổng quan nghiên cứu

Cách hiểu và phân tích cơ cấu xuất khẩu trong tổng quan nghiên cứu được tiếp cận theo các hướng khác nhau tùy thuộc vào sự sẵn có của dữ liệu và mục đích nghiên cứu, có thể theo các nhóm hàng hoặc theo chỉ tiêu tổng hợp đánh giá chất lượng cơ cấu hàng hóa xuất khẩu

Với cách tiếp cận cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo các nhóm hàng, giỏ hàng hóa xuất khẩu thường được phân chia thành: hàng thô, sơ chế và hàng chế biến, chế tạo (Bbaale & Mutenyo, 2011; Belkania, 2020; Herzer & Nowak-Lehmann, 2006); nhóm ngành rộng như nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp

(Vogiatzoglou, 2019), nhóm hàng theo hàm lượng công nghệ (Cuaresma & Wörz, 2005). Về cơ bản, chiến lược mở rộng xuất khẩu hướng đến tăng trưởng kinh tế bền vững đòi hỏi phải có sự thay đổi cơ cấu theo hướng hiện đại, trong đó bao gồm chuyển dịch từ xuất khẩu hàng hóa thô, sơ chế sang sản xuất và xuất khẩu hàng chế biến, chế tạo (Syrquin & Chenery, 1989), những mặt hàng có cầu co giãn và có khả năng mang lại nhiều hiệu ứng lan tỏa tích cực cho nền kinh tế (Hesse, 2008; Santos & cộng sự, 2013).

Cơ cấu xuất khẩu cũng có thể nhấn mạnh vào đặc điểm chuyên môn hóa hay đa dạng hóa của giỏ hàng hóa xuất khẩu (Romer, 1990). Ở cấp độ tổng thể, các quốc gia có thể được hưởng lợi từ chuyên môn hóa, phân bổ nguồn lực trên cơ sở chi phí cơ hội và lợi thế so sánh (Ricardo, 1817). Chuyên môn hóa cho phép tập trung sản xuất và thu hẹp tương đối phạm vi hoạt động (Kaulich, 2012). Ngược lại, đa dạng hóa xuất khẩu đi cùng với khái niệm về danh mục các mặt hàng hỗn hợp trong cơ cấu xuất khẩu, và có thể được phân loại thành đa dạng hóa theo chiều rộng và đa dạng hóa theo chiều sâu. Theo lý thuyết tăng trưởng kinh tế, đa dạng hóa tác động tích cực đến tăng trưởng trong dài hạn vì nó là nguồn gốc của hiệu ứng lan tỏa động (Romer, 1990; Rebelo, 1991). Tác động lan tỏa bao gồm lan tỏa kiến thức, cải thiện kỹ thuật sản xuất, quản lý hiệu quả hơn, đào tạo lao động và tăng khả năng cạnh tranh (Herzer & Nowak-Lehmann, 2006). Tuy nhiên, các nghiên cứu thực nghiệm không phải lúc nào cũng đưa ra kết luận nhất quán về tác động của đa dạng hóa xuất khẩu đối với tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh những lập luận ủng hộ, chiến lược tăng trưởng kinh tế dựa trên đa dạng hóa xuất khẩu cũng đã bị hoài nghi bởi một số nghiên cứu trên các mẫu khác nhau của các nước đang phát triển (Mania & Rieber, 2019) và dường như các kết luận chung, thậm chí từ những nghiên cứu tin cậy nhất, là hỗn hợp và mâu thuẫn. Chẳng hạn, Matezo & cộng sự (2021) đã khẳng định vai trò của đa dạng hóa xuất khẩu như một động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Cộng đồng Phát triển Nam Phi. Trong khi đó, Mania & Rieber (2019) đã kiểm nghiệm vai trò của đa dạng hóa xuất khẩu đối với tăng trưởng của ba nhóm nước đang phát triển bằng cách đánh giá tác động cấu trúc của đa dạng hóa và chỉ ra sự thay đổi trong đa dạng hóa xuất khẩu ở các nước đó không dẫn đến thay đổi cơ cấu sản xuất.

Bên cạnh hai nhóm nghiên cứu kể trên, một số nghiên cứu tập trung phân tích các khía cạnh khác của cơ cấu hàng hóa xuất khẩu như mức độ ổn định (Arshed & cộng sự, 2022; Wasim, 2003; Bashayreh & cộng sự, 2019), mức độ truyền thống (Mansor & Amin, 2003), mức độ phức tạp của giỏ hàng hóa xuất khẩu (Hausmann & cộng sự, 2007; Kočenda & Poghosyan, 2018). Kết quả hỗn hợp giữa mối quan hệ giữa cơ cấu xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế đặt ra câu hỏi về việc lựa chọn một chính sách phù hợp để một quốc gia đạt được tăng trưởng kinh tế bền vững (Munir & Javed, 2018), cũng như khuyến khích phân tích để xác định nguyên nhân gốc rễ của sự khác biệt, có tính đến sự phát triển của đa dạng hóa xuất khẩu, mức thu nhập và điều kiện cụ thể của các nước đang phát triển.

Từ góc độ kỹ thuật phân tích, mô hình ARDL được sử dụng trong nhiều nghiên cứu gần đây về xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế, khi cần ước lượng mối quan hệ ngắn hạn và dài hạn giữa các biến số, chẳng hạn trong trường hợp của các nước châu Á-Thái Bình Dương (Ghazouani & cộng sự, 2020), Nam Phi (Sunde, 2017), Ai Cập (Sulaiman & cộng sự, 2019), Tusinia (Belloumi, 2014), Trung Quốc (Kong & cộng sự, 2021).

Như vậy, nghiên cứu về ảnh hưởng của xuất khẩu nói chung và cơ cấu xuất khẩu nói riêng tới tăng trưởng kinh tế còn đưa ra những kết luận đa dạng, đan xen, thậm chí mâu thuẫn, ngay cả với những nghiên cứu có cùng đối tượng hoặc sử dụng phương pháp tương đồng. Bởi vậy, nghiên cứu thực nghiệm về chủ đề này vẫn còn có ý nghĩa quan trọng, đặc biệt là khi ứng dụng công cụ phân tích hiện đại cho trường hợp cụ thể của từng quốc gia.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Nguồn dữ liệu

Dữ liệu chuỗi thời gian với tần suất theo quý giai đoạn từ 2000 đến 2019, thu thập từ các nguồn thứ cấp được sử dụng để phân tích. Cụ thể, dữ liệu về xuất khẩu được thu thập từ thống kê các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Tổng cục Hải quan. Dữ liệu này được sử dụng để tính toán chỉ số phản ánh cơ cấu hàng hóa xuất khẩu trong các mô hình ước lượng. Dữ liệu cho các biến số còn lại trong mô hình được thu thập từ nguồn Tổng cục Thống kê.

3.2. Phương pháp phân tích

Kỹ thuật đồng liên kết ARDL phát triển bởi Im & cộng sự (2003) và Pesaran & cộng sự (2001) được sử dụng. ARDL là một mô hình động không giới hạn, trong đó biến phụ thuộc được biểu thị dưới dạng hàm số của biến trễ của biến phụ thuộc và các biến độc lập khác. Phương pháp ARDL tiếp cận từ tổng thể đến cụ thể, có nhiều ưu điểm hơn so với cách tiếp cận đồng liên kết của Johansen (1988) ở chỗ mô hình tránh được vấn đề về bậc tích hợp, phù hợp với cả mẫu lớn và mẫu nhỏ, cung cấp các ước lượng không chệch ngay cả khi một số biến giải thích là nội sinh. Bên cạnh đó, kiểm định đường bao trong phân tích ARDL ước tính mối quan hệ cân bằng dài hạn thông qua một mô hình hiệu chỉnh sai số động. Nhờ đó, các tham số ARDL được hiệu chỉnh cung cấp các hệ số ước tính ngắn hạn, dài hạn và tốc độ điều chỉnh chính xác hơn.

Thủ tục phân tích định lượng ARDL được tiến hành theo trình tự sau: (1) Kiểm định đường bao xác định đồng liên kết giữa các biến, tức là tìm mối quan hệ dài hạn giữa các biến; (2) Xác định độ trễ của các biến trong mô hình ARDL bằng tiêu chí thông tin Schwarz (SBC) hoặc tiêu chí thông tin Akaike (AIC); (3) Ước lượng mô hình ARDL với các độ trễ đã được xác định để kiểm định mối quan hệ dài hạn giữa các biến trong mô hình; (4) Tính toán tác động ngắn hạn của các biến bởi mô hình hiệu chỉnh sai số (ECM) dựa trên cách tiếp cận ARDL đối với đồng liên kết.

3.3. Các biến số phản ánh cơ cấu hàng hóa xuất khẩu

Xuất khẩu hàng hóa ở mức tổng (EXP): được xác định bằng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Sự thay đổi thành phần xuất khẩu (Export composition change - ECC): xác định theo nghiên cứu của Mansor & Amin (2003).

$$ECC_t = \sum_{i=1}^n \min(s_{it}, s_{it-1})$$

Trong đó: s_{it} là tỷ trọng xuất khẩu hàng hóa i trong tổng kim ngạch xuất khẩu trong quý t ; n là số nhóm hàng trong cơ cấu xuất khẩu. Nếu tỷ trọng của các nhóm hàng của thời kỳ xem xét không có sự khác biệt với thời kỳ trước đó, ECC sẽ có giá trị là 1. ECC bằng 0 nếu một quốc gia xuất khẩu các loại hàng hóa khác hoàn toàn với danh mục các mặt hàng đã xuất khẩu trong thời kỳ trước đó.

Mức độ đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu: được đo lường bằng hai trong số thước đo được sử dụng rộng rãi nhất là chỉ số Herfindahl và chỉ số Theil. Sử dụng các chỉ số này phù hợp với sự sẵn có của dữ liệu và mục tiêu phân tích của nghiên cứu là phân tích tác động của đa dạng hóa ở mức tổng và tách biệt đa dạng hóa thành đa dạng hóa theo chiều rộng và đa dạng hóa theo chiều sâu.

Chỉ số Herfindahl (HHI): được xác định theo Bajaj & cộng sự (2022) và Munir & Javed (2018).

$$HHI_t = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{x_{it}}{x_t}\right)^2} - \sqrt{\frac{1}{n}}}{1 - \sqrt{\frac{1}{n}}}$$

Trong đó: S_{it} là tỷ trọng các nhóm hàng trong tổng cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, n là số nhóm hàng xuất khẩu. Giá trị của chỉ số biến đổi thuận chiều với mức độ chuyên môn hóa và ngược chiều với mức độ đa dạng hóa.

Chỉ số Theil (TET) đã sử dụng trong các nghiên cứu của Bajaj & cộng sự (2022), Carrasco & Tovar-García (2021), và Mania & Rieber (2019), Taylor & Francis (2003).

$$TET = \sum_{i=1}^n S_i \ln\left(\frac{1}{S_i}\right)$$
$$TET = \sum_{k=1}^k S_k \sum_{i \in k} \left(\frac{S_i}{S_k}\right) \ln\left(\frac{S_k}{S_i}\right) + \sum_{k=1}^k S_k \ln\left(\frac{1}{S_k}\right)$$

$$TET = TEW + TEB$$

Trong đó: n là tổng số nhóm hàng và k là số nhóm hàng rộng, S_k là tỷ trọng xuất khẩu của nhóm k . Dựa trên khả năng phân tách của chỉ số Theil, chỉ số này được sử dụng để đo lường đa dạng hóa theo chiều rộng (TEB) và đa dạng hóa theo chiều sâu (TEW).

3.4. Các mô hình ước lượng

Các mô hình ước lượng được xây dựng trên cơ sở hàm sản xuất Cobb-Douglas mở rộng, trong đó sản lượng là hàm số của hai yếu tố đầu vào chính là lao động và vốn, cùng với các biến số phản ánh các thuộc tính của xuất khẩu. Các thuộc tính của cơ cấu hàng hóa xuất khẩu được giả định là ảnh hưởng đến năng suất trong hàm sản xuất. Mô hình cơ bản được xác định như sau:

$$Y = AL^{\alpha}K^{\beta}$$

Trong đó: Y là sản lượng đầu ra; K là vốn vật chất; L là lao động. K trong hàm sản xuất là tích lũy vốn, tuy nhiên ở Việt Nam hiện chỉ có thống kê vốn đầu tư và tích lũy gộp tài sản. Nghiên cứu sử dụng vốn đầu tư, được hiểu là lượng tiền các thành phần sở hữu bỏ ra nhằm mục đích đầu tư, làm đại diện cho K (INV). Biến L trong nghiên cứu này số lao động có việc làm, lực lượng thực sự tạo ra sản lượng, đóng góp vào tăng trưởng của nền kinh tế (LAB).

Với việc sử dụng thay thế các thước đo cơ cấu hàng hóa xuất khẩu khác nhau, mô hình nghiên cứu tổng thể được cụ thể hóa bằng ba phương trình như sau:

$$GDP_t = f(GDP_{t-i}^{\alpha_1}, HHI_t^{\alpha_2}, ECC_t^{\alpha_3}, EXP_t^{\alpha_4}, INV_t^{\alpha_5}, LAB_t^{\alpha_6}) \quad (1)$$

$$GDP_t = f(GDP_{t-i}^{\beta_1}, TET_t^{\beta_2}, ECC_t^{\beta_3}, EXP_t^{\beta_4}, INV_t^{\beta_5}, LAB_t^{\beta_6}) \quad (2)$$

$$GDP_t = f(GDP_{t-i}^{\mu_1}, TEB_t^{\mu_2}, TEW_t^{\mu_3}, ECC_t^{\mu_4}, EXP_t^{\mu_5}, INV_t^{\mu_6}, LAB_t^{\mu_7}) \quad (3)$$

Sau khi logarit hóa để đưa về dạng tuyến tính, các phương trình sau đây sẽ được sử dụng để ước lượng, tương ứng với ba mô hình:

Mô hình 1:

$$GDP_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \alpha_1 GDP_{t-i} + \sum_{i=0}^q \alpha_2 HHI_{t-i} + \sum_{i=0}^r \alpha_3 ECC_{t-i} + \sum_{i=0}^s \alpha_4 EXP_{t-i} + \sum_{i=0}^u \alpha_5 INV_{t-i} + \sum_{i=0}^v \alpha_6 LAB_{t-i} + \varepsilon_t$$

Mô hình 2:

$$GDP_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \beta_1 GDP_{t-i} + \sum_{i=0}^q \beta_2 TET_{t-i} + \sum_{i=0}^r \beta_3 ECC_{t-i} + \sum_{i=0}^s \beta_4 EXP_{t-i} + \sum_{i=0}^u \beta_5 INV_{t-i} + \sum_{i=0}^v \beta_6 LAB_{t-i} + \varepsilon_t$$

Mô hình 3:

$$GDP_t = \mu_0 + \sum_{i=1}^p \mu_1 GDP_{t-i} + \sum_{i=0}^q \mu_2 TEW_{t-i} + \sum_{i=0}^r \mu_3 TEB_{t-i} + \sum_{i=0}^s \mu_4 ECC_{t-i} + \sum_{i=0}^u \mu_5 EXP_{t-i} + \sum_{i=0}^v \mu_6 INV_{t-i} + \sum_{i=0}^v \mu_6 LAB_{t-i} + \varepsilon_t$$

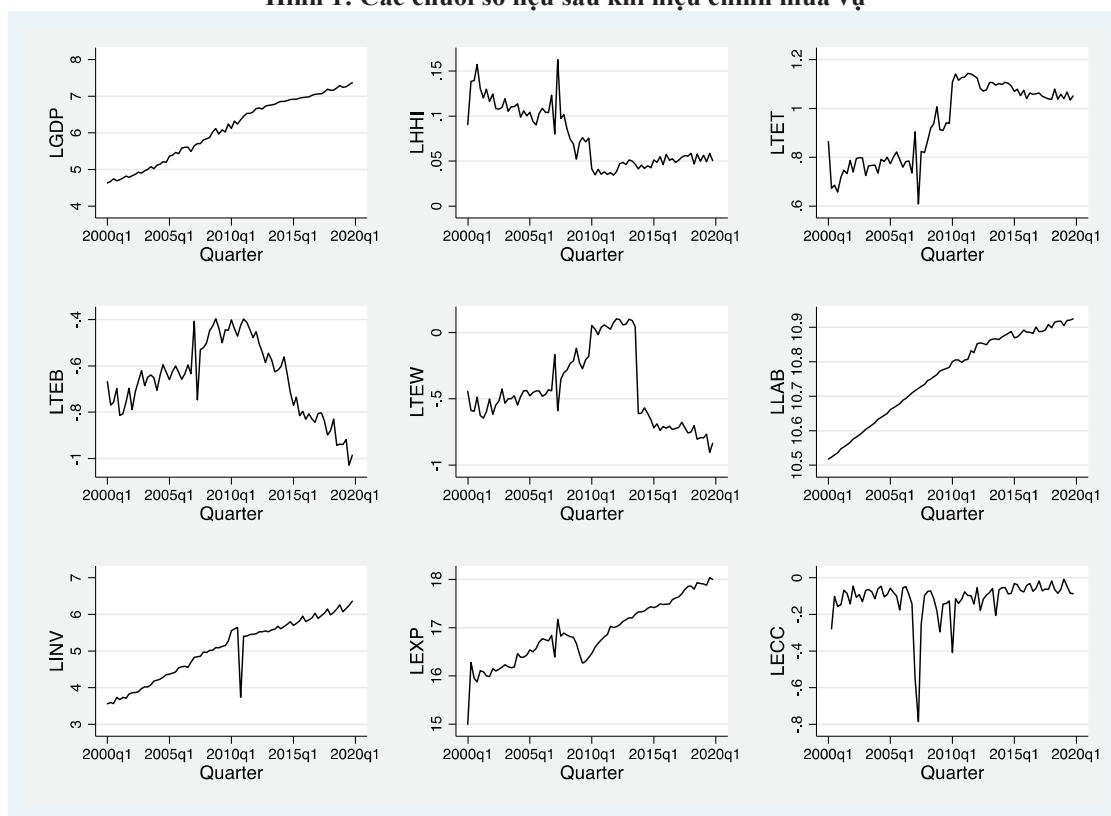
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Hiệu chỉnh mùa vụ và kiểm định tính dừng của các chuỗi số liệu

Các chuỗi số liệu sau khi log hóa được tiến hành hiệu chỉnh mùa vụ. Với chuỗi thời gian có tần suất theo quý, yếu tố mùa vụ thường xuất hiện và cần được loại bỏ để tránh ảnh hưởng đến đặc tính thật của chuỗi số liệu. Nghiên cứu hiệu chỉnh mùa vụ bằng phương pháp trung bình trượt. Kết quả cho thấy hai chuỗi GDP và INV có yếu tố mùa vụ rõ rệt nhất.

Ước lượng ARDL đòi hỏi bậc tích hợp của các biến phải là $I(0)$ hoặc $I(1)$. Để kiểm tra tính dừng và bậc tích hợp của các chuỗi số liệu, kiểm định nghiệm đơn vị ADF đã được sử dụng. Kết quả kiểm định nghiệm đơn vị cho thấy ngoại trừ biến ECC tích hợp bậc 0 hay $I(0)$, các biến số còn lại trong mô hình cùng tích hợp bậc 1 (Bảng 1).

Hình 1: Các chuỗi số liệu sau khi hiệu chỉnh mùa vụ



Nguồn: Tính toán của tác giả.

4.2. Kiểm định đường bao

Sự tồn tại của đồng liên kết trong dài hạn được kiểm chứng bằng kiểm định đường bao. Giá trị của thống kê F được sử dụng để xác định sự tồn tại của mối quan hệ dài hạn giữa biến phụ thuộc và biến độc lập. Kiểm định đường bao ARDL dựa trên giả thuyết H_0 : không tồn tại mối quan hệ dài hạn và giả thuyết thay thế H_1 :

Bảng 1: Kết quả kiểm định tính dừng

Biến số	Thống kê t	Biến số	Thống kê t	Kết quả
LGDP	-0,460	D.LGDP	-3,098**	I(1)
LLAB	-0,102	D.LLAB	-3,181**	I(1)
LINV	-2,459	D.LINV	-7,004***	I(1)
LEXP	-2,531	D.LEXP	-3,717***	I(1)
LECC	-3,373*	D.LECC	-6,428***	I(0)
LHHI	-1,498	D.LHHI	-4,472***	I(1)
LTET	-1,098	D.LTET	-4,384***	I(1)
LTEW	-0,568	D.LTEW	-3,079**	I(1)
LTEB	-1,559	D.LTEB	-4,525***	I(1)

Nguồn: Tính toán của tác giả.

tồn tại mối quan hệ dài hạn. Quyết định là chấp nhận H_0 nếu $F <$ giá trị tới hạn cho $I(0)$ hoặc bác bỏ H_0 nếu $F >$ giá trị tới hạn cho $I(1)$. Bảng 2 cho thấy giá trị thống kê F lớn hơn giá trị tới hạn đường bao trên ứng với mức ý nghĩa 5% cho thấy tồn tại mối quan hệ dài hạn giữa các biến ở mức ý nghĩa 5% ở cả ba mô hình.

4.3. Kết quả ước lượng tác động ngắn hạn và dài hạn

Kết quả ước lượng các hệ số ngắn hạn từ mô hình hiệu chỉnh sai số (ECM) và kết quả ước lượng các hệ số dài hạn của mô hình ARDL được trình bày tương ứng trong Bảng 3 và 4. Trong dài hạn, tồn tại cơ chế hiệu chỉnh sai số đối với cả ba mô hình, do hệ số hiệu chỉnh sai số (ADJ) âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%.

Bảng 2: Kết quả kiểm định đường bao

Kiểm định đường bao		10%		5%		1%		p-values	
		I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
Mô hình 1	F	2,323	3,535	2,746	4,077	3,697	5,279	0,000	0,000
	t	-2,515	-3,816	-2,843	-4,194	-3,493	-4,929	0,000	0,000
Mô hình 2	F	2,344	3,524	2,767	4,060	3,720	5,243	0,000	0,000
	t	-2,534	-3,843	-2,859	-4,216	-3,503	-4,939	0,000	0,000
Mô hình 3	F	2,131	3,325	2,488	3,790	3,289	4,818	0,000	0,003
	t	-2,535	-4,204	-2,861	-4,588	-3,508	-5,336	0,000	0,017

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Giá trị -0,451; -0,513 và -0,413 tương ứng ở ba mô hình cho thấy rằng độ lệch khỏi trạng thái cân bằng dài hạn sau một cú sốc ngắn hạn được điều chỉnh tương ứng khoảng 45,1%; 51,3% và 41,3% tại cuối mỗi thời kỳ. Nói cách khác, có sự hội tụ hướng tới trạng thái cân bằng dài hạn trong các mô hình.

Ở mức ý nghĩa 5%, trong ngắn hạn tập trung hóa xuất khẩu có tác động thuận chiều, đa dạng hóa xuất khẩu nói chung và đa dạng hóa theo chiều rộng có tác động ngược chiều tới tăng trưởng kinh tế. Tác động của mức độ ổn định của thành phần xuất khẩu là khác nhau giữa các mô hình. Ngoài ra, chưa thấy bằng chứng về tác động của xuất khẩu ở mức tổng tới tăng trưởng kinh tế.

Bảng 3: Kết quả ước lượng tác động ngắn hạn

Biến số	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3
LD.LGDP	-0,604*** (0,093)	-0,467*** (0,098)	-0,636*** (0,125)
L2D.LGDP	-0,425*** (0,104)	-0,325*** (0,109)	-0,447*** (0,139)
L3D.LGDP	-0,606*** (0,095)	-0,459*** (0,097)	-0,618*** (0,124)
D.LHHI	1,581*** (0,387)		
D.LTET		-0,208** (0,101)	
D.LTEB			-0,610*** (0,161)
LD.LTEB			-0,299* (0,157)
L2D.LTEB			-0,244** (0,118)
D.LEXP			-0,108 (0,071)
D.LECC	0,125** (0,060)		-0,158* (0,091)
LD.LECC	0,125** (0,058)		-0,087 (0,083)
L2D.LECC			-0,038 (0,073)
L3D.LECC			-0,152** (0,061)
D.LINV	0,041* (0,025)		-0,182*** (0,063)
LD.LINV			-0,197*** (0,053)
L2D.LINV			-0,128*** (0,037)
L3D.LINV			-0,076*** (0,025)
Constant	-15,149*** (5,304)	-22,670*** (5,287)	8,065 (9,798)
Số quan sát	75	75	75
R ²	0,707	0,621	0,758

Trong dấu () là sai số chuẩn; ***, **, và * lần lượt đại diện cho các mức ý nghĩa 1%, 5%, and 10%.

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả ước lượng dài hạn cho thấy các yếu tố thuộc về xuất khẩu có ảnh hưởng thuận chiều đến tăng trưởng kinh tế bao gồm xuất khẩu hàng hóa ở mức tổng, đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu nói chung, đa dạng hóa theo chiều rộng, đa dạng hóa theo chiều sâu. Chuyên môn hóa xuất khẩu, ngược lại, có ảnh hưởng ngược chiều tới tăng trưởng kinh tế, trong khi chưa tìm thấy bằng chứng về ảnh hưởng của mức độ ổn định thành phần xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế dài hạn.

4.4. Bàn luận về kết quả nghiên cứu

Xuất khẩu hàng hóa ở mức tổng có tác động tích cực đáng kể tới tăng trưởng kinh tế được thể hiện ở cả ba mô hình, cho thấy vai trò động lực của xuất khẩu đối với tăng trưởng kinh tế, khẳng định tính đúng đắn của chiến lược tăng trưởng kinh tế hướng về xuất khẩu mà Việt Nam đã xác định và theo đuổi. Kết quả này

Bảng 4: Kết quả ước lượng tác động dài hạn

	Biến số	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3
ADJ	L.LGDP	-0,451*** (0,073)	-0,513*** (0,083)	-0,413*** (0,108)
	LHHI	-7,534*** (1,559)	-	-
	LTET	-	0,909*** (0,208)	-
	LTEB	-	-	1,251** (0,508)
	LTEW	-	-	0,980*** (0,230)
	LECC	-0,224 (0,184)	0,181* (0,103)	0,506* (0,283)
	LEXP	0,384*** (0,073)	0,236*** (0,056)	0,641*** (0,194)
	LINV	0,051 (0,079)	0,104* (0,056)	0,775** (0,295)
	LLAB	3,128*** (0,871)	4,186*** (0,611)	-2,578 (2,942)

*Trong dấu () là giá trị của sai số chuẩn; ***, **, và * lần lượt đại diện cho các mức ý nghĩa 1%, 5%, and 10%.*

Nguồn: Tính toán của tác giả.

phù hợp với các nghiên cứu của Ahmad & cộng sự (2018) và Vogiatzoglou (2019). Theo đó, tăng cường xuất khẩu có vai trò động lực với tăng trưởng kinh tế Việt Nam, thậm chí đặc biệt nổi bật trong số bốn nước “đến sau” trong ASEAN-4

Sự thay đổi thành phần xuất khẩu, trong ngắn hạn, có ảnh hưởng thuận chiều với tăng trưởng kinh tế trong mô hình 1 và tác động ngược chiều tới tăng trưởng kinh tế trong mô hình 2. Như vậy, có thể kết luận tác động này là chưa rõ ràng. Trong dài hạn, chưa thấy bằng chứng về tác động của sự ổn định thành phần xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế. Điều này có thể là vì cơ cấu xuất khẩu có tính ổn định quá cao, đồng nghĩa với việc tính thích ứng với biến động thị trường thấp, thể hiện sự chậm đổi mới trong danh mục hàng hóa xuất khẩu so với sự thay đổi liên tục của nhu cầu thị trường.

Đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu có ảnh hưởng dài hạn, tích cực và đáng kể tới tăng trưởng kinh tế, nhưng trong ngắn hạn thì chuyên môn hóa mới là nhân tố có vai trò quan trọng. Nguyên nhân có thể là vì trong ngắn hạn, chuyên môn hóa giúp khai thác lợi thế so sánh của Việt Nam. Tuy nhiên, cơ cấu lợi thế so sánh cũng có sự chuyển dịch theo thời gian. Vì vậy, đa dạng hóa vừa giúp giảm rủi ro khi phụ thuộc quá nhiều vào một số mặt hàng, vừa giúp khai thác những lợi thế mới mà các ngành trong nền kinh tế đã nỗ lực xây dựng và trở thành động lực của tăng trưởng. Trên thực tế, Việt Nam đã đạt được thành tích xuất khẩu ngoạn mục, nâng tầm vị thế cạnh tranh quốc tế bằng cách chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu thông qua đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu (Mania & Rieber, 2019). Kết quả này tương tự nghiên cứu của Herzer & Nowak-Lehmann (2006) và Matezo & cộng sự (2021).

Đa dạng hóa theo chiều rộng trong ngắn hạn có thể có tác động tiêu cực, do việc bổ sung các nhóm hàng giai đoạn đầu có thể có những khó khăn nhất định khi sản phẩm chưa thực sự hoàn thiện, chưa phù hợp với nhu cầu thị trường, khó khăn trong việc tìm đối tác hoặc ít tạo ra sự kết nối với các lĩnh vực khác trong nền kinh tế. Tuy nhiên, về dài hạn các nhóm hàng mới này sẽ có khả năng nâng cao giá trị gia tăng, là nguồn bổ sung ngoại tệ quan trọng, giúp giảm rủi ro thị trường, kết nối với các ngành, lĩnh vực hỗ trợ và có liên quan, tăng ảnh hưởng lan tỏa. Việt Nam trong những năm gần đây đã khá thành công trong việc nâng cao hàm lượng giá trị gia tăng và giá trị thương mại của các sản phẩm xuất khẩu, ngay cả khi đó là những mặt hàng thô, sơ chế, các mặt hàng nông sản. Một số sản phẩm được đa dạng hóa ra khỏi lĩnh vực truyền thống đã bắt đầu phát huy vai trò trong nền kinh tế. Phương thức này cũng đã từng được chứng minh hiệu quả với các nước triển khai và đặc biệt quan trọng trong giai đoạn đầu đa dạng hóa như đã được lập luận bởi Bbaale & Mutenyo (2011) và Belkania (2020).

Đa dạng hóa theo chiều sâu, nhất là ở nhóm ngành chế biến, chế tạo, mặc dù có thể chưa thể hiện rõ tác động ngắn hạn, nhưng về dài hạn có tác động dài hạn tích cực tới tăng trưởng kinh tế, thậm chí lớn hơn

tác động của đa dạng hóa theo chiều rộng. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Cuaresma & Wörz (2005), Santos & cộng sự (2013), Vogiatzoglou (2019), những nghiên cứu đã khẳng định vai trò của nhóm hàng chế tạo, công nghệ, giá trị gia tăng cao. Tuy nhiên, nghiên cứu của Nguyễn Thị Thu Thủy & Hoàng Đức Thân (2015) đã kết luận không tìm thấy bằng chứng về tác động của đa dạng hóa xuất khẩu theo chiều sâu tới tăng trưởng kinh tế, khác với kết luận từ nghiên cứu này. Điều này có thể lý giải là vì nghiên cứu của Nguyễn Thị Thu Thủy & Hoàng Đức Thân (2015) được thực hiện cho giai đoạn 2000-2012, khi nền kinh tế vẫn còn đa dạng hóa theo chiều sâu ở mức độ hạn chế, ảnh hưởng lan tỏa chưa thực sự rõ nét. Trải qua gần 10 năm liên tục điều chỉnh cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng hiện đại với nhiều chính sách tích cực, kịp thời và hiệu quả, đa dạng hóa xuất khẩu theo chiều sâu đã thực sự trở thành một động lực quan trọng của tăng trưởng kinh tế và là định hướng đúng đắn trong chiến lược xuất khẩu của Việt Nam. Bằng chứng là tỷ trọng ngày càng tăng của nhóm hàng chế biến, chế tạo, nhóm hàng thâm dụng công nghệ (công nghệ cao, công nghệ số, công nghệ xanh), kỹ năng, kích thích các mối liên kết ngang và dọc trong nền kinh tế.

Trên bản đồ xuất khẩu của khu vực, Việt Nam trong những năm gần đây được hưởng lợi từ làn sóng dịch chuyển sản xuất từ các nước tiên tiến trong khu vực và cũng là một trong những quốc gia có sự hội nhập mạnh mẽ nhất vào chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) và thành công nhất trong việc cải thiện khả năng cạnh tranh. Chỉ số tham gia vào GVC của Việt Nam là 55,6% (cao hơn 14 điểm so với mức trung bình của các nước đang phát triển) với mức tăng trung bình trong việc tham gia vào GVC là 16,4% mỗi năm trong giai đoạn 2005-2015 (cao hơn 10 điểm so với trung bình của các nước đang phát triển). Bằng cách tham gia GVC, Việt Nam đã đạt được sự đa dạng hóa vượt bậc với việc phát triển và xuất khẩu các hàng hóa mới, đặc biệt là trong lĩnh vực điện tử (Mania & Rieber, 2019).

5. Kết luận

Nghiên cứu phân tích tác động ngắn hạn và dài hạn của xuất khẩu tới tăng trưởng kinh tế Việt Nam, thông qua sử dụng mô hình ARDL. Xuất khẩu được phân tích ở mức tổng thể và cụ thể ở cơ cấu xuất khẩu, bao gồm đặc điểm về đa dạng hóa/chuyên môn hóa cũng như sự thay đổi thành phần xuất khẩu. Kết quả nghiên cứu khẳng định tác động tích cực mạnh mẽ của xuất khẩu nói chung và cơ cấu xuất khẩu nói riêng tới tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Đa dạng hóa xuất khẩu theo chiều rộng và chiều sâu cùng thể hiện hiệu ứng tích cực tới tăng trưởng kinh tế, hàm ý rằng việc giữ cơ cấu thương mại cân bằng bằng cách đa dạng hóa xuất khẩu theo danh mục đầu tư là cần thiết để đạt được sự phát triển lâu dài và bền vững. Theo đó, xuất khẩu hàng hóa vẫn cần được coi là một nguồn quan trọng đối với tài trợ cho việc mở rộng các lĩnh vực sản xuất mà về bản chất có quy mô lớn hơn để kích thích các ngoại tác tích cực bao gồm chuyển giao công nghệ và tạo nền tảng cho tăng trưởng kinh tế theo chiều sâu. Cân đối giữa đa dạng hóa theo chiều rộng và đa dạng hóa theo chiều sâu có thể mang lại sự chuyển tiếp nhịp nhàng giữa các giai đoạn phát triển kinh tế, đồng thời tạo ra sự phát triển bền vững về mặt công nghệ theo hướng tiên tiến, hiện đại. Bởi vậy, chính sách đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu trong thời gian tới cần tiếp tục chú trọng tới vai trò của phát triển năng lực sản xuất, cơ sở hạ tầng, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu hài hòa, cân đối, gắn với mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế và phát triển kinh tế nói chung, như vẫn được luôn nhấn mạnh trong các chiến lược phát triển ngành và chiến lược phát triển kinh tế tổng thể của Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

- Ahmad, F., Umar Draz, M. & Yang, S.C. (2018), 'Causality nexus of exports, FDI and economic growth of the ASEAN5 economies: Evidence from panel data analysis', *The Journal of International Trade and Economic Development*, 27(6), 685-700.
- Arshed, N., Naushahi, M.M. & Ibrahim-Saeed, M.I. (2022), 'Non-linear export instability and economic growth: A case of Pakistan', *RISUS - Journal on Innovation and Sustainability*, 13(1), 60-71.

-
- Bajaj, P., Baris, K., Gonzales, P.G., Jabagat, C.R., Lazatin, J.E. & Tan, E. (2022), 'A case for value-added exports in the estimation of export diversification in Asia and the Pacific', *ADB Economics Working Paper Series No.650*, ADB, DOI: <http://dx.doi.org/10.22617/WPS220068-2>.
- Bashayreh, A., Alomari, M.W. & Abdelhadi, S. (2019), 'The impact of export instability on economic growth: sample of MENA countries', *International Journal of Economics and Business Research*, 18(4), 429-435.
- Bbaale, E. & Mutenyo, J. (2011), 'Export composition and economic growth in SubSaharan Africa: A panel analysis', *The Journal of Sustainable Development*, 6(1), 1-19.
- Belkania, D. (2020), 'Export structure and economic performance in transition economies', *European Research Studies Journal*, 23(1), 476-490.
- Belloumi, M. (2014), 'The relationship between trade, FDI and economic growth in Tunisia: An application of the autoregressive distributed lag model', *Economic Systems*, 38(2), 269-287.
- Carrasco, C.A. & Tovar-García, E.D. (2021), 'Trade and growth in developing countries: The role of export composition, import composition and export diversification', *Economic Change and Restructuring*, 54(4), 919-941.
- Cuaresma, J.C. & Wörz, J. (2005), 'On export composition and growth', *Review of World Economics*, 141(1), 33-49.
- Dreger, C. & Herzer, D. (2013), 'A further examination of the export-led growth hypothesis', *Empirical Economics*, 45(1), 39-60.
- Eicher, T.S. & Kuenzel, D. (2016), 'The elusive effects of trade on growth: Export diversity and economic take-off', *Canadian Journal of Economics*, 49(1), 264-295.
- Feenstra, R.C. & Kee, H.L. (2008), 'Export variety and country productivity: Estimating the monopolistic competition model with endogenous productivity', *Journal of International Economics*, 74(2), 500-518.
- Ghazouani, T., Boukhatem, J. & Yan Sam, C. (2020), 'Causal interactions between trade openness, renewable electricity consumption, and economic growth in Asia-Pacific countries: Fresh evidence from a bootstrap ARDL approach', *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 133, 1-12.
- Hausmann, R., Hwang, J. & Rodrick, D. (2007), 'What you export matters', *Journal of Economic Growth*, 12(1), 1-25.
- Herzer, D. & Nowak-Lehmann, D.F. (2006), 'What does export diversification do for growth? An econometric analysis', *Applied Economics*, 38(15), 1825-1838.
- Hesse, H. (2008), 'Export diversification and economic growth, commission on growth and development', *Working Paper No. 21*, World Bank, Washington, DC.
- Im, K.S., Pesaran, M.H. & Shin, Y. (2003), 'Testing for unit roots in heterogeneous panels', *Journal of Econometrics*, 115(1), 53-74.
- International Monetary Fund, The World Bank & World Trade Organization (2017), *Making trade an engine of growth for all: the case for trade and for policies to facilitate adjustment*, The World Bank, Washington, DC.
- Kaulich, F. (2012), 'Diversification vs specialization as alternative strategies for economic development: Can we settle a debate by looking at the empirical evidence?', *ISID Working Paper No. 03/2012*, United Nations Industrial Development Organization.
- Kočenda, E. & Poghosyan, K. (2018), 'Export sophistication: A dynamic panel data approach', *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(12), 2799-2814.
- Kong, Q., Peng, D., Ni, Y., Jiang, X. & Wang, Z. (2021), 'Trade openness and economic growth quality of China: Empirical analysis using ARDL model', *Finance Research Letters*, 38, 1-10.
- Mania, E. & Rieber, A. (2019), 'Product export diversification and sustainable economic growth in developing countries', *Structural Change and Economic Dynamics*, 51(C), 138-151.
- Mansor, H.I. & Amin, R.M. (2003), 'Export expansion, export structure and economic performance in Malaysia', *Asia Pacific Journal of Economics and Business*, 7(2), 89-110.
- Matezo, E.L., Makengo, B.M. & Muhole, A.M. (2021), 'The influence of export diversification on economic growth: A case of Southern African development community (SADC)', *American Journal of Industrial and Business Management*, 11, 829-845.
- Munir, K. & Javed, Z. (2018), 'Export composition and economic growth: Evidence from South Asian countries',
-

- Nguyễn Thị Thu Thủy & Hoàng Đức Thân (2015), 'Tăng trưởng kinh tế hướng về xuất khẩu của Việt Nam-Một phân tích thực nghiệm', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 213, 62-70.
- Pesaran, M.H., Shin, Y. & Smith, R. (2001), 'Bounds testing approaches to the analysis of level relationships', *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Rebelo, S. (1991), 'Long-run policy analysis and long-run growth', *Journal of Political Economy*, 99(3), 500-521.
- Ricardo, D. (1817), *On the principles of political economy and taxation*, John Murray, London.
- Rivera-Batiz, F.L. & Rivera-Batiz, L.A. (Eds., 2018), *International trade, capital flows and economic development*, World Scientific Publishing.
- Romer, P.M. (1990), 'Endogenous technological change', *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.
- Santos, P.G., Ribeiro, A.P. & Carvalho, V.M. (2013), 'Export-led growth in Europe: Where and what to export?', *FEP Working papers No. 479*, FEP.
- Shafiullah, M., Selvanathan, S. & Naranpanawa, A. (2017), 'The role of export composition in export-led growth in Australia and its regions', *Economic Analysis and Policy*, 53(3), 62-76.
- Sheridan, B.J. (2014), 'Manufacturing exports and growth: When is a developing country ready for transition from primary exports to manufacturing exports?', *Journal of Macroeconomics*, 42(1), 1-13.
- Sulaiman, A., Baharin, R. & Al-Hadi, A.A. (2019), 'Impact of import and export on GDP of Egypt: application of ARDL model', *International Journal of Asian Social Science*, 9(1), 1-10.
- Sunde, T. (2017), 'Foreign direct investment, exports and economic growth: ADRL and causality analysis for South Africa', *Research in International Business and Finance*, 41, 434-444.
- Syrquin, M. & Chenery, H. (1989), 'Three decades of industrialization', *The World Bank Economic Review*, 3(2), 145-181.
- Taylor, T.G. & Francis, B. (2003), 'Agricultural export diversification in Latin America and the Caribbean', *Journal of Agricultural and Applied Economics Supplement*, 35, 77-87.
- Van den Berg, H. & Lewer, J.J. (2015), *International trade and economic growth*, NY: Routledge, New York.
- Vogiatzoglou, K. (2019), 'Export composition and long-run economic growth impact: A cointegration analysis for ASEAN "Latecomer" economies', *Margin: The Journal of Applied Economic Research*, 13(2), 168-191.
- Wasim, M.P. (2003), 'Export instability and economic growth in Pakistan', *Global Business Review*, 4(2), 271-283.

ẢNH HƯỞNG CỦA KHÁC BIỆT VÙNG MIỀN TỚI PHONG CÁCH LÃNH ĐẠO TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

Lê Tiến Đạt

Trường Đại học Thương mại

Email: datlt@tmu.edu.vn

Mã bài: JED - 1110

Ngày nhận bài: 04/01/2023

Ngày nhận bài sửa: 08/03/2023

Ngày duyệt đăng: 09/03/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1110

Tóm tắt:

Khác biệt vùng miền được cho là ảnh hưởng mạnh mẽ tới phong cách của nhà lãnh đạo, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam khi khác biệt văn hóa miền Bắc và miền Nam là rõ nét. Bằng tiếp cận định tính, sử dụng kỹ thuật phỏng vấn bán cấu trúc, nghiên cứu điều tra chuyên sâu nhận thức, phản ánh sự lý giải cụ thể của 54 nhà quản trị doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam về ảnh hưởng của khác biệt vùng miền tới tính cách và phong cách lãnh đạo. Với tính cách quyết liệt, ưa thích quyền lực, lãnh đạo miền Bắc thường sử dụng phong cách chuyên quyền còn phong cách dân chủ tự do thường thấy ở lãnh đạo miền Nam. Bài viết đưa ra một số hàm ý cho các lãnh đạo để tận dụng thế mạnh, khắc phục điểm yếu trong phong cách đặc trưng của vùng miền mình. Nghiên cứu đóng góp về mặt lý thuyết khi làm rõ ảnh hưởng của các yếu tố khác biệt vùng miền tới phong cách lãnh đạo trong bối cảnh văn hóa của một quốc gia Đông Nam Á như Việt Nam.

Từ khóa: Lãnh đạo, phong cách lãnh đạo, khác biệt vùng miền, doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Mã JEL: M10, M12, M13, M14

Impacts of regional differences on leadership styles in Vietnamese SMEs

Abstract:

Regional differences are considered a factor that strongly influences leadership styles, especially in Vietnam, where the cultural difference between the North and the South is quite clear. With a qualitative approach, using the semi-structured interview technique, this study deeply investigates the perceptions and explanations of 54 Vietnamese small and medium enterprise (SME) managers of the influence of regional differences on personalities and leadership styles. Accordingly, Northern leaders tend to use an autocratic style, whereas Southern leaders often employ the democratic or laissez-faire style. The paper provides some implications for managers to take advantage of strengths and overcome weaknesses in typical leadership styles of their regions. Besides, the paper makes a theoretical contribution by clarifying the influence of regional differences on leadership styles in the cultural context of a Southeast Asian country like Vietnam.

Keywords: Leadership, leadership style, regional differences, SMEs.

JEL codes: M10, M12, M13, M14

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) Việt Nam đã thể hiện sự đóng góp to lớn của mình vào sự phát triển kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, một trong những điểm yếu của DNNVV Việt Nam là năng lực quản lý còn hạn chế. Do đó, các DNNVV này cần phải nâng cao kỹ năng lãnh đạo để tồn tại và phát triển trong môi trường toàn cầu cạnh tranh khốc liệt ngày nay (Nguyen, 2019). Để hỗ trợ các nhà quản trị (NQT) DNNVV Việt Nam nâng cao năng lực lãnh đạo, những gợi ý liên quan đến việc lựa chọn phong cách lãnh đạo (PCLĐ) phù hợp là vô cùng cần thiết. Các đặc điểm của văn hóa vùng miền Việt Nam cần được tính đến khi đưa ra các hàm ý quản trị vì chúng có ảnh hưởng lớn đến PCLĐ.

Lãnh đạo đóng một vai trò quan trọng trong sự thành công hay thất bại của các tổ chức vì nó có tác động mạnh mẽ tới động lực và sự gắn kết trong công việc của nhân viên (Ribeiro & cộng sự, 2018). Các nghiên cứu trước đây đã nhấn mạnh tầm quan trọng của PCLĐ phù hợp trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của cá nhân nói riêng và tổ chức nói chung (Kwanya & Stilwell, 2018).

Có thể nói, chủ đề về sự ảnh hưởng của các PCLĐ đến hiệu quả quản lý của tổ chức đã thu hút được sự quan tâm lớn của các học giả. Một số nghiên cứu đã xem xét nguyên nhân dẫn tới sự khác biệt trong PCLĐ của các NQT tại các vùng miền Việt Nam dưới góc độ văn hóa (Hardy & cộng sự, 2009; Phurong & Lockhart, 2011; Selvarajah & Meyer, 2020) hay dưới góc độ lịch sử (Ralston & cộng sự, 1999). Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu định tính nào khám phá chuyên sâu về sự khác biệt trong tính cách cũng như trong phong cách của các nhà lãnh đạo miền Bắc và miền Nam ở Việt Nam. Điều này đòi hỏi một nghiên cứu được thực hiện nhằm mục đích lấp đầy khoảng trống lý thuyết cũng như gợi ý những hàm ý cho các NQT trong việc sử dụng linh hoạt PCLĐ. Điều này càng có ý nghĩa đối với các NQT khi mở rộng kinh doanh trên phạm vi toàn quốc hay các NQT nước ngoài trong việc điều chỉnh hành vi lãnh đạo có hiệu quả nhất tại Việt Nam.

2. Cơ sở khoa học

2.1. Lãnh đạo và phong cách lãnh đạo

Theo Omolayo (2007), lãnh đạo được hiểu là một quá trình trong đó các NQT, với những tác động của mình, làm cho cấp dưới đóng góp một cách tự nguyện và nhiệt tình vào thành tích chung của tổ chức. PCLĐ là mẫu hành vi mà nhà lãnh đạo lựa chọn để tác động lên nhân viên, phản ánh cách thức họ dẫn dắt, định hướng và khuyến khích cấp dưới hoàn thành các mục tiêu đã đặt ra (Mayowa, 2009).

Một trong những nghiên cứu sớm nhất về hành vi lãnh đạo được thực hiện bởi Lewin & cộng sự (1939). Theo đó, PCLĐ được chia thành ba loại chính là chuyên quyền, dân chủ và tự do. Các nhà lãnh đạo chuyên quyền chủ yếu giao việc và hướng dẫn nhân viên cách thực hiện công việc mà ít lắng nghe ý kiến hay phản hồi của họ (Khan & cộng sự, 2015). Trong khi đó, các nhà lãnh đạo dân chủ thường đề cấp dưới tham gia trực tiếp vào quá trình ra quyết định và thường tập trung vào xây dựng các mối quan hệ cá nhân và nhóm trong công ty. Nhân viên được khuyến khích bày tỏ ý tưởng và đưa ra đề xuất, từ đó động lực làm việc, sự sáng tạo và sự tự tin của họ được thúc đẩy (Bojadjev & cộng sự, 2018). Phong cách tự do được đặc trưng bởi sự tham gia tối thiểu của người lãnh đạo vào các hoạt động của cấp dưới (Lewin & cộng sự, 1939; Krieger, 2001).

2.2. Sự khác biệt vùng miền và phong cách lãnh đạo tại Việt Nam

Sự khác biệt về PCLĐ giữa các vùng miền có thể được giải thích một phần bởi sự đa dạng văn hóa của Việt Nam. Nghiên cứu của Phurong & Lockhart (2011) nhấn mạnh tác động một phần của văn hóa Champa – nền văn hóa bị ảnh hưởng bởi văn hóa Ấn Độ – đối với văn hóa Việt Nam. Nghiên cứu này cũng lý giải cho sự giao thoa của nhiều nền văn hóa lâu đời tại Việt Nam, trong đó phải kể đến văn hóa Nho giáo truyền thống Đông Á và văn hóa ảnh hưởng của Phật giáo, tương tự như Lào, Campuchia và Thái Lan. Đặc biệt, những quan điểm về giá trị cá nhân và tập thể ở Việt Nam một phần phản ánh sự ảnh hưởng của văn hóa Ấn Độ và Trung Quốc tới các vùng miền khác nhau ở Việt Nam (Selvarajah & Meyer, 2020).

Selvarajah & Meyer (2020) lập luận rằng văn hóa miền Bắc Việt Nam chịu ảnh hưởng đáng kể của Nho giáo trong khi văn hóa miền Nam chịu ảnh hưởng của đạo Hindu/Phật giáo. Các hành vi lãnh đạo có thể theo hướng nhấn mạnh tính tập thể, đề cao sự chỉ dẫn và định hướng của người có vị thế cao hơn với người có vị thế thấp hơn như trong gia đình, hoặc theo hướng nhấn mạnh tính cá nhân, ở đó cái “Tôi” được đề cao. Xu hướng lãnh đạo đề cao tính tập thể phản ánh các giá trị của Nho giáo, trong khi đó, xu hướng lãnh đạo

đề cao tính cá nhân phản ánh giá trị của Phật giáo, thấy rõ nét hơn trong văn hóa miền Nam (Hardy & cộng sự, 2009).

Nghiên cứu của Selvarajah & Meyer (2020) chỉ ra rằng dưới ảnh hưởng của truyền thống Nho giáo, cấp trên mặc dù có xu hướng ra quyết định nhanh, độc lập nhưng họ luôn khéo léo thuyết phục cấp dưới theo quyết định của mình, thể hiện sự tôn trọng với tập thể, điều này thấy rõ nét trong hành vi của lãnh đạo miền Bắc, và thấy ít hơn trong hành vi của lãnh đạo miền Nam. Các nhà lãnh đạo miền Bắc có xu hướng bám sát mục tiêu và can thiệp nhiều và trực tiếp vào hoạt động của nhóm. Điều này cũng được cho là ảnh hưởng bởi cơ chế quản lý kinh tế tập trung trước đó.

Đặc trưng văn hóa Nho giáo liên quan tới hành vi cá nhân cũng được cho là dẫn tới sự khác biệt về phong cách giữa nhà lãnh đạo miền Bắc và miền Nam. Theo đó, các nhà lãnh đạo miền Nam thường thực dụng hơn, đối xử với mọi nhân viên như nhau, nhấn mạnh tới vai trò lãnh đạo hơn là ra lệnh chỉ huy, khoan dung hơn với những sai lầm của nhân viên, và thường không quá can thiệp vào công việc của nhân viên. Điều này được cho là xuất phát từ đặc tính đề cao tính cá nhân, sự độc lập của người miền Nam dưới ảnh hưởng của Phật giáo và ảnh hưởng của việc sớm tiếp xúc với văn hóa phương tây, trong khi đó văn hóa miền Bắc mang tính tập thể hơn, dưới ảnh hưởng của tư tưởng Nho giáo và các yếu tố lịch sử tại miền Bắc trước năm 1975 (Selvarajah & Meyer, 2020).

Bản tới yếu tố lịch sử, Việt Nam chính thức thống nhất vào năm 1975 sau khi chiến tranh kết thúc. Tuy nhiên, trước đó, mô hình kinh tế quan liêu bao cấp đã được duy trì hàng chục năm ở miền Bắc như chế độ công hữu về tư liệu sản xuất, về lao động tập thể, độc quyền của nhà nước về thương nghiệp và giá cả, về kế hoạch hóa tập trung. Trong khi đó, suốt hai thập kỷ cho đến năm 1975, miền Nam Việt Nam nằm dưới sự thống trị của Mỹ và phương Tây, phong cách quản lý cũng phần nhiều theo xu hướng đề cao tính dân chủ. Sau “Đổi mới” 1986, tư tưởng đề cao sự đổi mới và hội nhập quốc tế cũng bắt đầu được chứng kiến ở miền Bắc, trong khi đó các tư tưởng này đã có và được nhấn mạnh ở miền Nam từ trước đó (Ralston & cộng sự, 1999).

Nghiên cứu của Ralston & cộng sự (1999) cũng nhấn mạnh rằng các nhà quản lý miền Bắc thường tập trung vào hoàn thiện bản thân hơn các nhà lãnh đạo miền Nam. Họ cũng thường tự cho mình là trung tâm và không quá đề cao tư tưởng lãnh đạo đích thực – tư tưởng mà ở đó nhà lãnh đạo nuôi dưỡng sự gắn kết, niềm tin, sự hài lòng của nhân viên với tổ chức. Chính vì tư tưởng lãnh đạo đích thực ít được đề cao ở miền Bắc, nhân viên có xu hướng phục tùng nhà lãnh đạo mà không đòi hỏi sự điều chỉnh phù hợp từ phía nhà lãnh đạo của mình.

Khi so sánh giữa tư tưởng lãnh đạo miền Bắc và miền Nam Việt Nam, Shibai (2015) nhấn mạnh rằng lãnh đạo theo tư tưởng dân chủ miền Nam đáng tin cậy hơn. Theo Ariely & cộng sự (2014), các nhà lãnh đạo theo tư tưởng dân chủ miền Nam cũng ít cân nhắc lợi ích vật chất cá nhân và minh bạch hơn. Cá nhân người lao động miền Nam cũng mong đợi ở nhà lãnh đạo của họ các hành vi mang tính đạo đức cao hơn.

Sự khác biệt trong tư tưởng lãnh đạo miền Bắc và miền Nam dường như ít hơn khi xã hội ngày càng hiện đại. Đồng thời, theo nghiên cứu của các học giả như Quang & Vuong (2002), việc ấn định một phong cách đặc trưng theo vùng miền không nên quá khiên cưỡng. Theo đó, vẫn thấy không ít trường hợp nhà lãnh đạo miền Nam có tư tưởng chuyên quyền và phong cách dân chủ cũng được sử dụng bởi nhiều nhà lãnh đạo miền Bắc Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Trong các nghiên cứu nhằm điều tra nhận thức của người trả lời, phương pháp nghiên cứu định tính được cho là phù hợp nhất (Saunders & cộng sự, 2012). Nghiên cứu này được tiến hành nhằm mục đích xem xét ảnh hưởng của khác biệt vùng miền đến PCLĐ thông qua điều tra nhận thức của các NQT trong DNNVV Việt Nam. Trên cơ sở đó, một số hàm ý được đưa ra nhằm hỗ trợ cho các NQT trong việc nâng cao hiệu quả lãnh đạo của mình.

Câu hỏi sau đây được sử dụng làm cơ sở cho việc triển khai nghiên cứu: Các NQT trong DNNVV Việt Nam nhận thức như thế nào về sự ảnh hưởng của khác biệt vùng miền đến PCLĐ?

3.2. Thu thập dữ liệu

Kỹ thuật phỏng vấn sử dụng câu hỏi bán cấu trúc được thực hiện nhằm giúp nhà nghiên cứu có được sự hiểu biết sâu sắc hơn về chủ đề nghiên cứu khi đối tượng phỏng vấn được yêu cầu trả lời câu hỏi và giải thích cho những câu trả lời của mình (Bryman & Bell, 2011; Saunders & cộng sự, 2012).

Trong nghiên cứu này, 54 NQT, bao gồm 32 nam (chiếm 59,26%) và 22 nữ (chiếm 40,74%) đã tham gia vào các cuộc phỏng vấn. Các NQT này kinh doanh ở các lĩnh vực khác nhau như xây dựng, giáo dục, xuất khẩu cà phê, bất động sản... Các đối tượng phỏng vấn được giới thiệu thông qua các mối quan hệ cá nhân của nhà nghiên cứu, cũng như từ sự giới thiệu của đối tượng phỏng vấn trước đó, phản ánh tính hữu ích của phương pháp quả cầu tuyết.

Nhằm hỗ trợ cho việc triển khai các cuộc phỏng vấn, một bảng hỏi phỏng vấn đã được phát triển từ tổng quan nghiên cứu liên quan tới sự ảnh hưởng của khác biệt vùng miền tới PCLĐ. Tuy nhiên, trong quá trình phỏng vấn, bên cạnh các câu hỏi được thiết kế sẵn, nhiều câu hỏi phụ được bổ sung nhằm tìm hiểu sâu hơn quan điểm của người được phỏng vấn.

3.3. Phân tích dữ liệu

Theo Creswell (2014), để phân tích dữ liệu định tính, các nhà nghiên cứu thường sử dụng quy trình từng bước để hệ thống hóa việc phân tích dữ liệu. Theo đó, nhà nghiên cứu sắp xếp dữ liệu, đọc sơ bộ tổng thể dữ liệu, mã hóa, phát triển các chủ đề chính và phụ, tổ chức dữ liệu theo các chủ đề nhằm phục vụ cho việc miêu tả và diễn giải kết quả định tính.

Trong mã hóa dữ liệu sơ cấp định tính, phần mềm QSR Nvivo được sử dụng. Theo đó, các chủ đề chính và phụ được sử dụng làm “mã” của Nvivo. Các “đơn vị dữ liệu” từ các bản phiên phỏng vấn được chiết xuất, phù hợp với việc mã hóa theo các chủ đề chính và phụ. Các “đơn vị dữ liệu” này có thể là một từ, một câu, một vài câu, hay là một đoạn trích từ bản phiên phỏng vấn. Dưới mỗi mã, các quan điểm tương tự của đối tượng trả lời phỏng vấn về cùng một chủ đề được hội tụ. Trong quá trình sắp xếp dữ liệu, một số chủ đề mới được phát triển thêm, một số chủ đề với nội dung tương tự được gộp lại. Trong nghiên cứu này, dưới mã/chủ đề chính “tính cách nhà lãnh đạo” là một số mã/chủ đề phụ như “tham vọng”, “quyết liệt”, “độc đoán”, “chuyên quyền”, “tham vọng” hay “thần thiện”, “dân chủ”, “tự do”, “nhiệt tình”, “đáng tin cậy”. Đồng thời, dưới mã/chủ đề chính “phong cách nhà lãnh đạo” là một số mã/chủ đề phụ như “thể hiện vai trò thủ lĩnh”, “áp đặt suy nghĩ lên nhân viên”, “giữ khoảng cách với nhân viên” hay “gần gũi, khích lệ nhân viên”.

Kết quả nghiên cứu được trình bày dưới dạng mô tả, dựa trên chủ đề chính và phụ, các ví dụ, các quan điểm đa chiều của người trả lời phỏng vấn. Một số bình luận được trích dẫn trực tiếp, làm cho người đọc cảm nhận được “cảm xúc” của người trả lời, và cũng làm cho việc miêu tả các tình huống thực tế trở nên sống động hơn, tăng thêm tính thuyết phục cho dữ liệu định tính.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tính cách và phong cách của nhà lãnh đạo miền Bắc

4.1.1. Tính cách nhà lãnh đạo miền Bắc

Theo các NQT trong nghiên cứu này, các nhà lãnh đạo miền Bắc thường quyết liệt, nhưng nguyên tắc, bảo thủ, cục bộ và có chút hơi hướng tính toán lợi ích. Họ thường nghi ngờ về PCLĐ độc đoán, đặc biệt là những nhà lãnh đạo nam. Một NQT chia sẻ:

“Văn hóa miền Bắc thường có tư tưởng trọng nam khinh nữ, theo đó, nam giới thường thích thể hiện vai trò và sức mạnh của mình. Chính điều này làm cho các lãnh đạo nam miền Bắc thường chuyên quyền độc đoán.” (M.5)

Lãnh đạo miền Bắc, đặc biệt là lãnh đạo nữ được nhận xét là những người sâu sắc, khiêm tốn nhưng cũng có tính bảo thủ và chút lặt lặt trong tính cách. Một NQT chia sẻ:

“Miền Bắc thường trọng học vấn, tri thức, truyền thống và phụ nữ miền Bắc cũng thường kín đáo, khép kín bởi lối tư duy xưa.” (M.8)

Nhìn chung, lãnh đạo miền Bắc được đánh giá cao bởi sự khéo léo trong giao tiếp. Họ thường là những người cẩn thận, tỉ mỉ, cẩn chu trong công việc, vì vậy họ cũng hay để ý chi tiết và có đòi hỏi cao đối với nhân viên. Một NQT chia sẻ:

“Lãnh đạo miền Bắc thường ít nói thẳng với nhân viên, họ thường hay nói giảm, nói tránh, nhưng đòi hỏi nhân viên hiểu ý và phải theo ý của họ.” (M.44)

Một đặc điểm khác thường thấy ở các nhà lãnh đạo miền Bắc là họ thường tham vọng, thích chức danh và địa vị. Một NQT chia sẻ:

“Người miền Bắc thường có tham vọng trở thành nhà lãnh đạo. Họ mong muốn được công nhận, được người khác nhìn nhận họ là nhà lãnh đạo và giữ khoảng cách khi họ là nhà lãnh đạo.” (M.19)

4.1.2. Phong cách nhà lãnh đạo miền Bắc

Trong công việc, các nhà lãnh đạo miền Bắc thường giám sát sâu và chặt chẽ với nhân viên nhằm nắm được công việc một cách tốt nhất. Các nhà lãnh đạo này thường thể hiện khá tốt quyền lực và vai trò thủ lĩnh của mình. Họ muốn là một “người quan trọng” trong tổ chức. Một NQT chia sẻ:

“Trong các quyết định, các nhà lãnh đạo miền Bắc luôn muốn đóng vai trò chủ chốt. Họ thường ra quyết định dứt khoát, yêu cầu cấp dưới phải tuyệt đối tuân theo.” (M.1)

Các nhà lãnh đạo miền Bắc thường thiên về PCLĐ chuyên quyền, tự mình đưa ra ý kiến và quyết định, định hướng cho nhân viên đi theo suy nghĩ của mình. Một NQT chia sẻ:

“Các nhà lãnh đạo miền Bắc thường áp đặt, ép buộc nhân viên khá nhiều trong công việc.” (M.23)

Trong giao tiếp, các nhà lãnh đạo miền Bắc cũng thường quy cách và khó gần. Họ chú trọng xây dựng và giữ gìn hình ảnh một người “Sếp”, cả về vẻ bề ngoài và cả trong mối quan hệ với cấp dưới. Họ thường có những hành vi thể hiện khoảng cách và quyền lực với nhân viên. Họ cũng thường có xu hướng khép kín, khó tiếp cận, đặc biệt là họ ít chia sẻ những vấn đề mang tính cá nhân với nhân viên. Một NQT chia sẻ:

“Lãnh đạo miền Bắc thường không chú trọng quá nhiều đến việc gắn kết với nhân viên. Họ hết giờ làm là về nhà, chỉ ít khi đi nhậu với nhân viên. Một phần vì họ thấy không cần thiết phải làm thế, một phần họ cũng là những người sống tiết kiệm.” (M.36)

Các nhà lãnh đạo miền Bắc được đánh giá là những người khéo léo, tinh tế, cẩn trọng trong ngôn từ và cách hành xử. Lãnh đạo thường cố gắng hiểu “ẩn ý” của nhân viên và nhân viên cũng thường được yêu cầu phải chú ý hơn trong giao tiếp với lãnh đạo, để tránh “ngang hàng”, từ đó làm cho “khoảng cách” càng lớn hơn. Một NQT chia sẻ:

“Trong giao tiếp, tôi không thể thoải mái nói ra hết những điều mình nghĩ và mình muốn với nhân viên. Tôi phải quan sát hành vi, chú ý ngữ điệu để đoán được ý muốn và phản ứng của nhân viên.” (M.11)

Tuy nhiên, các nhà lãnh đạo miền Bắc cũng được cho là coi trọng tình cảm. Họ quan tâm tới các khó khăn trong cuộc sống của nhân viên. Họ giao việc nhưng cũng biết cách đề động viên nhân viên hoàn thành công việc.

4.2. Tính cách và phong cách của nhà lãnh đạo miền Nam

4.2.1. Tính cách nhà lãnh đạo miền Nam

Có thể nói các nhà lãnh đạo miền Nam là những người phóng khoáng, thân thiện, thoải mái, do vậy, PCLĐ của họ thường theo hướng dân chủ, tự do. Một NQT chia sẻ:

“Ảnh hưởng nhiều bởi văn hóa phương Tây, các nhà lãnh đạo miền Nam thường có tính cách thẳng thắn và cách làm việc cởi mở.” (M.44)

Tuy nhiên, các nhà lãnh đạo miền Nam cũng được cho là có tính nghệ sĩ, mau nản chí, ít kiên trì trong theo đuổi mục tiêu. Họ dễ thương, hòa đồng, nhưng vì thế mà họ dễ dàng đánh mất đi tinh thần thủ lĩnh của mình.

4.2.2. Phong cách nhà lãnh đạo miền Nam

Trong làm việc với nhân viên, lãnh đạo miền Nam thường không quá đề cao vị trí “Sếp” của mình mà dành nhiều sự quan tâm cho thành quả của bản thân và công việc. Họ không quản lý nhân sự quá chặt chẽ mà quan tâm nhiều tới năng suất và hiệu quả làm việc của nhân viên. Một NQT chia sẻ:

“Tôi thấy PCLĐ của các sếp miền Nam giống các nước phương Tây. Họ không quản lý chặt chẽ nhân sự như miền Bắc. Họ chỉ quan tâm khối lượng sản phẩm và trả lương theo ngày làm và tay nghề.” (M.14)

Đặt trong môi trường kinh doanh năng động, nhà lãnh đạo miền Nam cũng thường thoáng hơn trong tính

cách, hướng ngoại và dễ gần hơn. Do vậy, họ cũng thường tạo điều kiện cho nhân viên sáng tạo và chủ động đưa ra ý kiến. Một NQT chia sẻ:

“Lãnh đạo miền Nam thường phóng khoáng và thẳng thắn hơn. Mối quan hệ của họ với nhân viên cũng gần gũi hơn, quản lý nhân viên theo chiều hướng cởi mở, trao đổi tự do với nhân viên.” (M.12)

Lãnh đạo miền Nam cũng được biết tới là những người thân thiện, coi nhân viên như người thân. Họ thể hiện sự nhẹ nhàng trong cả lời nói và hành động, thu hút nhân viên bởi sự chân thành. Một NQT chia sẻ:

“Sự chân thành trong cách sống và làm việc của lãnh đạo miền Nam là điều khiến đa số nhân viên tin tưởng và yêu thích hơn. Họ vừa là “Sếp”, vừa là bạn, gần gũi và thân thiện.” (M.45)

Chính vì khoảng cách lãnh đạo–nhân viên không quá lớn nên PCLĐ của họ cũng dân chủ hơn. Họ không bị tư tưởng “Sếp” luôn đúng và nói gì nhân viên cũng phải nghe. Một NQT chia sẻ:

“Điểm nổi bật trong PCLĐ của lãnh đạo miền Nam là sự thẳng thắn. Lãnh đạo và nhân viên có thể tranh luận với nhau vì hiệu quả công việc và vì sự phát triển chung của tổ chức.” (M.29)

Lãnh đạo miền Nam cũng có xu hướng tăng cường giao tiếp và chia sẻ với nhân viên. Họ bộc trực hơn, nghĩ gì nói vậy. Một NQT chia sẻ:

“Lãnh đạo miền Nam giao tiếp và hành động một cách tự nhiên, không suy nghĩ nhiều và không làm “phức tạp hóa vấn đề”. Họ thật thà, nhất quán trong lời nói và hành động.” (M.11)

Khía cạnh công việc luôn được lãnh đạo miền Nam coi trọng, họ giao việc minh bạch và nêu rõ yêu cầu trước khi giao việc, đồng thời đánh giá hiệu quả công việc dựa trên các tiêu chuẩn rõ ràng. Một NQT chia sẻ:

“Lãnh đạo miền Nam luôn hành động theo nguyên tắc đặt hiệu quả công việc lên hàng đầu và ít khi gắn liền với yếu tố tình cảm. Phong cách này bị ảnh hưởng bởi đặc trưng văn hóa phương Tây và đã tồn tại trong miền Nam một thời gian dài.” (M.14)

4.3. Một số quan điểm khác về ảnh hưởng khác biệt vùng miền tới phong cách lãnh đạo

Theo quan điểm của một số NQT trong nghiên cứu này, sự khác biệt về PCLĐ của các NQT đến từ vùng miền khác nhau là có nhưng không nhiều. Điều này trước hết được giải thích bởi sự giao thoa văn hóa vùng miền ngày càng mạnh mẽ ở Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh phương tiện truyền thông phát triển như hiện nay. Sự khác biệt đó thường chỉ thấy ở những lãnh đạo thế hệ cũ và bị xóa mờ ở những lãnh đạo thế hệ mới. Một NQT chia sẻ:

“Việc trao đổi thông tin giữa các vùng miền, thậm chí giữa Việt Nam và nước ngoài ngày càng trở nên dễ dàng. Nhà lãnh đạo các vùng miền có nhiều cơ hội tiếp xúc và học hỏi lẫn nhau. Từ đó, họ có thể lựa chọn, thậm chí kết hợp nhiều PCLĐ để hình thành PCLĐ phù hợp nhất với bản thân mình.” (M.15)

Ngoài ra, theo quan điểm của một số NQT, PCLĐ không chỉ bị ảnh hưởng bởi yếu tố vùng miền mà còn bởi nhiều yếu tố khác. Vì thế, tư tưởng nhà lãnh đạo miền Bắc luôn chuyên quyền, lãnh đạo miền Nam luôn dân chủ tự do không hẳn là đúng. Một NQT chia sẻ:

“Tôi là một người miền Bắc, sinh ra trong một gia đình có văn hóa gia trưởng nhưng tôi lại khá cởi mở. Điều này có lẽ là do tôi được đi du học nước ngoài về, rồi trong công việc đi công tác nhiều, nên các yếu tố này ảnh hưởng đến PCLĐ của tôi. Tôi là người luôn đề cao kết quả công việc hơn là kiểm soát quá trình thực hiện.” (M.2)

Theo quan điểm của không ít NQT, PCLĐ bị ảnh hưởng rất nhiều bởi kiến thức, sự hiểu biết và trải nghiệm của bản thân nhà lãnh đạo. Họ lựa chọn PCLĐ phù hợp với tổ chức mà họ quản lý, hài hòa giữa đặc điểm cá nhân và đặc điểm tổ chức. Sau một thời gian tích lũy kinh nghiệm, họ thường tìm ra được PCLĐ phù hợp nhất với bản thân mình. PCLĐ đó giúp cho họ ra được những quyết định đúng đắn, giải quyết công việc nhanh chóng và hiệu quả. Một NQT chia sẻ:

“Theo tôi sự ảnh hưởng vùng miền không quá nhiều. Nhà lãnh đạo thường được tôi luyện qua thời gian, công việc và vị trí. Bản thân họ đã rút ra được nhiều kinh nghiệm trong thực tiễn, từ đó lựa chọn cho họ phong cách phù hợp nhất với môi trường mà họ quản lý.” (M.32)

Một số NQT nhấn mạnh rằng PCLĐ là sự kết tinh của phẩm chất và năng lực của nhà lãnh đạo. Đặc biệt, sự linh hoạt trong PCLĐ là một sự đòi hỏi, nhất là trong những thời điểm mà môi trường kinh doanh có

nhiều biến động. Một NQT chia sẻ:

“Thời kỳ Covid, khi mà nhiều công ty gặp khó khăn, nhà lãnh đạo phải là người thực sự bản lĩnh, quyết đoán, nhạy bén và linh hoạt. Đây là sự đòi hỏi đối với các nhà lãnh đạo ở mọi miền, nếu họ muốn tồn tại.”
(M.54)

5. Thảo luận

Trong nghiên cứu này, các NQT đã chia sẻ góc nhìn của họ về sự khác biệt trong PCLĐ của các nhà lãnh đạo từ các vùng miền khác nhau của Việt Nam. Theo đó, về tính cách, các nhà lãnh đạo miền Bắc thường tham vọng và chuyên quyền hơn, trong khi đó các nhà lãnh đạo miền Nam có xu hướng dân chủ và cởi mở hơn. Lãnh đạo miền Bắc thường tập trung xây dựng hình ảnh người thủ lĩnh, nắm quyền lực và là người quan trọng trong tổ chức. Lãnh đạo miền Nam lại thường không màng quá nhiều tới vị trí lãnh đạo mà quan tâm nhiều hơn tới kết quả và hiệu quả công việc. Phát hiện này có nét tương đồng với quan điểm của Ralston & cộng sự (1999) khi nhấn mạnh tới sự tập trung phát triển hình ảnh “Sếp” của lãnh đạo miền Bắc.

Lãnh đạo miền Bắc cũng được cho là thường áp đặt nhân viên theo quan điểm của mình. Trong khi đó, lãnh đạo miền Nam thường khuyến khích, tạo điều kiện cho nhân viên đưa ra ý kiến của mình. Phát hiện này ủng hộ quan điểm của Selvarajah & Meyer (2020) về việc ra quyết định độc lập, can thiệp sâu vào công việc của nhân viên, tuy nhiên, vẫn khéo léo thuyết phục cấp dưới tuân thủ mệnh lệnh của lãnh đạo miền Bắc.

Trong giao tiếp, lãnh đạo miền Bắc luôn giữ khoảng cách với nhân viên, trong khi đó, lãnh đạo miền Nam thường thích chia sẻ với nhân viên và sẵn sàng tranh luận khi không cùng quan điểm. Phát hiện này, ở một mức độ nhất định, ủng hộ quan điểm của Ralston & cộng sự (1999) khi nhấn mạnh về tư tưởng “nhân vật trung tâm”, sự không đề cao tư tưởng “lãnh đạo đích thực”, và mong muốn cấp dưới phục tùng của lãnh đạo miền Bắc cũng như quan điểm của Selvarajah & Meyer (2020) khi miêu tả lãnh đạo miền Nam có xu hướng xây dựng tư tưởng lãnh đạo thực chất hơn là ra lệnh chỉ huy. Nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng lãnh đạo miền Nam cũng thường giao việc minh bạch hơn, trao đổi rõ ràng hơn, và điều này cũng có nét phù hợp với kết quả nghiên cứu của Shibai (2015) và Ariely & cộng sự (2014).

Các NQT tham gia nghiên cứu này cũng chia sẻ quan điểm cùng Quang & Vuong (2002) cho rằng sự phân biệt về PCLĐ giữa các vùng miền không nên quá cứng nhắc. Điều này được các NQT tham gia nghiên cứu giải thích bởi sự giao thoa văn hóa vùng miền, bởi các yếu tố khác ngoài vùng miền tác động mạnh tới PCLĐ, cũng như bởi các tố chất cần thiết, sự hoàn thiện bản thân của mỗi nhà lãnh đạo hiệu quả.

Nghiên cứu này có thể được coi là một trong những nghiên cứu định tính chuyên sâu đầu tiên về sự khác biệt trong tính cách và PCLĐ giữa NQT miền Bắc và miền Nam Việt Nam. Vì vậy, bên cạnh một số nét tương đồng với các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này đưa ra quan điểm, sự giải thích cụ thể, đặc biệt là kinh nghiệm của bản thân đối tượng phỏng vấn về sự khác biệt trong tính cách và phong cách, trong sự tương tác giữa bản thân NQT và nhân viên dưới quyền.

6. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu này tìm hiểu ảnh hưởng của khác biệt vùng miền tới PCLĐ tại DNNVV Việt Nam và thể hiện sự đóng góp cả về mặt lý luận và thực tiễn. Theo đó, nghiên cứu củng cố các quan điểm về sự khác biệt vùng miền khi cho rằng lãnh đạo miền Bắc thường có xu hướng theo PCLĐ độc đoán chuyên quyền, trong khi đó, các nhà lãnh đạo miền Nam thường sử dụng PCLĐ dân chủ và tự do. Trong quan hệ với nhân viên, lãnh đạo miền Bắc quan tâm nhiều hơn tới việc xây dựng và thể hiện vai trò thủ lĩnh, giữ khoảng cách với nhân viên và áp đặt quan điểm cá nhân nhiều hơn lãnh đạo miền Nam. Do vậy, nhân viên DNNVV miền Bắc có xu hướng phục tùng và nhân viên DNNVV miền Nam được khuyến khích đưa ra quan điểm cá nhân nhiều hơn. Mặt khác, nghiên cứu này cũng một phần giải thích cho sự ảnh hưởng của các yếu tố khác ngoài yếu tố vùng miền tới PCLĐ như các yếu tố thuộc về bản thân nhà lãnh đạo.

Nghiên cứu cũng mang lại nhiều bài học thiết thực cho các DNNVV cũng như các cơ sở đào tạo trong việc hỗ trợ các NQT nâng cao hiệu quả lãnh đạo. Hiểu được sự khác biệt vùng miền trong PCLĐ, các NQT sẽ có sự điều chỉnh để hạn chế được những điểm yếu, phát huy điểm mạnh, học tập lẫn nhau, từ đó hoàn thiện bản thân nhằm nâng cao hiệu quả, đặc biệt khi mở rộng công ty ra phạm vi toàn quốc.

Sự dân chủ và thoải mái trong PCLĐ của các NQT miền Nam là một điều rất đáng học hỏi nhằm mang

lại cho nhân viên sự thoải mái, tin tưởng, nâng cao hiệu quả trong giao tiếp và làm việc. Nhân viên trong hoàn cảnh đó sẽ mạnh dạn sáng tạo, đóng góp sáng kiến cho nhà lãnh đạo, từ đó nhà lãnh đạo có thể tận dụng được sức mạnh tập thể. Điều này là rất cần thiết trong bối cảnh hội nhập quốc tế, cần sự chuyên nghiệp cao. Tuy nhiên, sự quyết đoán của lãnh đạo miền Bắc cũng là một điểm các NQT cần noi theo. Việc rạch ròi trong quan hệ lãnh đạo - nhân viên cũng là một điểm cần thiết trong môi trường làm việc tại Việt Nam, làm cho người lao động có ý thức kỷ luật tốt hơn trong công việc. Chính vì thế, việc học hỏi giao lưu lẫn nhau là một gợi ý cho các nhà lãnh đạo. Đồng thời, các tổ chức có thể xây dựng đội ngũ lãnh đạo đến từ cả hai miền, tận dụng được thế mạnh trong lãnh đạo của họ, điều này có thể mang lại hiệu quả trên mức mong đợi.

Nghiên cứu này cũng tồn tại những hạn chế, thiếu sót mà những nghiên cứu tiếp theo có thể bổ sung. Trước tiên, nghiên cứu chỉ tìm hiểu quan điểm của các nhà NQT, mà chưa tìm hiểu quan điểm của đội ngũ nhân viên. Nghiên cứu cũng chỉ dựa vào phương pháp nghiên cứu định tính, do vậy, nghiên cứu tiếp theo có thể dựa vào kết quả nghiên cứu này để triển khai nghiên cứu định lượng diện rộng, từ đó kiểm chứng mối quan hệ giữa sự khác biệt vùng miền và PCLĐ.

Phụ lục: Danh sách đối tượng phỏng vấn

Mã	Giới tính	Vị trí	Lĩnh vực hoạt động
M.01	Nam	Giám đốc	Giải pháp sáng tạo
M.02	Nữ	Giám đốc	Xây dựng
M.03	Nam	Giám đốc	Xây dựng & Dịch vụ
M.04	Nữ	Phó giám đốc	Cơ khí
M.05	Nam	Giám đốc	Dịch vụ
M.06	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ
M.07	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ máy văn phòng
M.08	Nữ	Giám đốc	Đầu tư & Thương mại quà tặng
M.09	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ
M.10	Nữ	Giám đốc	Điện nước
M.11	Nam	TP. Kinh doanh	Xây lắp & Dầu khí
M.12	Nam	TP. Kinh doanh	Lâm nghiệp
M.13	Nam	TP. Kinh doanh	Xây lắp & Dầu khí
M.14	Nam	Giám đốc	Xây dựng
M.15	Nữ	Phó giám đốc	Bất động sản
M.16	Nam	Giám đốc	Đào tạo & Phát triển nguồn nhân lực
M.17	Nữ	Giám đốc	Đào tạo Anh ngữ
M.18	Nam	Giám đốc	Dịch vụ phần mềm
M.19	Nữ	TP. Kinh doanh	Bất động sản
M.20	Nam	Giám đốc	Xuất nhập khẩu
M.21	Nam	Phó giám đốc	Công nghệ
M.22	Nam	Giám đốc	Dịch vụ
M.23	Nam	Giám đốc	Xuất khẩu cà phê
M.24	Nam	Giám đốc	Xuất khẩu nông sản
M.25	Nữ	TP. Kinh doanh	Bảo hộ lao động
M.26	Nữ	TP. Kinh doanh	Dịch vụ
M.27	Nam	Phó giám đốc	Dịch vụ

M.28	Nữ	Phó giám đốc	Ngân hàng
M.29	Nam	Giám đốc	Truyền thông & Giải trí
M.30	Nữ	Giám đốc	Truyền thông & Giải trí
M.31	Nữ	TP. Kinh doanh	Dịch vụ
M.32	Nam	Phó giám đốc	Thương mại & Dịch vụ
M.33	Nam	Giám đốc	Khách sạn
M.34	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ
M.35	Nam	TP. Kinh doanh	Đồ gia dụng
M.36	Nam	TP. Kinh doanh	Dịch vụ
M.37	Nữ	Giám đốc	Đào tạo
M.38	Nam	Giám đốc	Thiết kế & In ấn
M.39	Nam	Giám đốc	Dịch vụ
M.40	Nam	Giám đốc	Dịch vụ
M.41	Nam	Giám đốc	Công nghệ
M.42	Nữ	Giám đốc	Luật
M.43	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ
M.44	Nam	Giám đốc	Xây dựng
M.45	Nam	Giám đốc	Bao bì
M.46	Nam	Giám đốc	Xây dựng
M.47	Nam	Giám đốc	Thực phẩm
M.48	Nữ	TP. Kinh doanh	Hóa chất
M.49	Nam	Giám đốc	Đá xây dựng
M.50	Nam	Giám đốc	Nông nghiệp & Năng lượng tái tạo
M.51	Nữ	Giám đốc	Đầu tư xây dựng & Khoáng sản
M.52	Nam	Giám đốc	Sơn
M.53	Nữ	TP. Kinh doanh	Xây dựng
M.54	Nam	Giám đốc	Máy công nghiệp

Tài liệu tham khảo

- Ariely, D., Garcia-Rada, X., Hornuf, L. & Mann, H. (2014), 'The (True) Legacy of Two Really Existing Economic Systems', *Munich Discussion Paper*, Retrieved March 9, 2023, from <http://epub.ub.uni-muenchen.de/20974/>
- Bojadjev, M., Tomovska-Misoska, A., Mirocevic, B. & Stefanovska-Petkovska, M. (2018), 'Organizational Culture and the "Voice" of Small Enterprises in the Electrical Engineering Service Sector in the Republic of Macedonia', *Universal Journal of Management*, 6(8), 263-272.
- Bryman, A. & Bell, E. (2011), *Business Research Methods* (3rd Ed.), Oxford University Press, USA.
- Creswell, JW. (2014), *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (4th Ed.), SAGE Thousand Oaks Calif.
- Hardy, A., Cucarzi, M. & Zolese, P. (2009), *Champa and the Archaeology of My Son*, NUS Press, Singapore.
- Khan, M. S., Khan, I., Qureshi, Q. A., Ismail, H.M., Rauf, H., Latif, A. & Tahir, M. (2015), 'The Styles of Leadership: A Critical Review', *Public Policy and Administrative Research*, 5(3), 87-92.
- Krieger, M. (2001), *Sociología de las organizaciones: Una introducción al comportamiento organizacional*, Prentice Hall, Mexico.
- Kwanya, T. & Stilwell, C. (2018), 'The effectiveness of leadership styles among academic and research librarians in Eastern and Southern Africa: A comparative study', *Library Management* 39(6-7), 402-417

-
- Lewin, K., Leppit, R. & White, R.K. (1939), 'Patterns of Aggressive Behavior in Experimentally Created "Social Climates', *The Journal of Social Psychology*, 10(2), 269-299.
- Mayowa, A. (2009), *A leadership manager in Nigeria*, Pearl Publishing, Nigeria.
- Nguyen, T.T.T (2019), 'Analysis of the Management Process to Enhance SMEs Performance in Ho Chi Minh City', *International Journal of New Technology and Research*, 5(12), 9-15
- Omolayo, B. (2007), 'Effect of Leadership Style on Job-Related Tension and Psychological Sense of Community in Work Organizations: A Case Study of Four Organizations in Lagos State, Nigeria', *Bangladesh e-Journal of Sociology*, 4 (2), 30-37
- Phurong, T.K. & Lockhart, B.M. (2011), *The Cham of Vietnam: History Society and Art*, NUS Press, Singapore.
- Quang, T. & Vuong, N.T. (2002), 'Management Styles and Organisational Effectiveness in Vietnam', *Research and Practice in Human Resource Management*, 10 (2), 36-55.
- Ralston, D. A., Thang, N.V. & Napier, N.K. (1999), 'A Comparative Study of Work Values of North and South Vietnamese Managers', *Journal of International Business Studies*, 30 (4): 655-673.
- Ribeiro, N., Gomes, D.R. & Kurian, S. (2018), 'Authentic leadership and performance: The mediating role of employees' affective commitment', *Social Responsibility Journal* 14(3), 213-225.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students* (6th Ed.), Pearson, Harlow, England.
- Selvarajah, C. & Meyer, D. (2020), 'Exploring managerial leadership in Vietnam: where Cofucianism meets Dharma', *Asia Pacific Business Review*, 26(3), 286-312.
- Shibai, K. (2015), 'Vietnamese Characteristics of Social Consciousness and Values- National Character, Differences between North and South, and Gaps between the Vietnam War Generation and the Post-War Generation', *Behaviormetrika*, 42(2), 167-189.

ỨNG DỤNG PHƯƠNG PHÁP HỌC MÁY TRONG DỰ BÁO RỦI RO PHÁ SẢN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Trương Thị Thùy Dương

Học viện Ngân hàng

Email: duongtt@hvnh.edu.vn

Lê Hải Trung

Học viện Ngân hàng

Email: trunglh@hvnh.edu.vn

Mã bài: JED - 1066

Ngày nhận bài: 26/12/2022

Ngày nhận bài sửa: 22/03/2023

Ngày duyệt đăng: 04/04/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1066

Tóm tắt

Dự báo rủi ro phá sản của doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc đưa ra các cảnh báo sớm cho các doanh nghiệp. Các nghiên cứu đánh giá rủi ro phá sản sử dụng các phương pháp thống kê truyền thống và mô hình học máy. Trong nghiên cứu này sử dụng hồi quy logistic và các mô hình học máy để dự báo rủi ro phá sản của các doanh nghiệp Việt Nam. Nghiên cứu đi kiểm chứng tính hiệu quả của các mô hình học máy so với thống kê truyền thống và kiểm tra tính hiệu quả của các mô hình học máy. Kết quả cho thấy sự ưu thế của mô hình XGBoost và Random Forest so với logistic và các phương pháp khác.

Từ khóa: Phá sản, Logistic, Random Forest, Extreme Gradient Boosting, K-Nearest Neighbor, Naïve Bayes.

Mã JEL: C45, C52, C63, G33

Machine learning based bankruptcy prediction of Vietnam companies

Abstract

Bankruptcy prediction plays an important role in providing early warning for companies. Traditional statistics and machine learning methods have been used for failure prediction problems. In this study, we test the performance of machine learning methods comparing to logistic regression. The finding shows that XGBoost and Random Forest outperform than other methods.

Keywords: Bankruptcy prediction, Random Forest, K-Nearest Neighbor, Naïve Bayes, Extreme Gradient Boosting, Logistic.

JEL code: C45, C52, C63, G33

1. Giới thiệu

Những biến động của kinh tế thế giới giai đoạn hậu Covid-19 đang có ảnh hưởng mạnh mẽ đến năng lực tài chính và hoạt động của các doanh nghiệp. Tình hình lạm phát tăng cao cùng với những mâu thuẫn chính trị khiến rủi ro phá sản của các doanh nghiệp trở nên rõ ràng hơn. Điều này ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế và xã hội do tác động lan truyền tới các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng và sự suy giảm thu nhập của người lao động. Do đó, việc đưa ra những dự báo về khả năng phá sản của doanh nghiệp có ý nghĩa quan trọng nhằm đưa ra các cảnh báo sớm về rủi ro tài chính. Ở nghiên cứu này, chúng tôi so sánh khả năng dự

bảo của các phương pháp truyền thống và hiện đại đối với rủi ro phá sản của các doanh nghiệp Việt Nam nhằm tìm phương pháp dự báo phù hợp.

Altman (1968) và Beaver (1966) đã mở đầu cho phương pháp dự báo rủi ro phá sản truyền thống. Beaver (1966) sử dụng một số tỷ lệ tài chính như đòn bẩy tài chính, lợi nhuận trên tài sản và tính thanh khoản để dự báo rủi ro phá sản của doanh nghiệp. Các nghiên cứu về sau hướng tới việc cải thiện khả năng dự báo thông qua các mô hình phi tuyến (Jones & Hensher 2004). Kolari & cộng sự (2002) phát triển hệ thống cảnh báo sớm dựa trên kết hợp mô hình logit và mô hình nhận dạng đặc điểm cho các ngân hàng Mỹ. Lam & Moy (2002) đã kết hợp các mô hình phân biệt và thực hiện các mô phỏng để nâng cao độ chính xác của phân loại trong mô hình phân tích khác biệt. Cho đến nay mô hình logistic vẫn chứng tỏ được tính hiệu quả trong việc giải thích các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp (Barboza & cộng sự, 2017).

Sự phát triển của công nghệ với năng lực xử lý các thuật toán phức tạp dẫn tới sự phát triển của các mô hình tính toán thông minh trong dự báo khả năng phá sản (Goldstein & cộng sự, 2019). Mô hình học máy đã được chứng minh có hiệu suất vượt trội (Florez-Lopez, 2007) do có thể xử lý hiệu quả các mối quan hệ phi tuyến cũng như các bài toán có độ phức tạp cao mà không đòi hỏi nhiều yêu cầu về dữ liệu. Các mô hình học máy bao gồm mô hình đơn và mô hình kết hợp. Mô hình kết hợp là tập hợp các mô hình để thu được mô hình tốt hơn. Mô hình kết hợp nâng cao gồm hai nhóm bao đóng (bagging) và tăng cường (boosting). Random forest là một phương pháp phân loại mạnh mẽ thuộc nhóm bao đóng có độ chính xác cao và xác định tầm quan trọng của các biến, một trong những lợi thế mà các phương pháp học máy như Neural Network, Support Vector Machine không có (Zoričák & cộng sự, 2020). Extreme Gradient Boosting (XGBoost) là một dạng của mô hình tăng cường, đã được sử dụng rộng rãi trong những năm gần đây và chứng tỏ ưu thế vượt trội (Barboza & cộng sự 2017). Bên cạnh các mô hình học máy kết hợp, mô hình K-Nearest Neighbor và Naïve Bayes được xem là những thuật toán đơn giản, dễ sử dụng và hiệu quả trong bài toán phân lớp.

Sự phát triển của các nhóm mô hình với hướng tiếp cận khác nhau dẫn đến câu hỏi về sự so sánh giữa các mô hình về mức độ hiệu quả trong việc dự báo rủi ro phá sản của doanh nghiệp (Duénez-Guzmán, & Vose, 2013). Điều này là quan trọng bởi việc lựa chọn mô hình dự báo rủi ro phá sản phụ thuộc vào đặc điểm của các doanh nghiệp trong từng quốc gia và đặc biệt là mức độ sẵn có của chuỗi dữ liệu để dự báo. Nghiên cứu của chúng tôi đóng góp vào lý luận và thực tiễn về dự báo rủi ro phá sản của doanh nghiệp bằng việc so sánh hiệu năng dự báo của các mô hình học máy và mô hình truyền thống đối với dữ liệu của các doanh nghiệp Việt Nam. Cụ thể, trong nghiên cứu này so sánh phương pháp hồi quy Logistic, Random forest, Decision tree, K-Nearest Neighbor, Naïve Bayes, XGBoost, kết quả của bài nghiên cứu ủng hộ quan điểm của các nghiên cứu trước về tính ưu thế hơn của học máy so với phương pháp truyền thống và mô hình XGBoost có hiệu quả cao nhất.

2. Tổng quan nghiên cứu dự báo rủi ro phá sản

2.1. Các nghiên cứu dự báo rủi ro phá sản sử dụng mô hình truyền thống

Các phương pháp nghiên cứu truyền thống khởi đầu từ Altman (1968), Beaver (1966) sử dụng chỉ tiêu tài chính để dự báo rủi ro phá sản của doanh nghiệp. Lin (2009) kiểm tra khả năng dự đoán khó khăn tài chính của các mô hình phân tích khác biệt, logit, probit đối với các công ty Đài Loan sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 2009 cho thấy kết quả khả quan của các phương pháp truyền thống. Serrano-Cinca & Gutiérrez-Nieto (2013) sử dụng phân tích khác biệt với bình phương nhỏ nhất từng phần để dự báo cuộc khủng hoảng tài chính của các ngân hàng Mỹ năm 2008 và cho thấy hiệu suất dự báo tương đương với hiệu suất khi sử dụng mô hình học máy. Liang & cộng sự (2015) đã sử dụng các mô hình phân tích khác biệt và hồi quy logistic để lựa chọn các biến dự báo kiệt quệ tài chính, sử dụng đầu vào cho các mô hình học máy. Ưu điểm chính của các phương pháp truyền thống là tính giải thích đối với các biến dự báo và rủi ro phá sản của doanh nghiệp nhưng lại đòi hỏi chặt chẽ về dữ liệu.

2.2. Các nghiên cứu dự báo rủi ro phá sản sử dụng mô hình thông minh

Các mô hình thông minh được phát triển tương đối sớm, trong đó, mô hình mạng thần kinh được phát triển đầu tiên từ những năm 1990 (Serrano-Cinca, 1996). Sự tiến bộ của công nghệ cho phép xử lý các thuật toán phức tạp trong thời gian ngắn cho phép phát triển các mô hình học máy với khả năng tự cải thiện hiệu suất, cho phép xử lý nhiều bài toán có độ phức tạp cao với hiệu suất cao mà không đòi hỏi nhiều về yêu cầu của dữ liệu. Random forest được đề xuất bởi Breiman (2001), trong đó tập hợp cây quyết định được tạo ra trong quá trình bootstrap và đưa ra kết quả dựa trên biểu quyết đa số. Trong lĩnh vực tài chính, Random

forest đã được ứng dụng để phát hiện thành công gian lận tín dụng (Whitrow & cộng sự, 2009) và dự báo rời bỏ của khách hàng đối với các ngân hàng (Xie & cộng sự, 2009).

Nghiên cứu của Zhao & cộng sự (2009) đã chứng tỏ mô hình học máy cho hiệu quả cao hơn so với truyền thống. Tương tự, Barboza & cộng sự (2017) đã chỉ ra Random forest, bagging và boosting hiệu quả vượt trội hơn so với SVM, logit và phân tích khác biệt.

2.3. Các nghiên cứu dự báo rủi ro phá sản ở Việt Nam

Tại Việt Nam, dự báo khả năng phá sản của doanh nghiệp cũng thu hút được nhiều quan tâm. Bùi Phúc Trung (2012) sử dụng phương pháp truyền thống Z-score để đánh giá nguy cơ phá sản của các công ty niêm yết. Nguyễn Thị Cảnh & Phạm Chí Khoa (2014) xét các khách hàng doanh nghiệp của Vietcombank để dự báo xác suất phá sản bằng phương pháp KVM-Merton. Huỳnh Thị Cẩm Hà & cộng sự (2017) đã áp dụng mô hình cây phân lớp trong học máy để dự báo kiệt quệ tài chính của các công ty Việt Nam, kết quả thu được độ chính xác trên 90%. Nghiên cứu sử dụng Z-score của Alman cho 60 doanh nghiệp của Việt Nam được thể hiện trong nghiên cứu của Hoàng Thị Hồng Vân (2020) cho kết quả dự báo chính xác đến 76.67% sử dụng các chỉ tiêu gồm tài sản trung bình, ROA và ROE.

Tuy vậy, các nghiên cứu về rủi ro phá sản của các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu đang sử dụng các mô hình truyền thống, đối với các mô hình học máy chưa được sử dụng nhiều. Vì vậy, ở nghiên cứu này chúng tôi tiến hành so sánh hiệu suất dự báo khả năng phá sản của doanh nghiệp Việt Nam đối với cả các phương pháp truyền thống và mô hình học máy hiện đại.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Bảng 1: Các biến độc lập trong mô hình

Tên biến	Miêu tả biến
APSALE	Khoản phải trả / doanh thu
CASHMTA	Tiền mặt và đầu tư ngắn hạn / (vốn chủ sở hữu thị trường + tổng nợ phải trả)
CHLCT	Tiền mặt / nợ ngắn hạn
(EBIT + DP)/AT	(Thu nhập trước lãi và thuế + khấu hao và khấu hao) / tổng tài sản
EBITSALE	Thu nhập trước lãi và thuế / doanh thu
INVCHINVT	Tăng trưởng hàng tồn kho / hàng tồn kho
INVTSALE	Hàng tồn kho / bán hàng
LCTAT	Nợ ngắn hạn / tổng tài sản
LCTLT	Nợ ngắn hạn / tổng nợ phải trả
LCTSALE	Nợ ngắn hạn / doanh thu
LTAT	Tổng nợ phải trả / tổng tài sản
LOG(AT)	log (tổng tài sản)
LOG(SALE)	log (bán)
MB	Tỷ lệ thị trường trên sổ sách
NISALE	Thu nhập ròng / doanh thu
OIADPSALE	Thu nhập hoạt động / bán hàng
PRICE	log (giá)
QALCT	Tài sản nhanh / nợ ngắn hạn
REAT	Thu nhập giữ lại / tổng tài sản
RELCT	Thu nhập giữ lại / nợ hiện tại
RSIZE	log (vốn hóa thị trường)
SALEAT	Doanh thu / tổng tài sản
SIGMA	Biến động cổ phiếu
WCAPAT	Vốn lưu động / tổng tài sản

Nguồn: Tian & Yu (2017)

Để dự báo rủi ro phá sản đối với các doanh nghiệp Việt Nam, chúng tôi sử dụng các chỉ tiêu tài chính của 300 doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian 2017-2019, thu thập từ cơ sở dữ liệu của FiinGroup. Barboza & cộng sự (2017) đã cho thấy hiệu quả phân lớp của doanh nghiệp có rủi ro và không rủi ro khi sử dụng các

chỉ tiêu tài chính đặc trưng cho nhóm đòn bẩy tài chính, tính thanh khoản, nhóm lợi nhuận, quy mô công ty và tăng trưởng. Khẳng định này cũng được thể hiện trong nghiên cứu thực nghiệm của Zorićak & cộng sự (2020) trong dự báo rủi ro phá sản của các công ty vừa và nhỏ. Tổng hợp lại, Tian & Yu (2017) đã sử dụng 26 chỉ tiêu tài chính để dự báo khả năng phá sản của doanh nghiệp, kết quả chỉ ra nhóm các chỉ tiêu về khả năng thanh khoản và đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng lớn nhất đến dự báo rủi ro tài chính. Nghiên cứu này lựa chọn các biến tài chính để dự báo rủi ro phá sản của các doanh nghiệp Việt Nam được nghiên cứu và tham khảo từ các nghiên cứu tổng quan của các nghiên cứu Tian & Yu (2017) và được trình bày trong Bảng 1.

Dữ liệu gồm 846 quan sát với 24 đặc tính đại diện cho biến giải thích. Các doanh nghiệp được phân lớp vào hai nhóm gồm 130 doanh nghiệp phá sản và 170 doanh nghiệp không phá sản tương ứng với giá trị mã hóa là 0 và 1. Trong thực tế, số doanh nghiệp phá sản ít hơn số doanh nghiệp không phá sản, do đó dữ liệu thường không cân bằng. Tuy nhiên, tỷ lệ chênh lệch trong tập dữ liệu nghiên cứu không nhiều, do đó dữ liệu được sử dụng để thực hiện mô hình mà không sử dụng thêm các kỹ thuật làm cân bằng dữ liệu. Dữ liệu sau khi được làm sạch được chia ngẫu nhiên thành hai tập huấn luyện và tập kiểm tra theo tỷ lệ 75% và 25%. Tập dữ liệu huấn luyện được sử dụng để xây dựng mô hình, tập kiểm tra để đánh giá hiệu quả của mô hình. Trong bài báo này, các mô hình được sử dụng để dự báo khả năng phá sản của doanh nghiệp sau một năm, các biến giải thích là các chỉ tiêu của doanh nghiệp trong năm trước, biến phụ thuộc là tình trạng của doanh nghiệp trong năm kế tiếp.

Bảng 2 cung cấp thống kê mô tả của các biến giải thích sử dụng trong mô hình. Hầu hết các biến giải thích trong mô hình đều có giá trị độ lệch chuẩn tương đối cao so với giá trị bình quân. Điều này cho thấy mức độ đa dạng trong bộ dữ liệu doanh nghiệp sử dụng để tiến hành dự báo rủi ro phá sản. Điều này thể hiện ở cả các chỉ tiêu thể hiện về khả năng sinh lời của doanh nghiệp như thu nhập trước thuế và lãi vay, thu nhập ròng trên tổng doanh thu hay các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả quản lý tăng trưởng hàng tồn kho, thu nhập hoạt động trên doanh thu bán hàng. Mức độ đa dạng này cho phép đánh giá một cách chính xác và phù hợp hơn về mô hình dự báo rủi ro phá sản và mang tính đại diện đối với các doanh nghiệp của Việt Nam.

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến

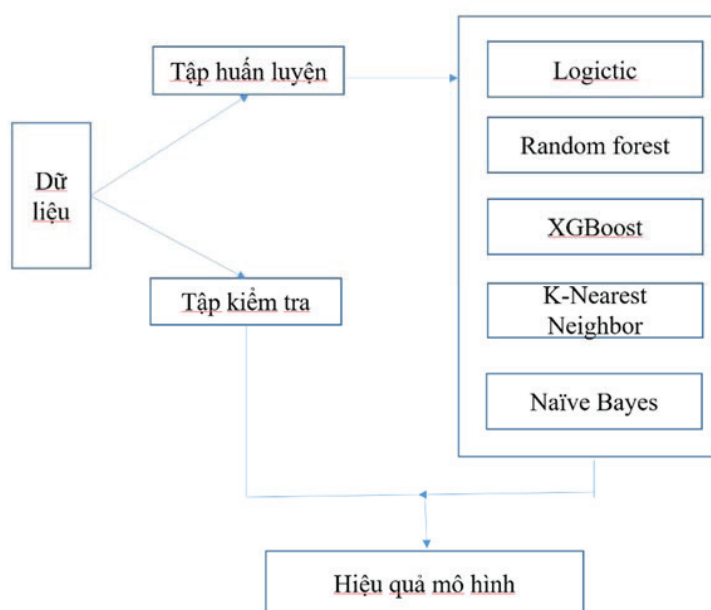
	Số quan sát	mean	std	min	25%	50%	75%	max
APSALE	846	0.3850	1.9925	0.0000	0.0683	0.1347	0.2642	46.5241
CASHMTA	846	0.0739	0.0910	0.0003	0.0181	0.0444	0.0916	0.7682
CHLCT	846	0.1433	0.6380	0.0001	0.0229	0.0540	0.1160	15.8496
(EBIT + DP)/AT	846	0.0704	0.0811	-0.3454	0.0215	0.0553	0.1043	0.4600
EBITSALE	846	0.0777	1.0308	-21.3821	0.0224	0.0644	0.1197	18.2854
INVCHINVT	846	0.7093	6.4287	-1.0000	-0.1602	0.0371	0.3178	108.4948
INVTSALE	846	1.6314	10.2026	0.0004	0.1104	0.2489	0.5550	168.3800
LCTAT	846	0.4530	0.2283	0.0091	0.2741	0.4421	0.6393	0.9597
LCTLT	846	0.8083	0.2281	0.0308	0.7021	0.9021	0.9821	1.0000
LCTSALE	846	1.9297	8.0041	0.0068	0.3808	0.6891	1.2584	182.1145
LTAT	846	0.5665	0.2275	0.0113	0.4041	0.6073	0.7382	1.1729
LOG(AT)	846	11.9319	0.6934	9.9191	11.5022	11.9215	12.3200	14.6061
LOG(SALE)	846	11.6461	0.7322	7.9271	11.2396	11.6730	12.0899	14.1145
MB	846	1.6295	1.5023	0.0190	0.7854	1.2037	1.9519	15.4179
NISALE	846	0.0488	1.0229	-23.6481	0.0118	0.0439	0.1177	7.5867
OIADPSALE	846	0.0634	1.0578	-23.6466	0.0131	0.0537	0.1330	9.6697
PRICE	846	4.0082	0.3947	2.6021	3.7848	4.0128	4.2524	5.3277
QALCT	846	2.1931	4.9801	0.1591	1.0960	1.3469	2.1056	105.7035
REAT	846	0.0306	0.1631	-1.3392	0.0133	0.0413	0.0832	0.4554
RELCT	846	0.2451	1.5852	-10.3294	0.0227	0.0942	0.2831	38.5537
RSIZE	846	11.3811	0.8008	9.3173	10.8565	11.3205	11.8672	14.5881
SALEAT	846	0.8450	0.9489	0.0004	0.2948	0.5879	1.0645	8.3236
SIGMA	846	0.1462	0.6405	-0.8862	-0.1662	0.0258	0.2775	7.4783
WCAPAT	846	0.1864	0.2391	-0.6830	0.0518	0.1618	0.3472	0.9853

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu này là dự báo các doanh nghiệp có rủi ro hoặc không có rủi ro. Mô hình logistic là mô hình phân loại truyền thống phổ biến và hiệu quả nhất. Các mô hình học máy được sử dụng trong nghiên cứu này là Random Forest (RF), Extreme Gradient Boosting (XGBoost), K-Nearest Neighbor (KNN) và Naïve Bayes (NB). Các bước thực hiện dự báo được trình bày ngắn gọn trong Hình 1.

Hình 1: Các bước thực hiện mô hình



3.2.1. Hồi quy logistic

Hồi quy logistic là một trong những phương pháp thống kê phổ biến nhất dùng để phân lớp các biến nhị phân. Mô hình hồi quy logistic thể hiện dưới dạng sau:

$$\log\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n$$

Trong đó p là xác suất một doanh nghiệp có rủi ro phá sản, hoặc có rủi ro tín dụng, $x_1, x_2, \dots, x_n$ là các biến độc lập. Phương pháp ước lượng hợp lý cực đại được sử dụng để tìm các hệ số.

Mỗi doanh nghiệp được tính xác suất rủi ro phá sản p và so sánh với một ngưỡng cho trước, dựa vào ngưỡng phân loại thì doanh nghiệp sẽ được xếp vào nhóm có rủi ro hay không rủi ro tương ứng với giá trị nhị phân 0 và 1.

3.2.2. Mô hình Random Forest

Random Forest là một trong kỹ thuật bao đóng hoạt động dựa trên cây quyết định phát triển từ thuật toán Bagging. Bagging là một kỹ thuật lấy mẫu từ tập dữ liệu lấy ra ngẫu nhiên các tập con thay thế. Kết quả cuối cùng là sự tổng hợp từ các mô hình dự báo trên các mẫu thay thế. Kỹ thuật này giúp xây dựng tính ổn định của mô hình, giảm phương sai, cải thiện độ chính xác và tránh quá mức.

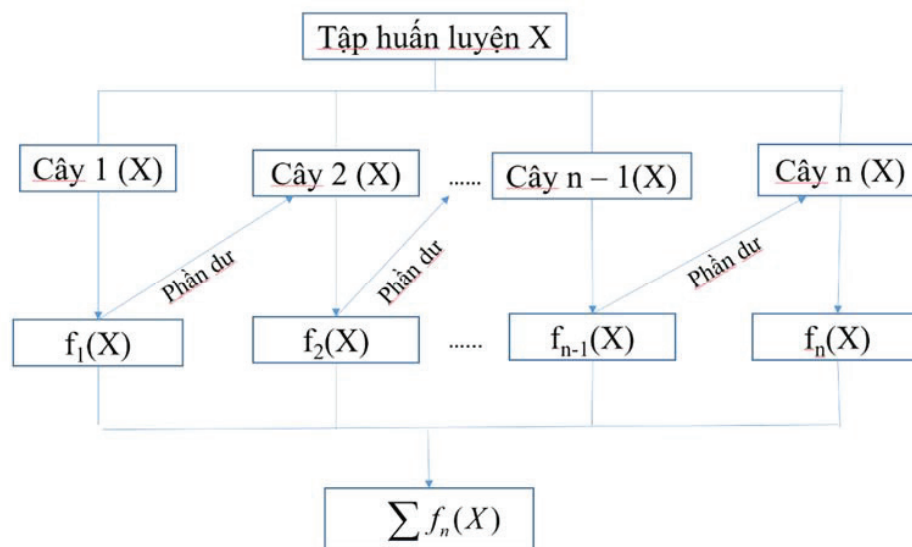
Ưu điểm của phương pháp Random Forest là khả năng xử lý được với các giá trị ngoại lai và các nhiễu (Yeh & cộng sự, 2014). Ngoài phân lớp hay dự báo, rừng ngẫu nhiên có thể xác định được tầm quan trọng của các biến trong mô hình. Điều này giúp đưa ra các yếu tố quyết định trong việc phân lớp hay dự báo (Maione & cộng sự, 2016). Các bước cơ bản của rừng ngẫu nhiên là:

- Tạo ngẫu nhiên các tập con khác nhau có các tính năng khác nhau.
- Các phần tử của tập hợp được dán nhãn (thất bại hoặc không thất bại) và được chia vào các cây quyết định.
- Đối với mỗi bản ghi, lớp được bình chọn nhiều nhất được phân lớp.

3.2.3. Mô hình XGBoost

Thuật toán Extreme Gradient Boosting là một trong những thuật toán mới và hiệu quả cao trong học máy. Thuật toán này là sự mở rộng của thuật toán Gradient Tree Boosting được đề xuất bởi Friedman (2001). Nguyên lý của mô hình này là đào tạo các mô hình mới tốt hơn từ việc kết hợp các mô hình yếu trước đó để bù đắp các thiếu sót trong các mô hình trước.

Hình 2: Thuật toán XGBoost



Nguồn: Trương Việt Hùng & Hà Mạnh Hùng (2020)

Hình 2 thể hiện các bước của thuật toán XGBoost. Từ tập huấn luyện ban đầu X với n quan sát và đầu ra là y . Tại bước đầu tiên, mô hình huấn luyện tạo ngẫu nhiên một cây học tập với giá trị đầu ra $f_1(X)$ và sai số là e_1 . Để có mô hình tốt hơn, cây học tập tiếp theo được huấn luyện để ước lượng sai số e_1 và đồng thời ước lượng giá trị $f_2(X)$ cùng với sai số e_2 . Quá trình tuần tự cho đến cây học tập thứ n , giá trị ước lượng là $\sum f_i(X)$ và sai số nhỏ hơn sau mỗi quá trình huấn luyện.

3.2.4. Mô hình K-Nearest Neighbor

K-Nearest Neighbor (KNN) là một trong những thuật toán phân lớp đơn giản nhất dựa trên hàm khoảng cách. Thuật toán này không khai thác thông tin từ tập dữ liệu học, mọi tính toán được thực hiện khi cần dự đoán nhãn của tập dữ liệu mới dựa vào nhãn của các hàng xóm có khoảng cách gần nhất. Do đó KNN gọi là kỹ thuật dựa trên bộ nhớ. Các bước cơ bản của thuật toán như sau:

- Giả sử có một tập học và một tập dữ liệu cần phân lớp.
- Chọn K là số lân cận cần tính toán.
- Tìm khoảng cách từ tập dữ liệu mới đến các điểm trong tập học, tìm K điểm gần tập dữ liệu nhất, nhãn của tập dữ liệu mới là nhãn của các tập cùng nhãn gần nó nhất.

KNN là dễ thực hiện, đào tạo nhanh và không bị nhạy đối với các nhiễu, có thể phân lớp với dữ liệu có nhiều nhãn nhưng nhạy cảm với cấu trúc bộ dữ liệu, tốn bộ nhớ và nhiều thời gian hoạt động.

3.2.5. Mô hình Naïve Bayes

Mô hình Naïve Bayes là một trong những thuật toán phân loại Bayes cổ điển, có cấu trúc thuật toán đơn giản và hiệu quả tính toán cao.

Các bước cơ bản của thuật toán là (Soria & cộng sự, 2011): giả sử các quan sát chứa các thuộc tính là $\{A_1, \dots, A_n\}$ độc lập với nhau, các lớp phân loại là $C = \{C_1, \dots, C_m\}$. Với mỗi quan sát X , X được phân lớp vào lớp C_i tương ứng với xác suất hậu nghiệm lớn nhất theo công thức Bayes:

$$P(C_i | X) = \frac{P(X | C_i)P(C_i)}{P(X)}, i = 1, \dots, m.$$

3.3. Phương pháp đánh giá khả năng dự báo

Nghiên cứu này sử dụng ma trận nhầm lẫn đo độ chính xác của mô hình. Đây là phương pháp đánh giá hiệu suất phân loại các quan sát vào hai lớp phá sản (nhận giá trị 1) hay không phá sản (nhận giá trị 0). Ma trận được trình bày tại Bảng 3.

Bảng 3: Ma trận nhầm lẫn

		Giá trị thật	
		1	0
Kết quả dự báo	1	TP	FP
	0	FN	TN

TP (true positive) là số dự đoán tích cực, nghĩa là số lượng công ty phá sản được dự báo đúng là phá sản. TN (true negative) là số lượng doanh nghiệp không phá sản được dự báo không phá sản, FP (false positive) là số lượng các doanh nghiệp không phá sản nhưng dự báo phá sản, FN (false negative) là số lượng doanh nghiệp phá sản nhưng được dự báo không phá sản.

Độ chính xác của mô hình là tỷ lệ dự báo đúng, được tính theo công thức sau:

$$\text{Accuracy} = \frac{TP + TN}{TP + FP + TN + FN}$$

Trong đánh giá khả năng phá sản của doanh nghiệp, việc dự báo được doanh nghiệp phá sản quan trọng hơn dự báo doanh nghiệp không phá sản do hệ lụy lớn từ việc dự báo sai doanh nghiệp phá sản thành không phá sản. Vì vậy để nâng cao hiệu quả dự báo của mô hình, thường sử dụng thêm tiêu chí sai số loại I (Type I error) và sai số loại II (Type II error), độ hội tụ (Precision) và độ bao phủ (Recall), được xác định như dưới đây:

$$\text{Type I error} = \frac{FP}{FP + TP}, \text{Type II error} = \frac{FN}{TN + FN}$$

$$\text{Precision} = \frac{TP}{TP + FP}, \text{Recall} = \frac{TP}{TP + FN}$$

Sai số loại I chỉ mô hình dự báo sai của doanh nghiệp không phá sản, sai số loại 2 chỉ doanh nghiệp phá sản được dự báo sai. Một mô hình tốt khi có độ chính xác cao và sai số thấp. Precision cho biết tỷ lệ dự đoán doanh nghiệp phá sản thực sự là phá sản, Recall cho biết tỷ lệ dự báo đúng phá sản trên tổng doanh nghiệp phá sản.

4. Kết quả và thảo luận kết quả

Dữ liệu được huấn luyện với 5 phương pháp dự báo bao gồm logistic (LR), Random Forest (RF), XGBoost, K-Nearest Neighbor, Naïve Bayes (NB). Các chỉ tiêu đánh giá được sử dụng đối với các mô hình trên tập kiểm tra để kiểm tra hiệu quả dự báo, chúng được trình bày trong Bảng 4. Các mô hình huấn luyện và kiểm tra hiệu quả dự báo trên tập kiểm tra đều mất khoảng thời gian ngắn, do đó nghiên cứu không xem xét so sánh về mặt thời gian của mô hình.

Bảng 4: Kết quả dự báo

Mô hình	TP	FP	FN	TN	Accuracy (%)	Type I error (%)	Type II error (%)
LR	80	21	20	91	80,66	20,79	18,02
RF	79	22	13	98	83,49	21,78	11,71
XGboost	87	14	12	99	87,73	13,86	10,81
KNN	76	25	23	88	77,35	24,75	20,72
NB	68	33	13	98	78,3	32,67	11,71

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

Các chỉ tiêu Recall (Precision) của năm phương pháp LR, RF, XGBoost, KNN, NB theo thứ tự là 80%; 85,87%; 87,88%; 76,77%; 83,95% (79,2%; 78,2%; 86,14%; 75,24%; 67,72%).

Từ kết quả trên tập kiểm tra, các mô hình đều cho độ chính xác trên 77%, cao nhất là mô hình XGBoost với dự đoán đúng trên 87% doanh nghiệp. Tiếp theo là mô hình RF với trên 83% doanh nghiệp. Điều đáng

ngạc nhiên là mô hình LR dự báo chính xác về tổng số doanh nghiệp phá sản và không phá sản cao hơn mô hình KNN và NB trong tập dữ liệu này với tỷ lệ dự đoán đúng 80,66% so với 77,35% và 78,3%. Tuy nhiên sai số loại II của mô hình NB thấp hơn so với LR, tương ứng 11,71% và 18,02%.

Trong dự báo sức khỏe của doanh nghiệp, sai số loại II quan trọng hơn sai số loại I vì những tổn thất khi dự báo một doanh nghiệp phá sản thành không phá sản lớn hơn nhiều so với dự đoán doanh nghiệp không phá sản thành phá sản. Với tiêu chí này, mô hình KNN cho hiệu quả thấp nhất vì độ chính xác thấp nhất và sai số loại II cao nhất. Kết quả này có sự khác biệt so với dự báo của Le & Vivian (2018) đối với các doanh nghiệp Mỹ khi cho rằng KNN có hiệu suất cao hơn LR, tuy nhiên lại tương thích với Zhao & cộng sự (2009) đối với dữ liệu trên FDIC (fdic.gov). Mặc dù LR có độ chính xác cao hơn NB, nhưng sai số loại II cũng cao hơn, xét về chi phí cơ hội thì NB có hiệu quả cao hơn.

Kết quả cũng cho thấy mô hình dự báo hiệu quả nhất là XGBoost với độ chính xác, độ hội tụ và bao phủ cao nhất và sai số thấp nhất tương ứng hai loại sai số là 13,86% và 10,81%, tiếp đến là RF tương ứng độ chính xác, độ hội tụ và bao phủ cao thứ 2 và hai loại sai số là 21,78% và 11,71%. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Barboza & cộng sự (2017). Các kết quả này chỉ ra rằng mô hình học máy có ưu thế hơn trong các bài toán dự báo so với phương pháp truyền thống như logit. Đồng thời dạng thuật toán “boosting” như XGBoost thường cho hiệu quả cao hơn các phương pháp thông minh khác đối với các vấn đề dự báo.

5. Kết luận

Dự đoán phá sản là vấn đề quan trọng liên quan đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Các tổ chức tài chính, các cơ quan quản lý cũng như các doanh nghiệp cần dự báo các rủi ro có thể xảy ra nhằm có các chính sách ngăn chặn và giảm thiểu tổn thất. Mặc dù các mô hình thống kê đã được ứng dụng rộng rãi trong thực tế (Altman, 1968), tuy nhiên hạn chế của nó vẫn là hiệu suất do đòi hỏi chặt chẽ về điều kiện của dữ liệu. Sự phát triển của khoa học tính toán đã thúc đẩy các mô hình học máy phát triển và chúng đã được chứng minh là hiệu quả hơn với độ chính xác cao hơn và sai số thấp hơn so với các phương pháp truyền thống (Zhao & cộng sự, 2009; Yeh & cộng sự, 2014; Le & Vivian, 2018). Mô hình được học từ dữ liệu do đó không đòi hỏi nhiều về cấu trúc dữ liệu và có thể áp dụng linh hoạt.

Nghiên cứu này so sánh 6 phương pháp dự báo sử dụng dữ liệu là 300 doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ 2017 – 2019, dự báo phá sản của doanh nghiệp sau thời gian một năm. Kết quả dự báo ủng hộ quan điểm của các nghiên cứu trước về tính ưu thế hơn của học máy so với phương pháp truyền thống và mô hình XGBoost có hiệu quả cao nhất. Chúng tôi cho rằng, kết quả này có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp, các cơ quan quản lý, các cổ đông, các chủ nợ của doanh nghiệp cũng như các nhà đầu tư tiềm năng bởi khả năng cảnh báo sớm và phân biệt rủi ro phá sản của các doanh nghiệp sẽ giúp các bên liên quan đưa ra các quyết định tài chính phù hợp.

Nghiên cứu này của chúng tôi vẫn còn một số điểm hạn chế có thể được cải thiện ở các nghiên cứu trong tương lai. Thứ nhất, bộ số liệu của chúng tôi chưa bao gồm các quan sát từ năm 2020 trở lại đây với những sự thay đổi lớn trong môi trường kinh tế vĩ mô với bối cảnh của đại dịch Covid-19. Thứ hai, trong phạm vi của mục tiêu nghiên cứu, chúng tôi mới chỉ dừng lại ở việc chỉ ra phương pháp dự báo rủi ro phá sản phù hợp nhất đối với các doanh nghiệp của Việt Nam nhưng chưa chỉ ra được chỉ tiêu tài chính nào có tác động lớn nhất tới rủi ro phá sản của các doanh nghiệp trong mẫu thống kê. Các điểm hạn chế này sẽ là các câu hỏi mà chúng sẽ hướng tới giải quyết ở các nghiên cứu trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

- Altman, E.I. (1968), 'Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy', *The Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
- Barboza, F., Kimura, H. & Alman, E. (2017), 'Machine learning models and bankruptcy prediction', *Expert Systems with Applications*, 83, 405-417.
- Beaver, W.H. (1966), 'Finance ratios as predictors of failure', *Finance of Accounting Research*, 4, 71-111.
- Breiman (2001), 'Random Forest', *Machine Learning*, 45, 5-32.
- Bùi Phúc Trung (2012), 'Đánh giá nguy cơ phá sản của doanh nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam bằng hàm phân biệt', *Tạp chí khoa học đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 7(1), 41-47.
- Duénez-Guzmán, E. A., & Vose, M. D. (2013), 'No free lunch and benchmarks', *Evolutionary Computation*, 21(2), 293-312.
- Friedman, J.H. (2001), 'Greedy function approximation: a gradient boosting machine', *Annals of Statistics*, 29(5), 1189-1232.
- Florez-Lopez, R. (2007), 'Modelling of insurers' rating determinants. An application of machine learning techniques and statistical models', *European Journal of Operational Research*, 183(3), 1488-1512.
- Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G.A. (2019), 'To fintech and beyond', *The Review of Financial Studies*, 32(5), 1647-1661.
- Huỳnh Thị Cẩm Hà, Nguyễn Thị Uyên Uyên & Lê Đào Tuyết Mai (2017), 'Sử dụng các mô hình cây phân lớp dự báo kiệt quệ tài chính cho doanh nghiệp Việt Nam', *Tạp chí khoa học đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 12(3), 62-76.
- Hoàng Thị Hồng Vân (2020), 'Vận dụng mô hình Z-score trong dự báo khả năng phá sản doanh nghiệp tại Việt Nam', *Tạp chí khoa học và đào tạo Học viện Ngân hàng*, 217, 43-51.
- Jones, S. & Hensher, D.A. (2004), 'Predicting firm finance distress: a mixed logit model', *Accounting Review*, 79(4), 1011-1038.
- Kolari, J., Glennon, D., Shin, H. & Caputo, M. (2002), 'Predicting large US commercial bank failures', *Journal of Economics and Business*, 54(4), 361 – 387.
- Lam, K.F. & Moy, J.W. (2002), 'Combining discriminant methods in solving classification problems in two-group discriminant analysis', *European Journal of Operational Research*, 180(1), 1- 28.
- Le, H.H. & Viviani, J.L. (2018), 'Predicting bank failure: An improvement implementing a machine-learning approach to classical financial ratios', *Research in International Business and Finance*, 44, 16-25.
- Liang, D., Tsai, C.F., & Wu, H.T. (2015), 'The effect of feature selection on financial distress prediction', *Knowledge-Based Systems*, 73, 289-297.
- Lin, T.H. (2009), 'A cross model study of corporate financial distress prediction in Taiwan: Multiple discriminant analysis, logit, probit and neural networks models', *Neurocomputing*, 72(16-18), 3507-3516.
- Maione, C., Batista, B.L., Campiglia, A.D., Barbosa, F., Jr, & Barbosa, R.M. (2016), 'Classification of geographic origin of rice by data mining and inductively coupled plasma mass spectrometry', *Computers and Electronics in Agriculture*, 121, 101-107.
- Nguyễn Thị Cảnh & Phạm Chí Khoa (2014), 'Áp dụng mô hình KMV-Merton dự báo rủi ro tín dụng khách hàng doanh nghiệp và khả năng thiệt hại của ngân hàng', *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 289, 39-57.
- Serrano-Cinca, C. (1996), 'Set organizing neural networks for financial diagnosis', *Decision Support Systems*, 17(3), 227-238.
- Serrano-Cinca, C., & Gutiérrez-Nieto, B. (2013), 'Partial least square discriminant analysis for bankruptcy prediction', *Decision Support Systems*, 54(3), 1245-1255.
- Soria, D., Garibaldi, J.M., Ambrogi, F., Biganzoli, E.M., & Ellis, I.O. (2011), 'A 'non-parametric' version of the naive Bayes classifier', *Knowledge-Based Systems*, 24(6), 775-784.

-
- Tian, S. & Yu, Y. (2017), 'Financial ratios and bankruptcy predictions: international evidence', *International Review of Economics and Finance*, 51, 510-526.
- Trương Việt Hùng & Hà Mạnh Hùng (2020), 'Ước lượng khả năng chịu tải của giàn thép sử dụng phân tích trực tiếp và thuật toán XGBoost', *Tạp chí Xây dựng*, 2, 91-94.
- Yeh, C.C., Chi, D.J., & Lin, Y.R. (2014), 'Going-concern prediction using hybrid random forests and rough set approach', *Information Sciences*, 254, 98-110.
- Whitrow, C., Hand, D.J., Juszczak, P., Weston, D. & Adam, N.M. (2009), 'Transaction aggregation as a strategy for credit card fraud detection', *Data Mining and Knowledge Discovery*, 18, 30-55.
- Xie, E., Li, X., Ngai, E. & Ying, W. (2009), 'Customer churn prediction using improved balanced random forest', *Expert Systems with Applications*, 36, 5445-5449.
- Zhao, H., Sinha, A.P. & Ge, W. (2009), 'Effects of feature construction on classification performance: an empirical study in bank failure prediction', *Expert Systems with Applications*, 36(2), 2633 – 2644.
- Zoričák, M., Gnip, P., Drotár, P., & Gazda, V. (2020), 'Bankruptcy prediction for small-and medium-sized companies using severely imbalanced datasets', *Economic Modelling*, 84, 165-176.

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUẢN LÝ CỦA CHÍNH QUYỀN TỈNH THANH HÓA ĐỐI VỚI DU LỊCH BIỂN

Nguyễn Hoài Nam

Văn Phòng Ủy Ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa

Email: namnh@thanhhoa.gov.vn

Trần Thị Hoàng Mai

Trường Đại học Vinh

Email: hoangmaikkt@gmail.com

Phạm Nguyễn Hồng

Trường Đại học Vinh

Email: phamnguyenhong037@gmail.com

Trịnh Thị Liên

Trường Đại học Lao động - Xã hội

Email: lientt@ldxh.edu.vn

Mã bài: JED-1120

Ngày nhận: 11/02/2023

Ngày nhận bản sửa: 03/04/2023

Ngày duyệt đăng: 06/04/2023

DOI 10.33301/JED.VI.1120

Tóm tắt:

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý của chính quyền tỉnh Thanh Hóa đối với du lịch biển. Dựa trên các nghiên cứu đã có, nhóm tác giả đề xuất thang đo sơ bộ ban đầu và sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên gia để điều chỉnh, hoàn thiện thành các thang đo chính thức. Dựa vào số liệu sơ cấp thu thập từ 256 cán bộ quản lý nhà nước về du lịch và cán bộ quản lý doanh nghiệp du lịch tại tỉnh Thanh Hóa, các tác giả tiến hành phân tích Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy tuyến tính để khám phá ảnh hưởng của các nhân tố tới công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển, bao gồm: môi trường kinh tế xã hội của địa phương; cơ chế chính sách của Nhà nước, mức độ cải cách thủ tục hành chính; đội ngũ cán bộ công chức quản lý du lịch biển; nhận thức người dân, doanh nghiệp; cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ quản lý.

Từ khóa: Quản lý, du lịch biển, chính quyền cấp tỉnh.

Mã JEL: L5, L38

Determinants influencing the management of Thanh Hoa province' government for sea tourism

Abstract:

This research aims to explore the factors influencing the management of Thanh Hoa provincial government for marine tourism. From existing studies, the authors have proposed the initial preliminary scale and used the expert interview method to adjust and complete the official scales. Based on primary data collected from 256 state managers and business managers of marine tourism firms in Thanh Hoa, by employing Cronbach's alpha, exploratory factor analysis and linear regression, the results reveal the determinants affecting the management of the provincial government for marine tourism, including (i) The local socio-economic environment; (ii) The State's mechanisms and policies, level of administrative procedure reform; (iii) The civil servants managing sea tourism; (iv) Awareness of people and businesses; (v) Technical facilities for management.

Keywords: Policy, marine tourism, provincial level.

JEL Codes: L5, L38

1. Giới thiệu

Trong xã hội hiện đại, du lịch đã trở thành nhu cầu tất yếu, ngày càng phát triển với tốc độ cao, có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển kinh tế - xã hội, góp phần quan trọng nâng cao chất lượng cuộc sống của con người. Ở Việt Nam, du lịch được Đảng và Nhà nước quan tâm, khuyến khích phát triển, hướng tới mục tiêu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn và phát triển bền vững.

Tỉnh Thanh Hóa là địa phương thuộc Bắc Trung Bộ, có vị trí chiến lược quan trọng, nằm trên trục đường giao thông đường bộ và đường sắt xuyên Việt, có cảng hàng không và cảng biển nước sâu. Cùng với đó là nhiều bãi biển đẹp và các danh lam thắng cảnh, hệ thống văn hóa phi vật thể đa dạng, đặc sắc, là điều kiện thuận lợi để Thanh Hóa phát triển đa dạng các loại hình du lịch từ du lịch biển, du lịch văn hóa - lịch sử - tâm linh, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, đến du lịch làng nghề, du lịch đường thủy...

Đặc biệt, Thanh Hóa có nhiều bãi biển đẹp (Sầm Sơn, Hải Tiến, Hải Hòa, Tiên Trang), hàng năm thu hút một lượng lớn du khách thăm quan nghỉ dưỡng. Gần đây, du lịch biển đã có bước chuyển mình mạnh mẽ, hạ tầng du lịch ngày càng được cải thiện, được đầu tư hiện đại, kết nối nội - ngoại vùng. Nhiều dự án tổ hợp khách sạn, nghỉ dưỡng biển cao cấp đã làm cho diện mạo du lịch biển ở Thanh Hóa thay đổi theo hướng văn minh, hiện đại, khắc phục tính mùa vụ, tạo sức hấp dẫn mới, khẳng định được thương hiệu du lịch biển. Chất lượng nhân lực du lịch biển được cải thiện rõ rệt.

Tuy nhiên, du lịch biển ở Thanh Hóa vẫn bộc lộ nhiều hạn chế về sản phẩm du lịch biển, môi trường du lịch biển,... Để giải quyết những vấn đề đó cần có sự quan tâm, phối hợp hiệu quả từ chính quyền địa phương tới các nhà cung ứng dịch vụ du lịch, khách du lịch và người dân. Mục tiêu bài viết này sẽ khám phá một số nhân tố ảnh hưởng tới tính hiệu lực, hiệu quả quản lý chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển, dựa trên số liệu thu thập tại tỉnh Thanh Hóa.

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Miller & Auyong (2011) đưa ra khái niệm du lịch biển là các hoạt động du lịch, nghỉ ngơi và giải trí diễn ra ở vùng ven biển và vùng nước ven biển, đại dương. Orams (1999) cho rằng du lịch biển bao gồm: những hoạt động giải trí liên quan đến việc đi xa nơi ở của một người, tập trung vào môi trường biển. Trong nghiên cứu này, du lịch biển là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong một khoảng thời gian tại vùng đất ven biển và hệ thống các đảo trên biển nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, giải trí, tìm hiểu, mua sắm, khám phá tài nguyên du lịch biển.

Theo Nguyễn Văn Đình & Trần Thị Minh Hòa (2009), quản lý nhà nước về du lịch là làm chức năng quản lý vĩ mô về du lịch, không làm chức năng chủ quản và không kinh doanh thay các doanh nghiệp du lịch. Nhà nước sử dụng các công cụ quản lý vĩ mô để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, đưa du lịch phát triển theo định hướng phát triển chung của đất nước. Theo Vũ Lan Hương (2022), quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch của địa phương cấp tỉnh là việc chính quyền cấp tỉnh thực hiện các chức năng quản lý nhà nước theo thẩm quyền để quản lý, kiểm soát các hoạt động phát triển du lịch trên địa bàn phù hợp với chiến lược phát triển du lịch của quốc gia và của địa phương, phát huy được lợi thế địa phương, đồng thời đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các bên tham gia theo hướng bền vững. Du lịch biển có tính chất đặc thù, là một bộ phận của du lịch nhưng mang tính mùa vụ rõ nét. Theo nhóm tác giả, quản lý của chính quyền cấp tỉnh về du lịch biển là hoạt động quản lý của chính quyền cấp tỉnh (gồm Hội đồng nhân dân tỉnh và Ủy ban nhân dân tỉnh) thông qua hệ thống pháp luật, chính sách để tác động đến các hoạt động du lịch biển nhằm duy trì và phát triển hoạt động này phù hợp với định hướng phát triển kinh tế xã hội của địa phương.

Quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch thể hiện qua việc xây dựng, ban hành cơ chế chính sách phát triển (Nguyễn Mạnh Cường, 2015). Địa phương có nhiều tiềm năng, lợi thế và nguồn tài nguyên để phát triển du lịch, nhưng nếu không có cơ chế, chính sách phù hợp thì không thể thu hút và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực du lịch, sẽ không có nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ du lịch biển (Nguyễn Mạnh Cường, 2015). Trên cơ sở các cơ chế, chính sách của cấp Trung ương, UBND tỉnh và các sở ban ngành ban hành các chính sách du lịch biển phù hợp với đặc thù của địa phương.

Đã có một số nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới công tác quản lý nhà nước về du lịch nói chung, du lịch biển nói riêng, được tổng hợp ở Bảng 1.

Bảng 1: Tổng hợp các nghiên cứu liên quan

STT	Tác giả	Chủ đề	Các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý
1	Nguyễn Minh Phương & Bùi Văn Minh (2018)	Các yếu tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước ở nước ta hiện nay	- Năng lực của nền hành chính - Tổ chức hoạt động của hệ thống chính trị - Sự tham gia, ủng hộ của người dân - Các nhân tố khác
2	Vũ Văn Hùng (2019)	Nghiên cứu khám phá các nhân tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước về kinh tế ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế	- Chính trị- pháp lý - Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về kinh tế - Cán bộ quản lý nhà nước về kinh tế - Kiểm soát thể chế- quyền lực của bộ máy - Thông tin quản lý - Văn hóa tổ chức trong bộ máy quản lý
3	Orams (1999)	Du lịch biển, quản lý du lịch biển	- Đội ngũ cán bộ quản lý - Các bên tham gia: người dân, doanh nghiệp - Môi trường kinh tế xã hội địa phương
4	Hall (2001)	Xu hướng phát triển du lịch biển	- Bộ máy của chính quyền - Vai trò các bên liên quan - Điều kiện kinh tế xã hội địa phương
5	Miller & cộng sự (2011)	Phát triển bền vững du lịch biển: những thách thức và công cụ quản lý	- Môi trường kinh tế xã hội địa phương - Các bên tham gia - Đội ngũ cán bộ - Môi trường tự nhiên
6	Çetinel, F., & Yolal, M. (2009)	Quản lý phát triển du lịch bền vững	- Đội ngũ cán bộ - Nhận thức các bên liên quan (người dân, doanh nghiệp)
7	Logar (2010),	Đánh giá các công cụ chính sách quản lý du lịch bền vững	- Vai trò của các bên liên quan - Môi trường kinh tế xã hội
8	Thongphon, Aree & Patarapong (2013)	Quản lý và phát triển bền vững du lịch	- Bộ máy tổ chức - Môi trường kinh tế xã hội - Điều kiện tự nhiên - Dịch vụ công
9	Nguyễn Mạnh Cường (2015)	Vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch bền vững tỉnh Ninh Bình	- Bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội chung của cả nước - Tiềm năng, lợi thế riêng của địa phương trong phát triển du lịch
10	Nguyễn Hoàng Tứ (2016)	Quản lý nhà nước địa phương đối với phát triển du lịch bền vững tại một số tỉnh miền Trung Việt Nam	- Bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội chung của cả nước - Chiến lược, chính sách phát triển kinh tế-xã hội quốc gia - Tiềm năng du lịch riêng của địa phương - Cơ sở vật chất kỹ thuật
11	Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018)	Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế	- Năng lực, cơ cấu tổ chức quản lý nhà nước về du lịch - Năng lực, trình độ của cán bộ quản lý nhà nước về du lịch - Cơ chế, chính sách quản lý nhà nước về du lịch - Chiến lược, quy hoạch, kế hoạch của Nhà nước - Các nhân tố từ môi trường (kinh tế xã hội) - Các nhân tố từ phía du khách - Cạnh tranh quốc tế
12	Nguyễn Thị Ánh Tuyết (2019)	Vai trò của Nhà nước đối với phát triển du lịch Việt Nam sau khi hình thành cộng đồng Kinh tế Asean (AEC),	- Mức độ hoàn thiện của thể chế - Khả năng tài chính của Nhà nước; thu nhập của dân cư - Nhận thức xã hội về phát triển du lịch - Năng lực trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý và doanh nghiệp - Những hiệp định; cam kết; thỏa thuận khi tham gia cộng đồng kinh tế
13	Trần Thị Xuân Mai (2019)	Du lịch tại Đồng bằng Sông Cửu Long	- Các yếu tố về điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên - Các yếu tố về chính trị, kinh tế và xã hội - Các yếu tố thuộc về đường lối phát triển du lịch - Các yếu tố thuộc về cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.
14	Vũ Lan Hương (2022)	Quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch của tỉnh Hòa Bình	- Chủ trương, đường lối phát triển du lịch của tỉnh
			- Trình độ, năng lực cán bộ quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh - Cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch của tỉnh - Ý thức trách nhiệm của cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, cộng đồng dân cư, khách du lịch - Quan điểm, chủ trương, đường lối phát triển du lịch của Đảng, Nhà nước - Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch - Điều kiện kinh tế - xã hội - Yếu tố luật pháp - Sự phát triển khoa học – công nghệ - Bối cảnh và xu hướng phát triển du lịch

Nguồn: Tác giả tổng hợp

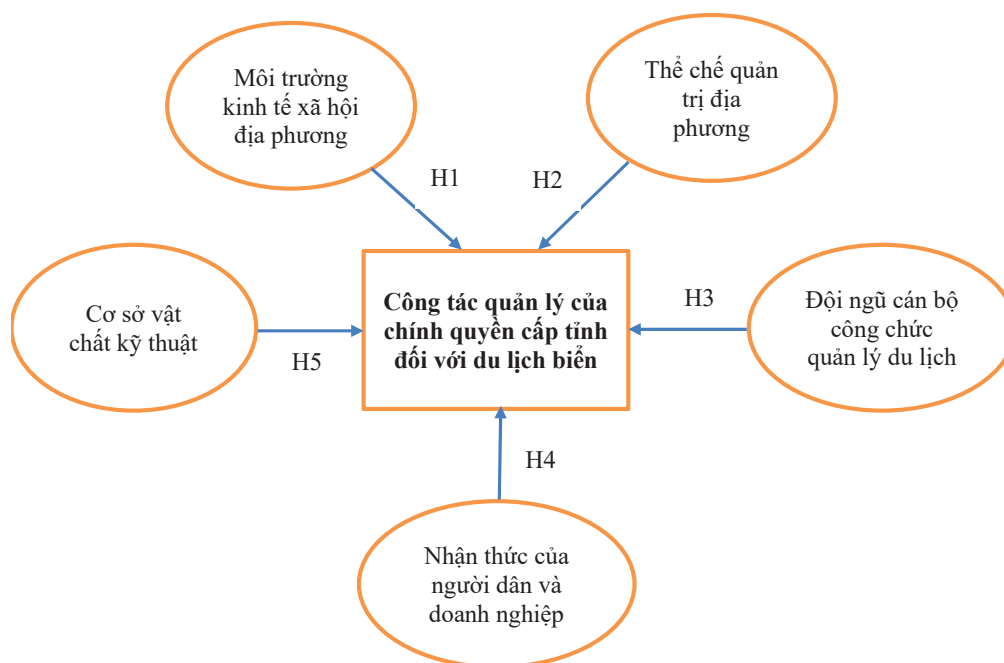
Nhóm tác giả sử dụng phương pháp kế thừa và phương pháp phỏng vấn sâu chuyên gia nhằm mục đích để điều chỉnh và bổ sung thang đo các nhân tố ảnh hưởng tới công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển có 27 biến đo lường. Tuân thủ quy tắc 5:1 thì cỡ mẫu tối thiểu là 135. Các tác giả quyết định chọn cỡ mẫu tối thiểu là 260. Kết quả điều tra thu về được 256 phiếu đạt yêu cầu.

Phương pháp chọn mẫu nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện để tiến hành nghiên cứu. Tác giả tiến hành mã hóa và nhập số liệu, sau đó số liệu được tiến hành xử lý bằng phần mềm SPSS 25. Số liệu của nghiên cứu được phân tích thông qua các bước sau: Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng phân tích Cronbach's Alpha; Phân tích nhân tố khám phá (EFA); Phân tích hồi quy tuyến tính.

3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nhóm tác giả đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển như trong Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Hoạt động du lịch chỉ xuất hiện và phát triển trong điều kiện hoà bình và quan hệ hữu nghị giữa các quốc gia, dân tộc (Nguyễn Mạnh Cường, 2015). Sự ổn định chính trị, kinh tế - xã hội ở địa phương là nhân tố quan trọng tác động đến sự phát triển du lịch và quản lý du lịch. Khi đó, điểm đến du lịch sẽ là điểm đến an toàn, thân thiện, góp phần thúc đẩy doanh nghiệp, du khách tham gia các hoạt động du lịch. Điều này giúp cơ quan nhà nước thực hiện tốt hơn công tác quản lý du lịch. Ngược lại, khi điều kiện về chính trị, kinh tế, xã hội không đảm bảo, có sự biến động nhiều so với khả năng dự trữ tài nguyên có thể làm cho ngành du lịch khó khăn hơn, đóng góp vào GDP không ổn định (Trần Thị Xuân Mai, 2019). Mặt khác, các ngành du lịch thường tạo ra những tác động tiêu cực đến môi trường, xã hội, và đôi khi là cả nền kinh tế (Logar, 2010).

Toàn bộ hoạt động quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển được đặt trong môi trường kinh tế xã hội. Nhân tố môi trường kinh tế xã hội được thể hiện bằng các chỉ số cụ thể như: tăng trưởng, cơ cấu kinh tế, thu nhập bình quân đầu người, đời sống tinh thần người dân. Các chỉ số này tích cực sẽ phản ánh trình độ phát triển kinh tế xã hội địa phương ở mức cao, người dân có mức sống tốt, đồng nghĩa với việc nguồn lực tài chính của địa phương cũng như trong dân sẽ dồi dào hơn, phát triển du lịch cũng sẽ thuận lợi. Do đó, mỗi hoàn cảnh môi trường kinh tế xã hội khác nhau thì quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển cần có những điều chỉnh phù hợp để đảm bảo hoạt động phát triển du lịch biển hiệu quả.

Trong quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển, các cơ chế chính sách nhằm quản lý và điều

chính mối quan hệ giữa cơ quan nhà nước với người dân và doanh nghiệp. Trên cơ sở các cơ chế chính sách của trung ương, chính quyền cấp tỉnh ban hành các cơ chế chính sách phù hợp với đặc thù địa phương, đúng quy định pháp luật. Theo Nguyễn Thị Ánh Tuyết (2019), các chính sách phát triển du lịch tập trung vào: chính sách tài chính, chính sách tín dụng, chính sách thuế, chính sách đất đai, chính sách xúc tiến, quảng bá du lịch, chính sách xuất nhập cảnh, hải quan; chính sách đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch; chính sách phát triển khoa học công nghệ; chính sách phát triển kết cấu hạ tầng. Các chính sách này phải được cụ thể hóa bằng những văn bản pháp luật, là cơ sở để các đối tượng liên quan thực hiện. Các văn bản pháp luật cần đảm bảo được thực hiện hiệu quả trên thực tế thông qua công tác quản lý nhà nước về du lịch của cơ quan nhà nước (Trần Thị Xuân Mai, 2019).

Theo Medlik (1991), trong quản lý nhà nước về du lịch, các chính sách phải dựa trên một kết hợp chặt chẽ của kinh tế, chính trị, xã hội và các đối tượng liên quan. Việc thiết lập các cơ chế, chính sách song hành cùng với mức độ cải cách hành chính, mức độ cải cách hành chính càng cao sẽ góp phần cho hiệu lực và hiệu quả trong quản lý nhà nước cao hơn, đảm bảo tạo điều kiện tối đa cho người dân, doanh nghiệp tham gia hoạt động phát triển du lịch. Do đó, mức độ cải cách hành chính nhà nước sẽ là những áp lực để công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển đòi hỏi phải hiệu quả hơn, đổi mới hơn thì mới đáp ứng được mức độ cải cách đó.

Hoạt động của các cơ quan hành chính nhà nước chịu sự chi phối của đội ngũ cán bộ, công chức, chế độ công vụ (Nguyễn Minh Phương & Bùi Văn Minh, 2018). Nếu thiếu sự lãnh đạo quyết liệt của chính quyền về các chính sách thì sẽ kìm hãm sự phát triển du lịch bền vững (Lisa Ruhanen, 2012). Theo Trần Thị Xuân Mai (2019), điều kiện về nguồn nhân lực giữ vai trò quyết định đến chất lượng của hoạt động quản lý nhà nước về du lịch, vì hoạt động quản lý nhà nước về du lịch cũng là một hoạt động kinh tế của mỗi địa phương, mỗi quốc gia. Do vậy, đội ngũ cán bộ công chức luôn là yếu tố quyết định hiệu lực, hiệu quả quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển. Đội ngũ này bao gồm cán bộ thông qua bầu cử, công chức được tuyển dụng theo chỉ tiêu biên chế và viên chức được tuyển dụng thông qua hợp đồng làm việc. Trình độ chuyên môn của các cán bộ, công chức có ảnh hưởng nhất định đến chất lượng công tác quản lý.

Bên cạnh đó, người dân và doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch biển, là đối tượng thụ hưởng các chính sách phát triển du lịch biển. Theo Nguyễn Thị Ánh Tuyết (2019), nhận thức của các tầng lớp dân cư trong xã hội là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến vai trò của nhà nước đối với phát triển du lịch. Nếu nhận thức đúng về tính chất của ngành du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao, vai trò của phát triển du lịch đối với phát triển kinh tế xã hội, thì Nhà nước sẽ có những chính sách ưu đãi tạo điều kiện cho ngành du lịch phát triển và ngược lại sẽ hạn chế.

Sự tham gia và ủng hộ của người dân, doanh nghiệp là nhân tố quan trọng góp phần nâng cao tính hiệu lực, hiệu quả của quản lý chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển (Nguyễn Minh Phương & Bùi Văn Minh, 2018). Thực tế rằng, nếu người dân, doanh nghiệp nhận thức cao vai trò của mình thì sự tham gia, ủng hộ đối với chính quyền càng cao, hoạt động quản lý của chính quyền sẽ thuận lợi và hiệu quả hơn.

Ngoài ra, nền kinh tế phát triển không thể thiếu hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và đây là những điều kiện để ngành du lịch phát triển khi chất lượng dịch vụ du lịch cung cấp cho khách hàng được nâng cao (Trần Thị Xuân Mai, 2019). Theo Nguyễn Minh Phương & Bùi Văn Minh (2018) thì việc đầu tư trang bị cơ sở vật chất, kỹ thuật bảo đảm cho sự vận hành của bộ máy và hoạt động của chế độ công vụ, công chức vừa là điều kiện, vừa là một trong những tiêu chí chủ yếu đánh giá hiệu quả của nền hành chính. Môi trường làm việc tốt là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của cán bộ, công chức cũng như quyết định đến chất lượng, hiệu quả hoạt động của cơ quan, tổ chức, đơn vị.

Do đó, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết sau:

H1 - Môi trường kinh tế xã hội của địa phương có ảnh hưởng đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển.

H2 - Thể chế quản trị địa phương (cơ chế, chính sách của Nhà nước, mức độ cải cách hành chính) đối với du lịch biển có ảnh hưởng đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển.

H3 - Đội ngũ cán bộ công chức quản lý du lịch biển có ảnh hưởng đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển.

H4 - Nhận thức của người dân, doanh nghiệp trong phát triển du lịch biển có ảnh hưởng đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển.

H5 - Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ quản lý ảnh hưởng tới công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển

Nhóm tác giả đưa ra thang đo cụ thể cho các biến trong mô hình (xem Bảng 8). Các câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 điểm, quan điểm người trả lời biến động từ mức 1= Hoàn toàn không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3 = Trung hòa, 4 = Đồng ý, 5= Hoàn toàn đồng ý.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Phân tích độ tin cậy (Cronbach's Alpha) cho phép nghiên cứu loại bỏ những biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu. Nghiên cứu này sẽ loại các biến quan sát có hệ số tương quan với biến tổng nhỏ hơn 0,3 và giữ lại các thang đo có hệ số Cronbach Alpha lớn hơn hoặc bằng 0,6.

Bảng 2: Kết quả phân tích Cronbach Alpha

Nhân tố	Số biến quan sát	Cronbach's alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
Môi trường kinh tế xã hội địa phương	5	0,812	0,483
Thế chế quản trị địa phương	4	0,863	0,682
Đội ngũ cán bộ công chức	5	0,866	0,593
Nhận thức của người dân, doanh nghiệp	4	0,875	0,662
Cơ sở vật chất kỹ thuật	5	0,848	0,524
Công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển	4	0,817	0,403

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022.

Kết quả kiểm định Hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6. Hệ số tương quan biến tổng đều từ 0,3 trở lên. Vì vậy, tất cả các biến này được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis)

Phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm tối thiểu hóa số lượng các biến quan sát trong khi tối đa số lượng các thông tin phân tích. Tác giả tiến hành phân tích EFA cho toàn bộ các biến quan sát với phép quay góc Varimax, eigenvalue > 1.0 để tìm ra các nhân tố đại diện cho các biến.

Bảng 3: Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

Yếu tố cần đánh giá	Kết quả	So sánh
Hệ số KMO	0,856	$0,5 < 0,856 < 1$
Giá trị Sig trong Kiểm định	0,000	$0,000 < 0,05$
Bartlett Phương sai trích	68,319	$68,319\% > 50\%$
Giá trị Eigenvalue	1,637	$1,637 > 1$

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022.

Dựa vào kết quả kiểm định KMO và Bartlett, có thể nhận thấy:

- KMO = 0,856 nên phân tích nhân tố là phù hợp
- Sig. (Bartlett's Test) = 0,000 < 0,05 nên các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể
- Eigenvalue = 1,637 > 1 đại diện một phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất.
- Tổng phương sai trích = 68,319% > 50% chứng tỏ 68,319% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 5 nhân tố mới.

Kết quả phân tích nhân tố cho các biến độc lập thấy có 5 nhân tố được rút trích (Bảng 4). Hệ số Factor loading của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5. Do vậy, các biến quan sát được đạt yêu cầu, có thể tiếp tục tiến hành bước tiếp theo.

Bảng 4: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

	1	2	3	4	5
CBCC3	0,858				
CBCC4	0,768				
CBCC1	0,765				
CBCC5	0,763				
CBCC2	0,586				
CSVC4		0,862			
CSVC1		0,824			
CSVC3		0,731			
CSVC2		0,728			
CSVC5		0,593			
TCQT2			0,807		
TCQT1			0,786		
TCQT4			0,775		
TCQT3			0,767		
NTND2				0,821	
NTND1				0,809	
NTND3				0,774	
NTND4				0,723	
MTKT2					0,814
MTKT1					0,796
MTKT3					0,753
MTKT4					0,716
MTKT5					0,661

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022

4.3. Xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố

Để đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội, tác giả sử dụng hệ số xác định R^2 . Hệ số R^2 cho biết % sự biến động của biến phụ thuộc (công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển) được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình. Tuy nhiên, sử dụng hệ số xác định R^2 có nhược điểm là giá trị R^2 tăng khi số biến X đưa vào mô hình tăng mặc dù biến đưa vào không có ý nghĩa. Vì vậy, tác giả sử dụng R^2 điều chỉnh để quyết định việc đưa thêm biến vào mô hình.

Để kiểm định độ phù hợp của mô hình, tác giả sử dụng kiểm định F nhằm xem xét biến phụ thuộc có liên hệ tuyến tính với toàn bộ tập hợp các biến độc lập không. Đa cộng tuyến là trạng thái trong đó các biến độc lập có tương quan chặt chẽ với nhau. Để kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến, tác giả sử dụng hệ số phóng đại phương sai (VIF). Nếu giá trị hệ số này < 2 thì quan hệ đa cộng tuyến giữa các biến độc lập là không đáng kể.

Theo Bảng 5, giá trị hệ số R^2 điều chỉnh là 0,711, cho thấy sự tương thích của mô hình với biến quan sát là hợp lý và biến phụ thuộc “công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển” được giải thích khá tốt bởi 5 biến độc lập trong mô hình. Hệ số Durbin- Watson = 1,488 cho thấy mô hình không vi phạm khi sử dụng phương pháp hồi quy bội và cho phép chấp nhận giả thuyết không có tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội thỏa mãn các điều kiện đánh giá và kiểm định độ phù hợp cho việc rút ra các kết quả nghiên cứu.

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Model	Hệ số R	Hệ số R^2	R^2 điều chỉnh	Se	Durbin-Watson
1	0,846 ^a	0,716	0,711	0,30274	1,488

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022

Bảng 6 cho thấy giá trị $F = 126,274$; giá trị sig = 0,000 tức là mối quan hệ này đảm bảo độ tin cậy với mức độ cho phép là 5%. Như vậy, các biến độc lập có tác động đến “công tác quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh” của các nhà quản lý và mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Bảng 6: Kết quả ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa
Giữa các nhóm	57,865	5	11,573	126,274	0,000 ^b
1 Trong cùng nhóm	22,912	250	0,092		
Tổng	80,777	255			

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022

Hệ số VIF của các biến độc lập trong mô hình đều < 2 thể hiện tính đa cộng tuyến của các biến độc lập không đáng kể và các biến trong mô hình được chấp nhận.

Bảng 7: Kết quả mô hình hồi quy các nhân tố tác động

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Thống kê t	Mức ý nghĩa Sig (t)	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	VIF
(Constant)	-0,094	0,184		-0,509	0,032		
MTKT	0,117	0,036	0,113	3,262	0,001	0,943	1,061
TCQT	0,198	0,035	0,229	5,657	0,000	0,693	1,444
1 CSVC	0,207	0,037	0,224	5,545	0,000	0,697	1,435
CBCC	0,349	0,040	0,364	8,780	0,000	0,661	1,513
NTND	0,202	0,035	0,242	5,763	0,000	0,645	1,550

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022

Kiểm tra độ phù hợp của các biến độc lập thông qua kiểm định t (Student), những biến độc lập nào có mức ý nghĩa thống kê của $t < 0,05$ thì được chấp nhận và giữ lại mô hình.

Mức ý nghĩa của thống kê t đối với các biến độc lập đều có giá trị Sig $t < 0,05$, điều này nói lên rằng sự giải thích của các biến độc lập lên biến phụ thuộc trong mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 5%. Độ mạnh yếu của từng biến số độc lập tác động lên biến phụ thuộc được xem xét dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa (beta), nếu trị tuyệt đối của hệ số này càng lớn thì mức độ ảnh hưởng của biến độc lập lên biến phụ thuộc càng mạnh. Đối chiếu theo bảng trên thì biến có tác động mạnh nhất đối với công tác quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với du lịch biển đó là “CBCC- Đội ngũ cán bộ công chức quản lý” và sau đó lần lượt là các biến: “NTND-Nhận thức của người dân, doanh nghiệp”; “TCQT- Thể chế quản trị địa phương”, “CSVC-Cơ sở vật chất kỹ thuật”; và cuối cùng là “MTKT- Môi trường kinh tế xã hội địa phương”. Sự biến thiên của biến phụ thuộc và từng biến độc lập phù hợp với dấu kỳ vọng.

Theo kết quả phân tích hồi quy, nhân tố “Đội ngũ cán bộ công chức quản lý” là nhân tố tác động mạnh nhất đến công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển. Nghĩa là, đội ngũ cán bộ công chức có vai trò quan trọng trong công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển. Thang đo này được đại đa số hành khách đánh giá dưới mức đồng ý. Đặc biệt, tiêu chí “Công tác đánh giá, khen thưởng, kỷ luật cán bộ công chức được thực hiện công khai minh bạch” được đánh giá thấp nhất so với các tiêu chí khác với mức điểm bình quân 3,62.

Nhân tố tác động thứ hai tới công tác quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với du lịch biển là “Nhận thức của người dân, doanh nghiệp”. Trong đó biến quan sát “Người dân, doanh nghiệp tích cực tham gia các chương trình tập huấn về phát triển du lịch biển” được đánh giá thấp nhất với mức điểm bình quân 3,52.

Nhân tố tác động thứ ba tới công tác quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với phát triển du lịch biển là “Thể chế quản trị địa phương”. Trong đó biến quan sát “Các thủ tục hành chính trong lĩnh vực du lịch biển được tinh gọn hợp lý” được đánh giá thấp nhất.

Bảng 8: Kết quả thống kê mô tả thang đo

Mã hóa	Thang đo	Mean	Std.	Min	Max
I	Môi trường kinh tế xã hội, tiềm năng lợi thế của địa phương				
MTKT1	Tốc độ tăng trưởng kinh tế của địa phương ổn định	3,94	0,692	1	5
MTKT2	Đời sống của người dân cải thiện	3,95	0,704	1	5
MTKT3	Môi trường đầu tư tại địa phương thông thoáng	3,96	0,732	1	5
MTKT4	Thu nhập của người dân địa phương nâng cao	3,98	0,738	1	5
MTKT5	Thanh Hóa có nhiều lợi thế phát triển du lịch biển	3,70	0,735	1	5
II	Thế chế quản trị địa phương				
TCQT1	Các cơ chế chính sách của nhà nước tạo điều kiện cho du lịch biển tại địa phương phát triển	3,93	0,871	2	5
TCQT2	Cơ chế chính sách quản lý của Nhà nước có vai trò quan trọng đảm bảo công tác quản lý du lịch biển tại địa phương hiệu lực, hiệu quả	3,72	0,771	2	5
TCQT3	Các thủ tục hành chính trong lĩnh vực du lịch biển được tinh gọn hợp lý	3,62	0,663	2	5
TCQT4	Tiến độ thực hiện cải cách hành chính trong lĩnh vực du lịch biển được thực hiện kịp thời	3,70	0,773	2	5
III	Đội ngũ cán bộ quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh				
CBCC1	Cán bộ công chức có trình độ chuyên môn phù hợp đáp ứng nhiệm vụ được giao	3,70	0,679	2	5
CBCC2	Cán bộ công chức có ý thức trách nhiệm trong thực hiện nhiệm vụ	3,80	0,779	2	5
CBCC3	Đội ngũ cán bộ công chức được quan tâm đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn	3,65	0,720	2	5
CBCC4	Cán bộ công chức có khả năng ứng dụng công nghệ thông tin vào thực hiện nhiệm vụ	3,70	0,696	2	5
CBCC5	Công tác đánh giá, khen thưởng, kỷ luật cán bộ công chức được thực hiện công khai minh bạch	3,62	0,751	2	5
IV	Nhận thức của người dân, doanh nghiệp				
NTND1	Người dân, doanh nghiệp tuân thủ các chính sách phát triển du lịch biển của người dân, doanh nghiệp	3,74	0,753	1	5
NTND2	Người dân, doanh nghiệp tích cực tham gia các chương trình tập huấn về phát triển du lịch biển	3,52	0,797	1	5
NTND3	Người dân, doanh nghiệp tích cực hỗ trợ chính quyền các chương trình, dự án phát triển du lịch biển	3,76	0,827	1	5
NTND4	Người dân và doanh nghiệp ủng hộ các chính sách của chính quyền địa phương	3,54	0,776	1	5
V	Cơ sở vật chất kỹ thuật				
CSVC1	Đáp ứng tốt về không gian làm việc, môi trường làm việc	3,59	0,686	2	5
CSVC2	Trang thiết bị phục vụ hoạt động quản lý phát triển du lịch biển đầy đủ	3,50	0,714	2	5
CSVC3	Hệ thống công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý phát triển du lịch biển được vận hành tốt	3,77	0,809	2	5
CSVC4	Địa phương quan tâm đầu tư hệ thống công nghệ thông tin trong quản lý hoạt động phát triển du lịch biển	3,62	0,704	2	5
CSVC5	Hệ thống giao thông của địa phương được quan tâm đầu tư cải thiện	3,93	0,920	2	5
VI	Quản lý của chính quyền cấp tỉnh đối với phát triển du lịch biển				
QLCQ1	Công tác xây dựng định hướng, mục tiêu phát triển du lịch biển đảm bảo hiệu lực, hiệu quả	3,75	0,707	2	5
QLCQ2	Xây dựng hệ thống chính sách về phát triển du lịch biển đảm bảo hiệu lực, hiệu quả	3,95	0,695	2	5
QLCQ3	Tổ chức bộ máy điều hành các hoạt động du lịch biển tại địa phương hiệu lực, hiệu quả	3,80	0,624	2	5
QLCQ4	Công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động phát triển du lịch biển đảm bảo hiệu lực, hiệu quả	4,09	0,794	2	5

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả, 2022

5. Kết luận và kiến nghị

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy để tăng cường *công tác quản lý của chính quyền tỉnh Thanh Hóa đối với* du lịch biển thì cần tập trung cải thiện nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công chức, đặc biệt là nâng cao năng lực quản lý, điều hành và thực thi công vụ thông qua việc thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ.

Bên cạnh đó, tỉnh Thanh Hóa cần sớm hoàn thiện cơ chế chính sách, cải cách thủ tục hành chính, nhất là sớm đơn giản hóa các thủ tục cấp phép đầu tư vào du lịch biển; hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật và môi trường kinh tế xã hội địa phương. Cần chú trọng nâng cao nhận thức của người dân và doanh nghiệp thông qua đẩy mạnh công tác tuyên truyền bằng nhiều hình thức đa dạng, ứng dụng công nghệ hiện đại để đẩy mạnh quảng bá, tổ chức các cuộc tập huấn, lồng ghép với các hoạt động văn hóa, văn nghệ, các cuộc thi tìm hiểu du lịch biển.

Tài liệu tham khảo

- Çetinel, F., & Yolal, M. (2009), 'Public policy and sustainable tourism in Turkey', *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 4(3), 35-50.
- Hall, C. M. (2001), 'Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?', *Ocean & coastal management*, 44(9-10), 601-618.
- Ivana Logar (2010), 'Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments', *Tourism Management*, 31(1), 125-135.
- Lisa Ruhanen (2012), 'Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development?', *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 0-98.
- Miller, M. L., Auyong, J., & Hadley, N. P. (2011), *Sustainable coastal tourism: challenges for management, planning, and education*, Retrieved March, 10, 2017.
- Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018), 'Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế', luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Hoàng Tứ (2016), 'Quản lý nhà nước địa phương đối với phát triển du lịch bền vững tại một số tỉnh miền Trung Việt Nam', luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại.
- Nguyễn Mạnh Cường (2015), 'Vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch bền vững tỉnh Ninh Bình', luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
- Nguyễn Minh Phương & Bùi Văn Minh (2018), *Các yếu tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước ở nước ta hiện nay*, truy cập lần cuối ngày 19 tháng 07 năm 2022, từ: <https://tcnn.vn/news/detail/41620/Cac-yeu-to-tac-dong-den-hieu-qua-quan-ly-nha-nuoc-o-nuoc-ta-hien-nay.html>.
- Nguyễn Thị Ánh Tuyết (2019), 'Vai trò của Nhà nước đối với phát triển du lịch Việt Nam sau khi hình thành cộng đồng Kinh tế Asean (AEC)', luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
- Nguyễn Văn Đình & Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội
- Orams, M. (1999), *Marine tourism: development, impacts and management*, Routledge.
- S.Medlik (1991), *Managing Tourism*, Butterworth - Heinemann Ltd.
- Thongphon, Aree & Patarapong (2013), 'Sustainable Tourism Development and Management in the Phuket Province, Thailand', *Asian Social Science*, 9(7), 75-82.
- Trần Thị Xuân Mai (2019), 'quản lý nhà nước về du lịch tại Đồng bằng Sông Cửu Long', luận án tiến sĩ, Học viện Hành chính quốc gia.
- Vũ Lan Hương (2022), 'Quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch của tỉnh Hòa Bình', luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại.
- Vũ Văn Hùng (2019), 'Nghiên cứu khám phá các nhân tố tác động đến hiệu quả quản lý nhà nước về kinh tế ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế', *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 129, 21-31.

CÁC YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH NHU CẦU TÍN DỤNG VÀ KHẢ NĂNG TIẾP CẬN CÁC NGUỒN TÍN DỤNG CHÍNH THỨC CỦA NÔNG HỘ: NGHIÊN CỨU Ở TỈNH HÒA BÌNH, VIỆT NAM

Nguyễn Thế Kiên

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội

E-mail: nguyenthekien@vnu.edu.vn

Mã bài: JED - 1137

Ngày nhận bài: 06/01/2023

Ngày nhận bài sửa: 13/03/2022

Ngày duyệt đăng: 16/03/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1137

Tóm tắt

Bài viết nghiên cứu các yếu tố quyết định đến nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức của nông hộ tại tỉnh Hòa Bình. Chúng tôi tập trung vào sáu đặc điểm nội tại chính mà các tổ chức tín dụng có thể kiểm soát bao gồm lãi suất, yêu cầu tín dụng, quy trình cho vay, chất lượng dịch vụ, thời gian ân hạn và khoảng cách. Sử dụng phương pháp PLS-SEM phân tích dữ liệu thu thập từ 389 nông hộ tại Hòa Bình, kết quả cho thấy lãi suất không làm thay đổi nhu cầu tín dụng nhưng có thể làm giảm ý định vay vốn của hộ nông nghiệp. Bên cạnh đó, các yêu cầu tín dụng thường không có tác động đến cả nhu cầu tín dụng và quyết định của hộ gia đình trong khi chất lượng dịch vụ và thời gian ân hạn luôn có tác động tích cực đến nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn. Kết quả nghiên cứu này giúp các tổ chức tín dụng chính thức có các chính sách để thu hút khách hàng nông hộ.

Từ khóa: Nhu cầu tín dụng, Nguồn tín dụng chính thức, Nông hộ, Hòa Bình.

Mã JEL: E63, G59

Determinants of credit demand and credit access to formal credit sources of agricultural household: Evidence of Hoa Binh Province, Vietnam

Abstract

This paper studies the credit institution-related factors determining the credit demand and decision to apply for a loan from formal credit institutions of agricultural households in Hoa Binh Province, Vietnam. We focus on the six main internal characteristics that credit institutions could control, including interest rates, eligible requirements, lending procedure, service quality, grace period, and distance from household to credit institutions. Using the PLS-SEM method to analyze the data collected from 389 agricultural households in Hoa Binh, the results show that interest rates do not change the demand for credit but can reduce the intention to make a loan to an agricultural household. Besides, eligible requirements usually do not affect both credit demand and the household's decision, while service quality and grace period consistently positively impact credit demand and loan decision. The results of these studies help formal credit institutions have a useful strategy to attract more agricultural households.

Keywords: Credit demand, Official credit sources, Agricultural households, Hoa Binh

JEL codes: E63, G59

1. Giới thiệu

Ngành nông nghiệp, bao gồm trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản và lâm nghiệp, đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế và xã hội của Việt Nam. Ngành nông nghiệp góp phần đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, cung cấp đủ lương thực cho dân số 96,48 triệu dân của Việt Nam. Nó chiếm khoảng 13,96% trong tổng GDP của Việt Nam năm 2019. Đối với hầu hết các hộ nông nghiệp, tín dụng là nguồn vốn quan trọng để duy trì và mở rộng sản xuất. Tín dụng rất quan trọng đối với các hộ gia đình nông nghiệp vì nó cho phép họ tiếp cận với nguồn vốn mà có thể không có sẵn cho họ. Nó giúp các hộ gia đình nông nghiệp đảm bảo các nguồn lực, thiết bị và đất đai mà họ cần để vận hành một trang trại thành công. Mặc dù ngành nông nghiệp Việt Nam đang có những thay đổi nhanh chóng, nhưng ngành này đã và đang bị hạn chế về triển vọng tăng trưởng do thiếu các cơ hội tài chính phù hợp và toàn diện cho các hộ gia đình nông nghiệp, đặc biệt là các hộ nông dân sản xuất nhỏ. Các dịch vụ tài chính ở khu vực nông thôn, đặc biệt là đối với nông dân sản xuất nhỏ, có tầm quan trọng hàng đầu đối với các nỗ lực giảm nghèo hơn nữa. Tuy nhiên, nguồn cung cấp tín dụng chính thức thấp ở những khu vực này, một phần do chính sách chính thức giữ lãi suất dưới mức thị trường mà các ngân hàng yêu cầu. Tăng trưởng về khả năng cung cấp tín dụng cũng bị hạn chế bởi các quy định khác, chẳng hạn như yêu cầu về tài sản thế chấp, lịch trình cho vay và trả nợ có thể không phù hợp với nhu cầu của nông dân, và các thủ tục rườm rà cản trở việc tiếp cận của những nông dân kém giàu có và trình độ học vấn thấp hơn (de Brauw & cộng sự, 2020).

Bên cạnh nguồn vốn, một vấn đề chính khác đối với việc tiếp cận tín dụng là khả năng tiếp cận. Trên thực tế, hầu hết các hộ nghèo thấy khó tiếp cận tín dụng chính thức và tìm kiếm các giải pháp thay thế khác. Nhờ đó, thị trường tín dụng ở Việt Nam đã phát triển song song tồn tại cả tín dụng chính thức và phi chính thức; sự chiếm ưu thế ngày càng tăng của tín dụng chính thức ở Việt Nam có thể sẽ giải quyết các nỗ lực của Chính phủ (Nguyen, 2007; Duy & cộng sự, 2012). Ngược lại, khả năng tiếp cận tín dụng chính thức bị hạn chế do thông tin không đối xứng và việc thực thi.

Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu về tiếp cận tín dụng của nông dân. Saqib & cộng sự (2017) xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng nông nghiệp của nông dân tại khu vực dễ bị rủi ro thiên tai lũ lụt ở Pakistan. Adams (2015) điều tra mức độ tiếp cận tín dụng vi mô của nông dân trồng rau Dzorwulu và ảnh hưởng của nó đối với các quyết định đầu tư của nông dân. Agbo & cộng sự. (2015) kiểm tra khả năng tiếp cận tín dụng của nông dân trồng rau ở Nigeria với vùng nông nghiệp Owerri của Bang Imo, Nigeria. Anang & cộng sự (2015) ước tính các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn vay và các yếu tố quyết định quy mô khoản vay. Mayowa (2015) phân tích các yếu tố quyết định việc các hộ nông dân sản xuất nhỏ ở các khu vực ven đô của huyện Mopani, tỉnh Limpopo mua lại khoản vay từ Ngân hàng Đất đai Nam Phi. Nouman & cộng sự (2013) nghiên cứu tác động của các đặc điểm kinh tế - xã hội của nông dân (tuổi, tình trạng hôn nhân, trình độ học vấn, số người phụ thuộc, nghề nghiệp khác, quy mô trang trại, tình trạng trang trại, tình trạng thuê nhà, kinh nghiệm làm nông, thu nhập từ nông nghiệp và thu nhập từ các nghề khác) đến tiếp cận tín dụng nông nghiệp ở Pakistan.

Đối với các trường hợp ở Việt Nam, Linh & cộng sự (2019) tập trung vào đặc điểm của thị trường tín dụng nông thôn, các yếu tố quyết định khả năng tiếp cận thị trường của nông dân, tác động kinh tế xã hội của việc tiếp cận tín dụng ở Việt Nam và so sánh ngắn gọn với tác động của một số nước đang phát triển bằng cách xem xét các tài liệu và bằng chứng thực nghiệm hiện có. Kết quả của nghiên cứu này cho thấy nhiều yếu tố kinh tế xã hội như: tuổi tác, quy mô gia đình, thu nhập hộ gia đình, trình độ học vấn, giới tính và quy mô đất đai sở hữu có tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng của nông dân. Bên cạnh những yếu tố quan sát được, vốn xã hội cũng được xem là yếu tố vô hình tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng của các hộ gia đình.

Mặc dù có nhiều nghiên cứu về vấn đề các yếu tố quyết định khả năng tiếp cận tín dụng của hộ nông nghiệp nhưng rất ít nghiên cứu tập trung vào các yếu tố liên quan đến tổ chức tín dụng mà tổ chức tín dụng có thể kiểm soát nội bộ. Trong nghiên cứu này, chúng tôi xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp tại tỉnh Hòa Bình, Việt Nam bằng phương pháp mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Chúng tôi tập trung vào sáu yếu tố bên trong quan trọng nhất mà các tổ chức tín dụng có thể tác động, bao gồm lãi suất, điều kiện, thủ tục cho vay, chất lượng dịch vụ, thời gian ân hạn

và khoảng cách từ nhà đến tổ chức tín dụng. Sử dụng phương pháp PLS-SEM, kết quả chỉ ra rằng lãi suất không ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng nhưng có thể làm giảm ý định vay vốn của các hộ nông dân. Ngoài ra, các yêu cầu về tính đủ điều kiện thường ít ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng hộ gia đình hoặc quyết định vay vốn, trong khi chất lượng dịch vụ và thời gian ân hạn có tác động thuận lợi nhất quán đến cả nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn. Nghiên cứu này giúp các tổ chức tín dụng chính thức xác định các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu và lựa chọn cho vay đối với các hộ gia đình nông thôn, điều cần thiết để phát triển các chiến lược nhằm thu hút nhiều khách hàng hơn từ khu vực này.

Phần còn lại của bài báo được trình bày như sau. Phần 2 nghiên cứu tổng quan tài liệu và phát triển các giả thuyết. Phần 3 giới thiệu địa bàn nghiên cứu. Phần 4 mô tả dữ liệu. Phần 5 trình bày kết quả và thảo luận. Phần 6 đưa ra các kết luận.

2. Tổng quan tài liệu và các giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu này tập trung vào các yếu tố liên quan đến tổ chức tín dụng có ảnh hưởng đến nhu cầu vay vốn và quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp. Việc hiểu rõ điểm mạnh, điểm yếu bên trong của tổ chức tín dụng có thể giúp họ phục vụ khách hàng nông nghiệp tốt hơn, từ đó giúp tăng nhu cầu vay vốn và quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp.

2.1. Lãi suất

Lãi suất là một trong những yếu tố quan trọng nhất quyết định đến quyết định vay vốn của nông dân (Oluwasola & Alimi, 2008). Dehejia & cộng sự (2012) điều tra nhu cầu vay vốn tại các khu ổ chuột ở Dhaka, Bangladesh, để xác định liệu lãi suất có quan trọng hay không. Các tác giả mô tả tác động của việc tăng lãi suất đối với việc vay vốn của các tổ chức tài chính vi mô và ước tính độ co giãn của lãi suất nằm trong khoảng từ -0,73 đến -1,04. Ojo & cộng sự (2019) sử dụng dữ liệu cắt ngang từ 360 nông dân trồng lúa ở ba bang Tây Nam Nigeria để chỉ ra rằng lãi suất là một yếu tố có ý nghĩa thống kê đối với lượng tín dụng nhận được. Tóm lại, nghiên cứu nói trên xác nhận trực giác kinh tế rằng lãi suất cao làm giảm nhu cầu vay và quyết định vay. Do đó, chúng tôi có hai giả thuyết:

H1a: Lãi suất có tác động tiêu cực đến nhu cầu vay vốn.

H1b: Lãi suất có tác động ngược chiều đến quyết định cho vay.

2.2. Yêu cầu tín dụng

Yêu cầu từ các tổ chức tín dụng có thể là rào cản đối với các cá nhân trong việc đưa ra quyết định vay vốn Beck & cộng sự. (2006) tạo và phân tích các chỉ số về khả năng tiếp cận vật lý, khả năng chi trả và các hạn chế về tính đủ điều kiện đối với các dịch vụ cho vay bằng cách sử dụng dữ liệu từ 193 ngân hàng ở 58 quốc gia. Kết quả cho thấy yêu cầu xuất trình nhiều loại giấy tờ làm giảm số lượng người có ý định vay vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức. Ngoài ra, các hạn chế về tài sản thế chấp do người cho vay áp đặt dẫn đến sự tự loại trừ, vì những người đi vay tiềm năng không muốn vay do nhận thức về chi phí giao dịch cao và rủi ro vỡ nợ (Guirkinger & Boucher, 2008). Awunyo-Vitor & cộng sự (2014) và Adams (2021) chỉ ra rằng có nhiều yêu cầu mà người nông dân cần phải chứng minh để được vay vốn từ các tổ chức tín dụng như bằng chứng về kinh nghiệm canh tác của mình, có người đứng tên đồng vay, có lịch sử tín dụng tốt, có tài sản thế chấp, v.v.

Dựa trên các nghiên cứu trên, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H2a: Yêu cầu tín dụng có tác động tiêu cực đến nhu cầu vay vốn.

H2b: Yêu cầu tín dụng có tác động ngược chiều đến quyết định cho vay.

2.3. Thủ tục cho vay

Thủ tục vay vốn chậm và phức tạp thường không khuyến khích các hộ nông nghiệp tiếp cận các nguồn tín dụng chính thức (Razzaq & cộng sự, 2019). Moahid & Maharjan (2020) khám phá những yếu tố nào ảnh hưởng đến việc tham gia tín dụng của các hộ nông dân bằng cách sử dụng khảo sát 292 hộ nông dân Afghanistan. Theo kết quả điều tra các hạn chế tín dụng, thủ tục phức tạp làm tăng khả năng tránh tín dụng chính thức của hộ nông dân. Julien & cộng sự (2021) lập luận rằng quyết định yêu cầu các khoản vay chính

thức của nông dân được cải thiện khi trình độ học vấn của họ tăng lên, vì họ có thể hiểu và tuân thủ tốt hơn các chính sách và thủ tục của các tổ chức này. Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H3a: Thủ tục cho vay có tác động tiêu cực đến nhu cầu vay vốn.

H3b: Thủ tục cho vay có tác động tiêu cực đến quyết định cho vay.

2.4. Chất lượng dịch vụ

Theo André (2016), trong lĩnh vực nông nghiệp, nguồn cung tín dụng của các tổ chức tài chính không phù hợp với nhu cầu tín dụng của nông dân. Thông thường, các dịch vụ tài chính không phù hợp với thực tế của môi trường nông nghiệp, điều này hạn chế khả năng vay vốn của các hộ gia đình. Pakurar & cộng sự. (2019) điều tra các đặc điểm chất lượng dịch vụ (hữu hình, khả năng đáp ứng, sự đồng cảm, sự đảm bảo, độ tin cậy, khả năng tiếp cận, khía cạnh tài chính và năng lực của nhân viên) ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng Jordan. Họ lưu ý rằng lĩnh vực tín dụng là một thị trường cạnh tranh cao và chất lượng dịch vụ có thể hỗ trợ mở rộng cơ sở khách hàng của các tổ chức tín dụng. Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H4a: Chất lượng dịch vụ có tác động tích cực đến nhu cầu vay vốn.

H4b: Chất lượng dịch vụ có tác động tích cực đến quyết định vay vốn.

2.5. Thời gian ân hạn

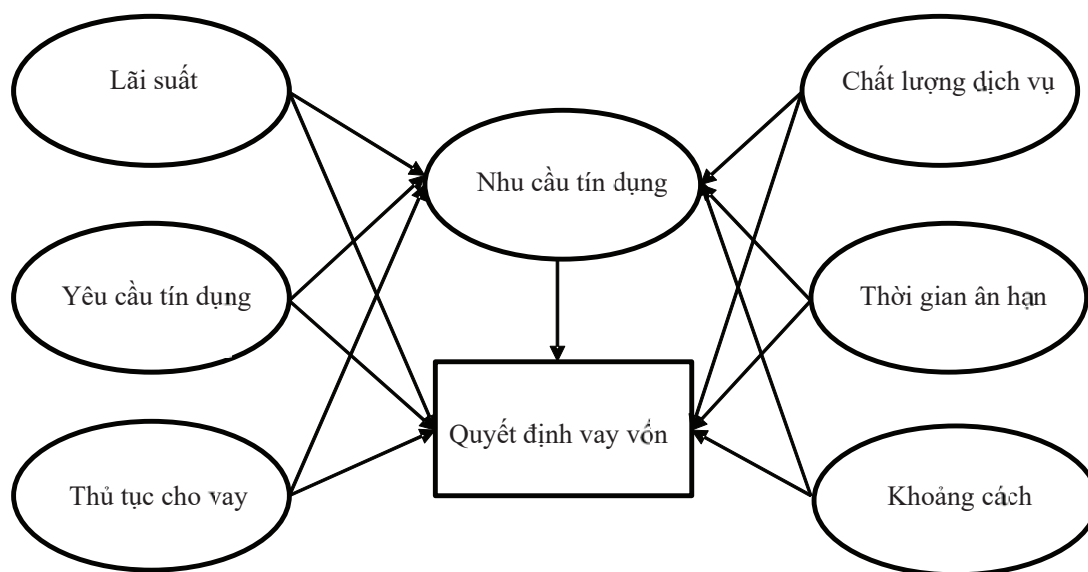
Thời gian ân hạn là khoảng thời gian mà các chủ nợ cho phép người đi vay thực hiện thanh toán mà không phải chịu phí trả chậm hoặc rủi ro vỡ nợ. Nhiều người vay nông nghiệp muốn có thời gian ân hạn cho phép người vay hoãn thanh toán trong một thời gian ngắn sau ngày đáo hạn. Trong thời gian ân hạn này, không tính phí trả chậm và việc chậm trễ không thể dẫn đến vỡ nợ hoặc chấm dứt hợp đồng (Odhiambo & Upadhyaya, 2021). Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H5a: Thời gian ân hạn có tác động tích cực đến nhu cầu vay vốn.

H5b: Thời gian ân hạn có tác động tích cực đến quyết định cho vay.

2.6. Khoảng cách

Hình 1. Khung nghiên cứu



Theo Pitt & Khandker (2002), việc tham gia vào chương trình tín dụng hoặc quy mô khoản vay được xác định bởi các đặc điểm của hộ gia đình (giới tính của chủ hộ, tuổi của chủ hộ, số thành viên trong hộ, trình độ học vấn, v.v.) và các đặc điểm của xã bao gồm khoảng cách từ cộng đồng đến các ngân hàng chính phủ gần

nhất và khoảng cách từ cộng đồng đến ngân hàng gần nhất. Chandio & cộng sự (2021) cho rằng các gia đình không muốn vay tiền từ các tổ chức tín dụng ở xa hơn. Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H6a: Khoảng cách có tác động tiêu cực đến nhu cầu vay vốn.

H6b: Khoảng cách có tác động tiêu cực đến quyết định cho vay.

Từ tổng quan tài liệu trên, chúng tôi xây dựng khung nghiên cứu như trong Hình 1 dưới đây. Ngoài ra, trong số các giả thuyết nêu trên, chúng tôi muốn tìm hiểu xem nhu cầu tín dụng dẫn đến quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp như thế nào. “Quyết định vay” ở đây có nghĩa là hộ nông nghiệp có quyết định vay vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức hay không. Quyết định cho vay có thể bị ảnh hưởng bởi tất cả các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng và bản thân nhu cầu tín dụng. Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H7: Cầu tín dụng có tác động tích cực đến quyết định vay vốn.

3. Khu vực nghiên cứu

Hòa Bình là một tỉnh miền núi Tây Bắc Việt Nam, cách Thủ đô Hà Nội hơn 70km, có ba vùng biên giới là Tây Bắc, Đông Bắc và Bắc Trung Bộ. Tỉnh Hòa Bình có 11 huyện, một thành phố với 210 xã, phường, thị trấn. Dân số trên 83 nghìn người, với 6 dân tộc chính (Mường, Kinh, Thái, Tày, Dao, H'Mông), trong đó dân tộc Mường chiếm đa số trên 63%. Tỉnh có diện tích 4590,57 km² và dân số 854.131 người. Năm 2020, GDP bình quân đầu người của tỉnh ước đạt 2625 USD.

Tổng diện tích của tỉnh Hòa Bình là 459.524,36 ha. Đất nông nghiệp là 307.986 ha, chiếm 67% tổng diện tích tự nhiên, gồm 55.151 ha đất nông nghiệp; 251.315 ha đất lâm nghiệp; 1.335 ha đất nuôi trồng thủy sản; 185 ha đất nông nghiệp khác. Do đặc điểm địa lý tiếp giáp với đồng bằng sông Hồng và thủ đô Hà Nội, với điều kiện tự nhiên, đất đai, đặc điểm văn hóa phong phú, đa dạng đã tạo điều kiện cho tỉnh Hòa Bình phát triển nông nghiệp.

Đối với phát triển nông, lâm nghiệp, tỉnh Hòa Bình có thổ nhưỡng, khí hậu đa dạng; đất có độ phì cao, đất lâm nghiệp, đất nông nghiệp, đất mặt chưa sử dụng lớn là điều kiện tốt để đầu tư vào lĩnh vực trồng rừng và cây công nghiệp, dược liệu, sản xuất nông nghiệp công nghệ cao. Về nuôi trồng thủy sản, tỉnh Hòa Bình có mạng lưới sông, suối, hồ, đầm phân bố khắp các huyện, thành phố. Đặc biệt sông Đà chảy qua Mai Châu, Đà Bắc, Tân Lạc, thành phố Hòa Bình và huyện Kỳ Sơn; Hồ chứa nước Hòa Bình với diện tích khoảng 8.000 ha là điều kiện thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá mô hình nghiên cứu và kiểm định các giả thuyết đã nêu, bảng câu hỏi khảo sát được sử dụng để thu thập dữ liệu cho nghiên cứu này. Tất cả các biến quan sát được xác định bằng thang đo Likert, nằm trong khoảng từ 1 (rất không đồng ý) đến 5 (rất đồng ý). Mẫu nghiên cứu được lấy từ các hộ nông nghiệp tại tỉnh Hòa Bình, Việt Nam. Để đảm bảo tính đại diện của mẫu nghiên cứu, đáp viên được chọn ngẫu nhiên từ các nông hộ sản xuất ở 10 huyện, thành phố của tỉnh Hòa Bình. Các đáp viên được lựa chọn để đảm bảo tính đại diện cho giới tính, độ tuổi, sản phẩm nông nghiệp, v.v.

Sau quá trình điều tra và làm sạch dữ liệu, 389 bảng hỏi hoàn chỉnh được sử dụng cho nghiên cứu này. Trước khi đánh giá tác động nhân quả của các biến, chúng tôi kiểm tra tính hợp lệ và độ tin cậy của mô hình nghiên cứu bằng cách kiểm tra hệ số tải nhân tố, Cronbach's alpha (CA), hệ số tải từ phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phương sai trích trung bình (AVE) và Độ tin cậy tổng hợp (CR). Dữ liệu sau đó được phân tích bằng cách sử dụng mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất một phần (PLS-SEM) với sự hỗ trợ của phần mềm SmartPLS4.

5. Kết quả và thảo luận

5.1. Độ tin cậy và giá trị hội tụ

Bảng 1 minh họa mô hình đo lường. Tất cả CA đều đạt giá trị khuyến nghị cao hơn 0,70, giá trị nằm trong khoảng từ 0,923 đến 0,964. CR nằm trong khoảng từ 0,45 đến 0,974 cũng đáp ứng các tiêu chí vì nó cao hơn giá trị khuyến nghị tối thiểu là 0,70 (Hair & cộng sự, 2019). Giá trị AVE của bốn biến nằm trong khoảng 0,812 và 0,904, đáp ứng giá trị khuyến nghị trên 0,50. Hệ số tải nhân tố thỏa mãn giá trị khuyến nghị trên

0,8 (Hair & cộng sự, 2019).

Bảng 1. Kết quả độ tin cậy và giá trị hội tụ

Biến		Factor loading	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted	Composite Reliability
Lãi suất (IR)	IR1	0.893	0.923	0.812	0.945
	IR2	0.927			
	IR3	0.919			
	IR4	0.864			
Yêu cầu tín dụng (ER)	ER1	0.938	0.964	0.904	0.974
	ER2	0.976			
	ER3	0.965			
	ER4	0.922			
Thủ tục cho vay (LP)	LP1	0.954	0.957	0.873	0.965
	LP2	0.979			
	LP3	0.933			
	LP4	0.868			
Chất lượng dịch vụ (SQ)	SQ1	0.922	0.947	0.861	0.961
	SQ2	0.962			
	SQ3	0.945			
	SQ4	0.882			
Thời gian ân hạn (GP)	GP1	0.924	0.949	0.866	0.963
	GP2	0.961			
	GP3	0.947			
	GP4	0.89			
Nhu cầu tín dụng (CD)	CD1	0.915	0.947	0.861	0.961
	CD2	0.96			
	CD3	0.943			
	CD4	0.891			

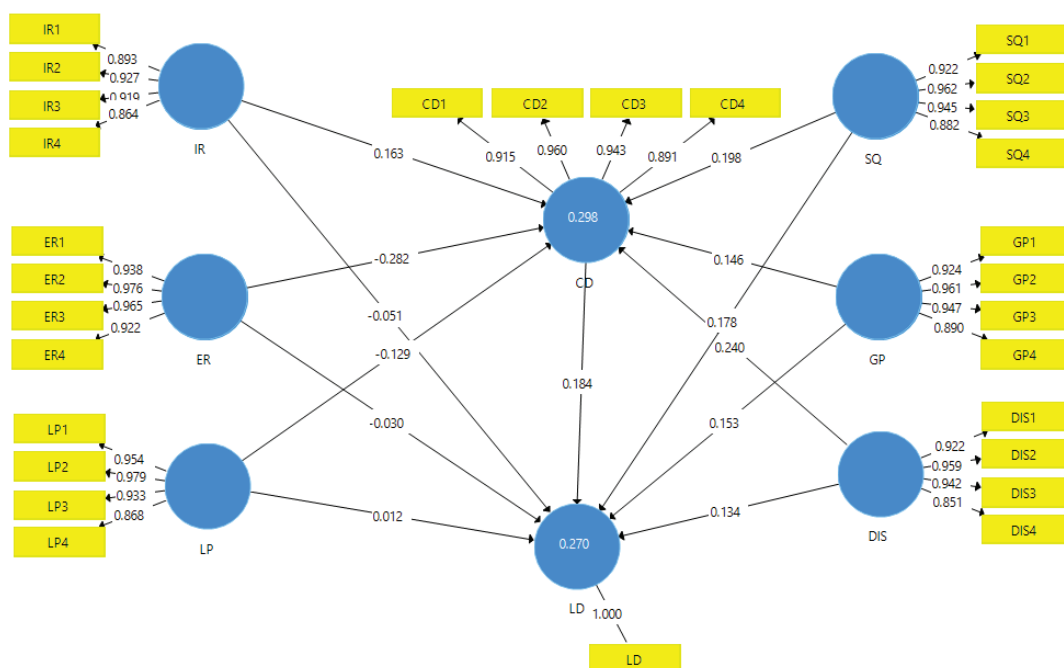
5.2. Kết quả mô hình phương trình cấu trúc

Bảng 2. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Mối quan hệ	Ước lượng hệ số	Độ lệch chuẩn	T Statistics	P Values	Kết luận
H1a	IR -> CD	0.163	0.225	0.725	0.469	Bác bỏ
H2a	ER -> CD	-0.282	0.222	1.267	0.206	Bác bỏ
H3a	LP -> CD	-0.129***	0.048	2.686	0.007	Chấp nhận
H4a	SQ -> CD	0.198***	0.059	3.379	0.001	Chấp nhận
H5a	GP -> CD	0.146***	0.061	2.393	0.017	Chấp nhận
H6a	DIS -> CD	-0.240***	0.056	4.319	0.000	Chấp nhận
H1b	IR -> LD	-0.051***	0.208	0.245	0.004	Chấp nhận
H2b	ER -> LD	-0.030	0.213	0.139	0.889	Bác bỏ
H3b	LP -> LD	0.012	0.046	0.255	0.799	Bác bỏ
H4b	SQ -> LD	0.178***	0.055	3.221	0.001	Chấp nhận
H5b	GP -> LD	0.153***	0.054	2.822	0.005	Chấp nhận
H6b	DIS -> LD	-0.134***	0.054	2.497	0.013	Chấp nhận
H7	CD -> LD	0.184***	0.055	3.337	0.001	Chấp nhận

Ghi chú: *, **, *** chỉ các hệ số có ý nghĩa ở mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%

Hình 2. Kết quả mô hình PLS-SEM



Bảng 2 và Hình 2 trình bày kết quả kiểm định giả thuyết từ mô hình PLS-SEM. Đối với nhu cầu tín dụng, kết quả ước tính cho thấy H1a và H2a bị từ chối trong khi H3a, H4a, H5a và H6a được hỗ trợ. Cụ thể, lãi suất và các điều kiện đủ điều kiện không có tác động đến nhu cầu vay vốn của hộ nông nghiệp, trong khi thủ tục cho vay có tác động tiêu cực và chất lượng dịch vụ, thời gian ân hạn, khoảng cách đến TCTD có tác động tích cực đến nhu cầu tín dụng.

Đối với quyết định cho vay, các giả thuyết H2b và H3b bị bác bỏ trong khi các giả thuyết H1b, H4b, H5b và H6b được ủng hộ. Cụ thể hơn, lãi suất và khoảng cách đến các tổ chức tín dụng có tác động tiêu cực đến quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp. Ngược lại, chất lượng dịch vụ và thời gian ân hạn mang lại nhiều khả năng tồn tại của khoản vay hơn trong khi các điều kiện hợp lệ và thủ tục cho vay không ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp. Cuối cùng, như kỳ vọng của chúng tôi, nhu cầu tín dụng cao hơn thường dẫn đến quyết định cho vay.

6. Kết luận

Trong nghiên cứu này, chúng tôi xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn của hộ nông nghiệp tại tỉnh Hòa Bình, Việt Nam bằng phương pháp mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Chúng tôi tập trung vào sáu yếu tố bên trong quan trọng nhất mà các tổ chức tín dụng có thể tác động, bao gồm lãi suất, điều kiện, thủ tục cho vay, chất lượng dịch vụ, thời gian ân hạn và khoảng cách từ nhà đến tổ chức tín dụng. Sử dụng phương pháp PLS-SEM, kết quả chỉ ra rằng lãi suất không ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng nhưng có thể làm giảm ý định vay vốn của các hộ nông dân. Ngoài ra, các yêu cầu về tính đủ điều kiện thường ít ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng hộ gia đình hoặc quyết định vay vốn, trong khi chất lượng dịch vụ và thời gian ân hạn có tác động thuận lợi nhất quán đến cả nhu cầu tín dụng và quyết định vay vốn.

Nghiên cứu này giúp các tổ chức tín dụng chính thức xác định các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu và lựa chọn cho vay đối với các hộ gia đình nông thôn, điều cần thiết để phát triển các chiến lược nhằm thu hút nhiều khách hàng hơn từ khu vực này. Một số hàm ý chính sách có thể được rút ra từ kết quả nghiên cứu. Thứ nhất, các tổ chức tín dụng nên xem xét thực hiện các chương trình ưu đãi lãi suất cũng như đơn giản hóa thủ tục yêu cầu tín dụng để tạo điều kiện tối đa giúp các nông hộ tiếp cận nguồn vốn. Thứ hai, nên có thể xem xét việc mang dịch vụ tín dụng đến gần với người dân thông qua việc cho nhân viên đến làm thủ tục tại địa phương, giúp giảm thiểu sự ảnh hưởng của khoảng cách tới ý định vay vốn. Ngoài ra, các tổ chức tín dụng cũng nên quan tâm tới việc nâng cao chất lượng dịch vụ và kéo dài thời gian ân hạn cho nông hộ.

Tài liệu tham khảo

- Adams, D. (2015), 'Determinants of microcredit access and farmers' investment in small scale peri-urban agriculture: a case study of Dzorwulu vegetable farmers', Master thesis, Department of Agricultural Economics and Agribusiness, University Of Ghana.
- Adams, D.W. (2021), 'Are the arguments for cheap agricultural credit sound?', In Adams, D.W., *Undermining rural development with cheap credit*, 65-77, Routledge.
- Agbo, F.U., Iroh, I.I., & Ihemezie, E.J. (2015), 'Access to credit by vegetable farmers in Nigeria: A case study of Owerri agricultural zone of Imo State, Nigeria', *Asian Journal of Agricultural Research*, 9, 155-165.
- Anang, B.T., Sipiläinen, T., Bäckman, S. & Kola, J. (2015), 'Factors influencing smallholder farmers' access to agricultural microcredit in Northern Ghana, Africa', *Journal of Agricultural Research*, 10, 2460-2469.
- André, C. (2016), 'Household debt in OECD countries: Stylised facts and policy issues', In The Narodowy Bank Polski Workshop: Recent Trends in the Real Estate Market and Its Analysis-2015 Edition.
- Awunyo-Vitor, D., Mahama Al-Hassan, R., Sarpong, D.B. & Egyir, I. (2014), 'Agricultural credit rationing in Ghana. What do formal lenders look for?', *Agricultural Finance Review*, 74(3), 364-378.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Martinez Peria, M.S. (2006), Banking services for everyone? Barriers to bank access and use around the world. Barriers to Bank Access and Use Around the World (December 2006), World Bank Policy Research Working Paper, (4079).
- Chandio, A.A., Jiang, Y., Rehman, A., Twumasi, M.A., Pathan, A.G., & Mohsin, M. (2021), 'Determinants of demand for credit by smallholder farmers': a farm level analysis based on survey in Sindh, Pakistan', *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 225-240.
- De Brauw, A., Herskowitz, S., Ambler, K., Hoa, N.L., Trang, T.T.T., Thuy, N.T., Anh, B.T., Trung, N.C., Moyes, T., Middleton, M., & Toth, R. (2020), *Agriculture value chain finance in Viet Nam*, International Food Policy Research Institute. DOI: <<https://aciar.gov.au/sites/default/files/2020-08/agriculture-value-chain-finance-in-vietnam.pdf>>.
- Dehejia, R., Montgomery, H., & Morduch, J. (2012), 'Do interest rates matter? Credit demand in the Dhaka slums', *Journal of Development Economics*, 97(2), 437-449.
- Duy, V.Q., D'Haese, M., Lemba, J., & D'Haese, L. (2012), 'Determinants of household access to formal credit in the rural areas of the Mekong Delta, Vietnam', *African and Asian Studies*, 11, 261-287.
- Guirking, C. & Boucher, S.R. (2008), 'Credit constraints and productivity in Peruvian agriculture', *Agricultural Economics*, 39(3), 295-308.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019), 'When to use and how to report the results of PLS-SEM', *European business review*, 31(1), 2-24.
- Julien, H.E., Kossi, A., & Akléso, E.Y.G. (2021), 'Analysis of factors influencing access to credit for vegetable farmers in the Gulf Prefecture of Togo', *American Journal of Industrial and Business Management*, 11(5), 392-415.
- Linh, T.N., Long, H.T., Chi, L.V., Tam, L.T., & Lebailly, P. (2019), 'Access to rural credit markets in developing countries, the case of Vietnam: A literature review', *Sustainability*, 11, 1468. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11051468>.
- Mayowa, B.T. (2015), 'Determinants of agricultural credit acquisition from the land bank of South Africa: A case study of smallholder farmers in peri-urban areas of Mopani district, Limpopo Province', Master thesis, University of Limpopo, South Africa.
- Moahid, M., & Maharjan, K.L. (2020), 'Factors affecting farmers' access to formal and informal credit: Evidence from rural Afghanistan', *Sustainability*, 12(3), 1268. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12031268>.
- Nguyen, C.H. (2007), 'Determinants of credit participation and its impact on household consumption: evidence from rural Vietnam', 3rd Leicester PhD Conference on Economics, Leicester, May 18-21, 2006.
- Nouman, M., Siddiqi, M., Asim, S., & Hussain, Z. (2013), 'Impact of socio-economic characteristics of farmers on access to agricultural credit', *Sarhad Journal of Agriculture*, 29, 469-476.

-
- Odhambo, F.O. & Upadhyaya, R. (2021), 'Flexible loans and access to agricultural credit for smallholder farmers in Kenya', *Agricultural Finance Review*, 81(3), 328-359.
- Ojo, T.O., Baiyegunhi, L.J.S., & Salami, A.O. (2019), 'Impact of credit demand on the productivity of rice farmers in South West Nigeria', *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 11(1), 166-180.
- Oluwasola, O. & Alimi, T. (2008), 'Determinants of agricultural credit demand and supply among small-scale farmers in Nigeria', *Outlook on Agriculture*, 37(3), 185-193.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019), 'The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector', *Sustainability*, 11(4), 1113. DOI:10.3390/su11041113.
- Pham, T.T.T. & Lensink, R. (2007), 'Lending policies of informal, formal and semiformal lenders: evidence from Vietnam', *Economics of Transition*, 15, 181-209.
- Pitt, M.M., & Khandker, S.R. (2002), 'Credit programmes for the poor and seasonality in rural Bangladesh', *Journal of Development Studies*, 39(2), 1-24.
- Razzaq, S., Maqbool, N., & Hameed, W.U. (2019), 'Factors effecting the elasticity of micro credit demand in southern Punjab, Pakistan', *International Journal of Social Sciences and Economic Review*, 1(2), 46-53. DOI: 10.36923/ijsser.v1i2.34.
- Saqib, S.E., Kuwornu, J.K.M., Panezia, S., & Ali, U. (2017), 'Factors determining subsistence farmers' access to agricultural credit in flood-prone areas of Pakistan', *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 30, 1-7.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Đỗ Tuấn Vũ

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

Email: dotuanvu237@gmail.com

Mã bài: JED - 1141

Ngày nhận bài: 08/01/2023

Ngày nhận bài sửa: 21/03/2023

Ngày duyệt đăng: 05/04/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1141

Tóm tắt

Nghiên cứu này tập trung phân tích định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thông qua kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu từ mẫu khảo sát 500 doanh nghiệp nhỏ và vừa cho thấy bảy nhân tố được xác định đều có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó thứ tự tác động của các nhân tố đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp theo mức độ giảm dần đó là: Nguồn nhân lực; Nguồn lực tài chính; Trình độ công nghệ của doanh nghiệp; Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương; Chiến lược marketing; Khả năng chuyển đổi số; Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa trong thời gian tới.

Từ khoá: Doanh nghiệp nhỏ và vừa, kết quả kinh doanh, tỉnh Thanh Hoá.

Mã JEL: L21, M10

Factors affecting the small and medium-sized enterprises (SEMS) performance in Thanh Hoa province

Abstract

This research concentrates on quantitatively analyzing the factors affecting the performance of small and medium-sized enterprises in Thanh Hoa province via analyzing the results of the linear structural model (SEM). The results from a sample survey of 500 small and medium-sized enterprises show that seven factors positively affect enterprises' business performance. In decreasing order, they are Human resources; Financial resources; Technology level of the enterprise; Policy support from local government; Marketing strategy; Ability of Digital Transformation; Management, and Executive ability of business leaders. From the research results, the author proposed some solutions to improve the business performance of small and medium enterprises in Thanh Hoa province in the coming time.

Keywords: Small and medium-sized enterprises, business performance, Thanh Hoa province.

JEL Codes: L21, M10

1. Đặt vấn đề

Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNVV) có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi nước. Cùng với việc đóng góp cho xã hội khối lượng hàng hóa lớn và giải quyết nhiều việc làm cho người lao động, các DNVV còn tạo nên nguồn thu nhập ổn định cho một bộ phận dân cư, khai thác các nguồn lực và tiềm năng tại chỗ của địa phương. Đóng góp lớn nhất và quan trọng nhất của DNVVN là tạo việc làm và góp phần chuyển dịch cơ cấu lao động xã hội. Hiện nay, tỉnh Thanh Hóa đã có

những bước tiến quan trọng trong lãnh chỉ đạo, điều hành, tạo điều kiện cho các DNNVV phát triển. Tuy nhiên, kết quả sản xuất kinh doanh của các DNNVV trên địa bàn tỉnh chưa cao, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế nói chung còn thấp, tỷ trọng doanh nghiệp đi vào hoạt động sản xuất kinh doanh có doanh thu trong năm thấp so với tổng chung. Theo báo cáo của Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hoá, năm 2021, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, có 336 doanh nghiệp giải thể, tăng 2,1 lần so với năm 2020, 1.505 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động, tăng 25,3% so với cùng kỳ. Lợi nhuận trước thuế của DNNVV trong thời gian qua đều lỗ.

Với mục đích nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh của các DNNVV tỉnh Thanh Hoá trong thời gian tới, nghiên cứu này sẽ tập trung nghiên cứu kết quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách sử dụng dữ liệu sơ cấp dựa trên mức độ cảm nhận của đáp viên về kết quả kinh doanh với các thang đo chỉ mức độ từ rất không đồng ý đến rất đồng ý, gọi tắt là phương pháp đo lường theo mức độ cảm nhận (Subjective performance measure), kế thừa và điều chỉnh các biến quan sát từ thang đo của Vankatraman & Ramanujam (1987). Đây là cách tiếp cận mà các nghiên cứu trước đây chưa sử dụng đối với trường hợp các DNNVV tỉnh Thanh Hoá. Đối với các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DNNVV, nghiên cứu tập trung vào bảy nhân tố chính đó là Trình độ công nghệ của doanh nghiệp, Nguồn nhân lực, Nguồn lực tài chính, Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp, Chiến lược marketing, Khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp và Chính sách của Nhà nước và địa phương.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Kết quả kinh doanh của DNNVV chịu ảnh hưởng bởi nhóm nhân tố bên trong như: nguồn nhân lực, nguồn lực tài chính, trình độ công nghệ, kỹ thuật của doanh nghiệp, khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp, chiến lược marketing và nhóm nhân tố bên ngoài như: Chính sách, môi trường kinh tế vĩ mô và các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng (Ngô Kim Thanh, 2013). Những năm gần đây, khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp cũng là yếu tố quan trọng tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp (Vũ Minh Khương, 2019).

Về mặt thực nghiệm, đã có khá nhiều những nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các DNNVV cả trong và ngoài nước. Phần lớn các nghiên cứu cũng đã sử dụng phương pháp mô hình hoá để phân tích định lượng mối quan hệ giữa các nhân tố đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nghiên cứu gần đây của Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021) đã chứng minh rằng có 10 nhân tố có ảnh hưởng đến sự phát triển của các DNNVV đó là trình độ công nghệ sản xuất, chính sách của chính phủ, nguyên liệu thô, lao động, năng lực quản lý, chính sách hỗ trợ địa phương, tiếp cận tài chính, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, định hướng tăng trưởng xanh và dịch bệnh toàn cầu, trong đó trình độ công nghệ sản xuất và tiếp cận tài chính có ảnh hưởng lớn nhất đến kết quả kinh doanh của các DNNVV ở Việt Nam. Nghiên cứu của Tan Trinh Le (2019) đối với các DNNVV tại Đà Nẵng thì chỉ ra rằng các yếu tố như chính sách của chính phủ, vốn tài chính, yếu tố văn hóa, yếu tố xã hội và vốn con người ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các DNNVV, đặc biệt là các doanh nghiệp mới khởi nghiệp. Tại tỉnh Bến Tre, nghiên cứu của Phước Minh Hiệp & Võ Thị Bích Hương (2019) đã chỉ ra rằng có 6 nhân tố có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp trên địa bàn, bao gồm: Đặc điểm doanh nghiệp, đặc điểm chủ doanh nghiệp, vốn, mối quan hệ xã hội, chính sách hỗ trợ, hoạt động đổi mới. Nguyễn Văn Thích (2018) cũng đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các DNNVV ở Thành phố Hồ Chí Minh bao gồm 7 yếu tố là: nguồn lực công nghệ, kỹ năng quản lý, sản phẩm và dịch vụ, chiến lược marketing, cách thức hợp tác và kinh doanh, tài nguyên tài chính và môi trường bên ngoài. Nghiên cứu của Omer Eltahir (2018) về các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các DNNVV ở Omdurman (Sudan) đã xem xét đến 8 yếu tố, trong đó các yếu tố: đặc điểm của DNNV, môi trường bên ngoài, khách hàng và thị trường, cách thức kinh doanh và hợp tác, nguồn lực và yếu tố tài chính có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của các DNNVV. Nguyễn Minh Tân & cộng sự (2015) đã cho thấy hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNNVV tại tỉnh Bạc Liêu được hình thành từ mối tương quan với các nhân tố như: tiếp cận chính sách hỗ trợ, kinh

nghiệm của chủ doanh nghiệp, giới tính, trình độ học vấn, qui mô, mối quan hệ xã hội, tuổi doanh nghiệp và loại hình doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng có kết hợp với định tính, gồm ba bước: Nghiên cứu định tính sơ bộ, nghiên cứu định lượng sơ bộ và nghiên cứu định lượng chính thức. Nghiên cứu định tính sơ bộ được thực hiện qua phương pháp phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm với các chuyên gia trong lĩnh vực phát triển DN VN để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DN VN trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá và điều chỉnh thang đo của các nhân tố cho phù hợp. Nghiên cứu định lượng sử dụng phương pháp điều tra thông qua phát phiếu khảo sát trực tiếp hoặc gửi bảng câu hỏi khảo sát qua thư điện tử đến các doanh nghiệp để thu thập dữ liệu sơ cấp. Đối tượng được hỏi là những thành viên chủ chốt trong doanh nghiệp.

3.1. Chọn mẫu thu thập dữ liệu sơ cấp

Mẫu được chọn trong nghiên cứu định lượng sơ bộ theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện với đối tượng là cán bộ quản lý trong các DN NVV Thanh Hoá là 200 mẫu. Đối với chọn mẫu chính thức, trong phân tích hồi quy đa biến, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức là $50 + 8 \cdot m$ (m : số biến độc lập) (Tabachnick & Fidell, 1996). Như vậy, với 40 biến quan sát (Bao gồm cả biến phụ thuộc) trong nghiên cứu này thì kích thước mẫu tối thiểu phải là $50 + 8 \cdot 40 = 370$ quan sát. Đối với mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, thì cỡ mẫu thích hợp để sử dụng cho mô hình SEM là từ 250 - 500 quan sát (Schumacker & Lomax, 2006). Như vậy, để đảm bảo khách quan, tin cậy, trong nghiên cứu này tác giả lựa chọn mẫu nghiên cứu định lượng chính thức là 500 phiếu, kết quả thu về có 488 mẫu hợp lệ đưa vào phân tích.

3.2. Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu

Dữ liệu thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Dữ liệu khảo sát sơ bộ được đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Dữ liệu thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát chính thức sau khi đánh giá độ tin cậy của thang đo qua hệ số Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Tác giả tiến hành phân tích nhân tố khẳng định CFA và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM thông qua phần mềm AMOS 20.0 với phương pháp ước lượng ML (Maximum Likelihood) được sử dụng để kiểm định mô hình lý thuyết và các giả thuyết.

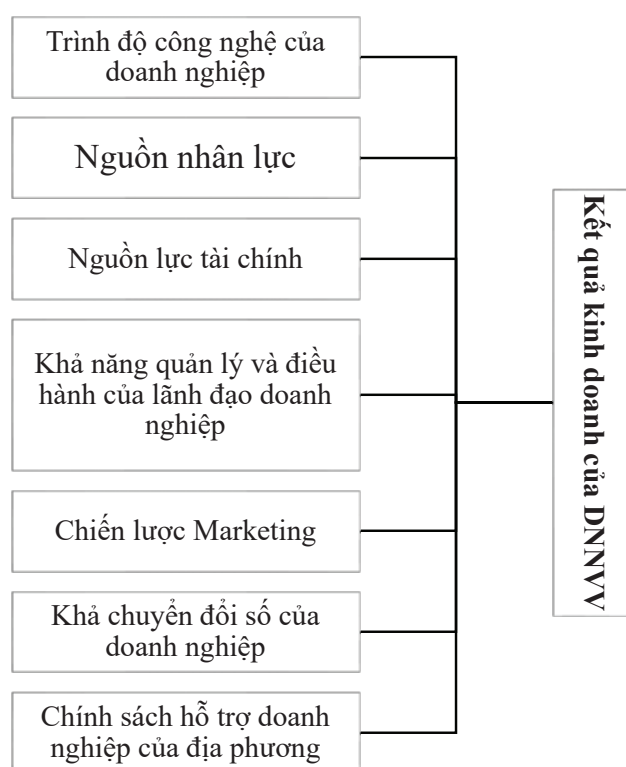
3.3. Mô hình nghiên cứu và thang đo các biến

Sau khi nghiên cứu tổng quan cơ sở lý thuyết và thực nghiệm các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời thông qua khảo sát ý kiến của các chuyên gia, tác giả xác định các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DN NVV phù hợp với đặc thù của tỉnh Thanh Hoá bao gồm: Trình độ công nghệ của doanh nghiệp, Nguồn nhân lực, Nguồn lực tài chính, Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp, Chiến lược Marketing, Khả năng đổi mới của doanh nghiệp và Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DN VN tại Thanh Hoá được trình bày tại Hình 1.

Các giả thuyết nghiên cứu:

- Giả thuyết 1 (H1): Trình độ công nghệ của doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.
- Giả thuyết 2 (H2): Nguồn nhân lực và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với nhau.
- Giả thuyết 3 (H3): Nguồn lực tài chính có mối quan hệ cùng chiều với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.
- Giả thuyết 4 (H4): Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.
- Giả thuyết 5 (H5): Chiến lược Marketing của doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Hình 1: Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của DNVVN



- Giả thuyết 6 (H6): Khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp có mối quan hệ cùng chiều với nhau.
- Giả thuyết 7 (H7): Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thang đo các biến trong mô hình nghiên cứu chính thức được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1: Thang đo tổng hợp đã hiệu chỉnh để đưa vào phân tích chính thức

TT	Ký hiệu	Chi tiết thang đo	Nguồn
I <i>Kết quả kinh doanh của DNVVN</i>			
1	KQKD1	doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng doanh thu trong dài hạn	Nguyễn Thanh Tú (2022)
2	KQKD2	doanh nghiệp có khả năng thu hút các khách hàng tiềm năng	Ý kiến của chuyên gia
3	KQKD3	doanh nghiệp có khả năng sinh lời trong dài hạn	Vankatraman N. & Ramanujam V. (1987), Nguyễn Thanh Tú (2022)
4	KQKD4	doanh nghiệp có khả năng gia tăng mở rộng và phát triển thị phần trong dài hạn	Vankatraman N. & Ramanujam V. (1987), Nguyễn Thanh Tú (2022)
II <i>Trình độ công nghệ của doanh nghiệp</i>			
1	TDCN1	doanh nghiệp thường xuyên cập nhật và ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động sản xuất kinh doanh	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Nguyễn Văn Thích (2018)
2	TDCN2	doanh nghiệp ứng dụng công nghệ hiện đại trong Marketing quảng bá thương hiệu	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Nguyễn Văn Thích (2018)
3	TDCN3	doanh nghiệp luôn coi trọng đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và triển khai công nghệ mới	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Nguyễn Văn Thích (2018)
4	TDCN4	Trình độ công nghệ trong sản xuất của doanh nghiệp ở mức cao so với mặt bằng	Ý kiến của chuyên gia

III	<i>Nguồn nhân lực của doanh nghiệp</i>		
1	NNL1	Lao động của doanh nghiệp được đào tạo chuyên môn tốt	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Omer Eltahir (2018)
2	NNL2	Lao động trong doanh nghiệp có kỹ năng làm việc tốt	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Tan Trinh Le (2019)
3	NNL3	Hầu hết lao động trong doanh nghiệp đều có kinh nghiệm làm việc tốt	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Omer Eltahir (2018)
4	NNL4	Thái độ làm việc của người lao động tốt	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Tan Trinh Le (2019)
5	NNL5	Lao động trong doanh nghiệp có khả năng thích ứng cao với sự đổi mới	Ý kiến của chuyên gia
IV	<i>Nguồn lực tài chính của doanh nghiệp</i>		
1	NLTC1	doanh nghiệp gặp thuận lợi trong việc tiếp cận thị trường vốn	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Tan Trinh Le (2019)
2	NLTC2	doanh nghiệp có khả năng đáp ứng các điều kiện vay vốn (Hồ sơ vay, tài sản thế chấp, phương án kinh doanh...)	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Tan Trinh Le (2019)
3	NLTC3	doanh nghiệp có khả năng sử dụng hiệu quả vốn vào kinh doanh	Ý kiến của chuyên gia
4	NLTC4	doanh nghiệp luôn có đủ vốn để đáp ứng cho nhu cầu SXKD, đổi mới công nghệ nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Tan Trinh Le (2019)
5	NLTC5	doanh nghiệp luôn thanh toán đầy đủ, đúng hạn các khoản nợ	Ý kiến của chuyên gia
V	<i>Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp</i>		
1	QLDH1	Lãnh đạo doanh nghiệp có năng lực tổ chức và quản lý, điều hành tốt	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Nguyễn Văn Thích (2018)
2	QLDH 2	Lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng chiến lược tốt về đầu tư phát triển của doanh nghiệp phù hợp với chính sách phát triển kinh tế - xã hội của địa phương	Ý kiến của chuyên gia
3	QLDH 3	Lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng chiến lược tốt về đào tạo bồi dưỡng nhân sự, phát triển nguồn nhân lực trong dài hạn	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Nguyễn Văn Thích (2018)
4	QLDH4	doanh nghiệp có bộ máy tổ chức hoạt động hiệu quả, linh hoạt	Ý kiến của chuyên gia
5	QLDH5	Lãnh đạo doanh nghiệp thiết lập tốt các mối quan hệ với các bên liên quan	Ý kiến của chuyên gia
VI	<i>Chiến lược Marketing</i>		
1	MAR1	doanh nghiệp luôn chú trọng cải tiến sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường	Ý kiến của chuyên gia
2	MAR2	Hệ thống kênh phân phối của doanh nghiệp hoạt động hiệu quả	Nguyễn Văn Thích (2018)
3	MAR3	doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các hoạt động xúc tiến bán hàng như quảng cáo, khuyến mãi và các hoạt động truyền thông giới thiệu sản phẩm khác.	Mansour Alyahya (2021)
4	MAR4	Thương hiệu của doanh nghiệp được xây dựng và quản lý bài bản	Ý kiến của chuyên gia
VII	<i>Khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp</i>		
1	CDS1	Lãnh đạo của doanh nghiệp có thái độ tích cực với các vấn đề chuyển đổi số của doanh nghiệp	Nguyễn Thị Kim Ánh (2022), Vũ Minh Khương (2019)

2	CDS2	doanh nghiệp có khả năng áp dụng công nghệ số để kết nối với nhu cầu của khách hàng và các bên liên quan	Vũ Minh Khương (2019)
3	CDS3	doanh nghiệp có sử dụng kỹ thuật điện toán đám mây (Là mô hình điện toán sử dụng công nghệ máy tính và phát triển dựa vào mạng Internet) trong quản trị nội bộ	Nguyễn Thị Kim Ánh (2022), Vũ Minh Khương (2019)
4	CDS4	Nền tảng công nghệ thông tin đủ mạnh để cho phép chuyển đổi số	Ý kiến của chuyên gia
VIII Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương			
1	HTDN1	Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương được doanh nghiệp tiếp cận một cách dễ dàng và thuận lợi	Ý kiến của chuyên gia
2	HTDN2	Các chính sách hỗ trợ phát triển cho doanh nghiệp (về cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân lực, bảo vệ môi trường, thị trường tiêu thụ, mạng lưới phân phối, công nghệ) của địa phương hoạt động có hiệu quả	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Phước Minh Hiệp & Võ Thị Bích Hương (2019)
3	HTDN3	Cơ chế quản lý của nhà nước (thuế, quản lý hành chính, giá cả hàng hóa dịch vụ) minh bạch, rõ ràng	Dang Thi Mai Huong & cộng sự (2021), Phước Minh Hiệp & Võ Thị Bích Hương (2019)
4	HTDN4	Các chính sách hỗ trợ tiếp cận tín dụng thực sự có hiệu quả đối với doanh nghiệp	Ý kiến của chuyên gia

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả đánh giá độ tin cậy của các thang đo

Các thang đo được kiểm định độ tin cậy bằng công cụ Cronbach's Alpha. Các biến quan sát có hệ số tương quan biến-tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Nunnally & Bernstein, 1994). Theo kết quả nghiên cứu, các thang đo của mô hình nghiên cứu đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao ($>0,8$). Tất cả các biến quan sát của các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Vì vậy, các thang đo đều đạt yêu cầu, do đó đủ điều kiện để phân tích nhân tố khám phá.

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá các thang đo của mẫu nghiên cứu (EFA)

Kết quả kiểm định Bartlett's xem xét giả thuyết về độ tương quan giữa các biến quan sát trong nhân tố lần 1 cho ra được 8 nhân tố, tuy nhiên, biến quan sát NNL5 có hệ số tải nhỏ hơn 0,5, nên ta loại bỏ biến này và chạy phân tích nhân tố EFA lần 2 cho các biến còn lại. Kết quả phân tích EFA lần 2 (sau khi loại biến NNL5) cho thấy chỉ số KMO là 0,887 ($>0,5$); phương sai trích bằng 66,055 % ($>50\%$) điều này có nghĩa rằng 8 nhân tố này giải thích được 66,055 % biến thiên của dữ liệu; điểm dừng trong phân tích nhân tố EFA bằng 1,111 >1 ; kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. $<0,05$). Do đó, có thể kết luận các chỉ số trong nghiên cứu đạt tiêu chuẩn phân tích EFA.

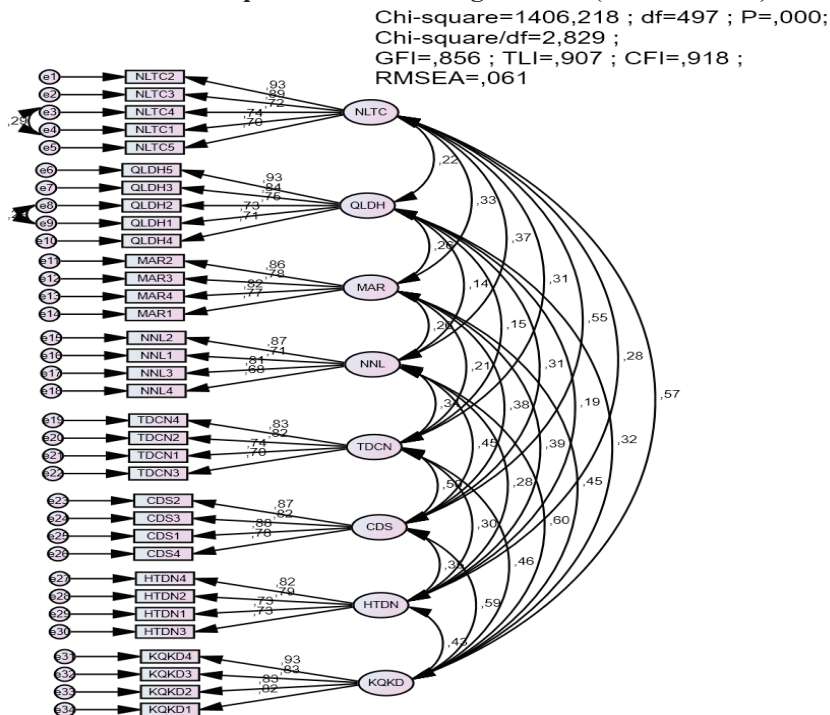
4.3. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Phân tích nhân tố khẳng định là bước tiếp theo của phân tích nhân tố khám phá, mục đích là để đánh giá mô hình và thang đo có thích hợp để kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Kết quả phân tích CFA chuẩn hóa cho thấy các chỉ tiêu đo lường là phù hợp: giá trị Chi-square/df = 2,829 <3 ; TLI= 0,907 $>0,9$, CFI= 0,918 $>0,9$, GFI = 0,856 $>0,8$; hệ số RMSEA= 0,061 $<0,08$, vì vậy mô hình có sự phù hợp với thị trường. Như vậy có thể khẳng định các thang đo nghiên cứu đảm bảo các yêu cầu phân tích. Từ kết quả thu được, mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thị trường và không có tương quan giữa các sai số đo lường nên có thể kết luận thang đo đạt tính đơn hướng.

4.4. Kết quả kiểm định mô hình bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

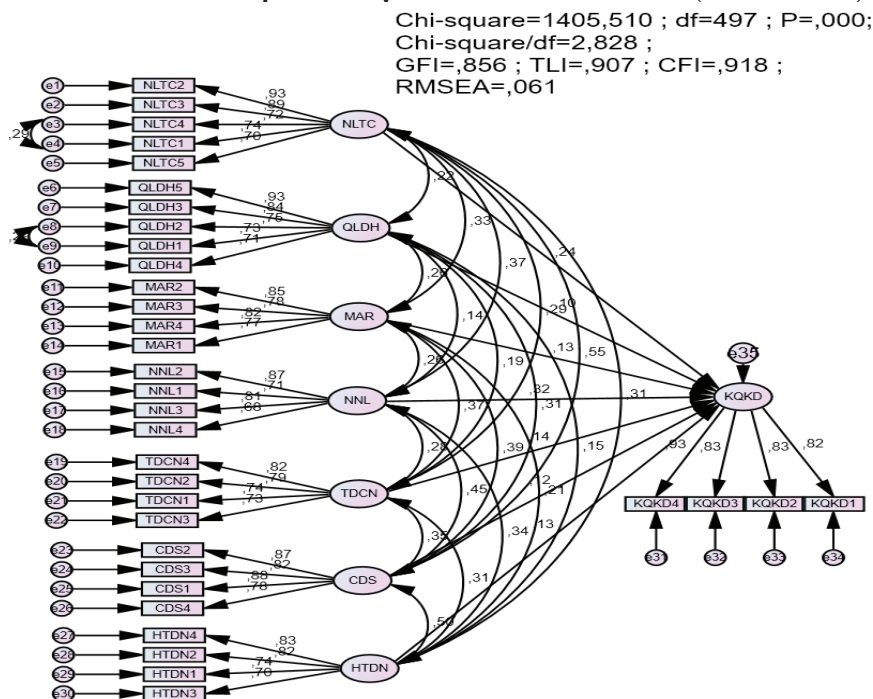
Để xác định các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả kinh doanh của DNNVV, tác giả sử dụng mô hình SEM với kỳ vọng đạt kết quả tin cậy cao. Tác giả lần lượt tiến hành phân tích SEM với mô hình đề xuất ban đầu và tiến hành điều chỉnh mô hình để thu được mô hình tin cậy hơn. Kết quả phân tích SEM, với $df=497$, Chi-square = 1405,510 với $p\text{-value}=0.000 < 0.05$, Chi-square/ $df=2,828 < 3$, CFI = 0,907, TLI = 0,918 đều lớn hơn 0,9; GFI = 0,856 > 0,8; RMSEA = 0,061 < 0,8 nên khẳng định mô

Hình 2: Kết quả CFA mô hình nghiên cứu (đã chuẩn hóa)



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả

Hình 3: Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc SEM (đã chuẩn hóa)



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả

hình phù hợp với dữ liệu thị trường (Hình 3).

Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu của mô hình thông qua mô hình SEM được thể hiện ở Bảng 2.

Theo kết quả Bảng 2, các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận (giá trị của P đều nhỏ hơn 0.05), tức là: các biến Nguồn nhân lực; Nguồn lực tài chính; Trình độ công nghệ; Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương; Chiến lược Marketing; Khả năng chuyển đổi số và Khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp đều có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của DNNVV.

Bảng 2: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ			Hệ số chuẩn hóa	Sai số	Giá trị tới hạn (CR)	Giá trị P	Kết quả	Thứ tự tác động tới biến phụ thuộc
					chuẩn (S.E)				
H1	KQKD	<--	TDCN	0,139	0,041	3,445	0,000	Chấp nhận	3
H2	KQKD	<--	NNL	0,322	0,044	7,709	0,000	Chấp nhận	1
H3	KQKD	<--	NLTC	0,241	0,042	5,718	0,000	Chấp nhận	2
H4	KQKD	<--	QLDH	0,100	0,032	2,802	0,005	Chấp nhận	7
H5	KQKD	<--	MAR	0,130	0,039	3,238	0,001	Chấp nhận	5
H6	KQKD	<--	CDS	0,124	0,050	2,487	0,013	Chấp nhận	6
H7	KQKD	<--	HTDN	0,133	0,042	3,163	0,002	Chấp nhận	4

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả

4.5. Kiểm tra ước lượng mô hình nghiên cứu bằng phương pháp Bootstrap

Do tính chất của nghiên cứu chọn mẫu, các kết quả trên mẫu được sử dụng để suy ra kết quả trên tổng thể, tuy nhiên, các ước lượng trên mẫu có thể thay đổi đối với các mẫu khác nhau. Do đó, kỹ thuật Bootstrap được sử dụng để đánh giá độ tin cậy của các mẫu (Schumacker & Lomax, 2006). Với nghiên cứu này, kỹ thuật bootstrap chọn mẫu bằng kích thước mẫu ban đầu của nghiên cứu với số lần lấy mẫu là N=488 lần (tức 488 mẫu khác nhau). Độ chệch của ước lượng Bootstrap càng nhỏ càng thể hiện tính tin cậy của ước lượng trên mẫu. Giá trị tới hạn về độ chệch ước lượng không quá 1.96 thì kết luận mô hình được xem là vững và đáng tin cậy.

Kết quả cho thấy độ chệch giữa ước lượng mẫu và ước lượng bootstrap rất nhỏ, giá trị tới hạn (CR) đều nhỏ hơn 1.96 (Bảng 3), kết quả cho thấy trong thực tế có thể xem ước lượng mẫu có thể suy rộng cho tổng thể. Như vậy, có thể kết luận mô hình ước lượng được là vững và đáng tin cậy.

Từ kết quả kiểm định trong các phân tích trên, kết quả nghiên cứu về ảnh hưởng của các nhân tố đến kết

Bảng 3: Kết quả ước lượng mô hình bằng Bootstrap

Mối quan hệ			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
KQKD	<---	NLTC	0,056	0,001	0,238	-0,003	0,002	-1,5
KQKD	<---	QLDH	0,036	0,001	0,101	0,001	0,001	1,0
KQKD	<---	MAR	0,046	0,001	0,129	-0,001	0,001	-1,0
KQKD	<---	NNL	0,052	0,001	0,320	-0,002	0,002	-1,0
KQKD	<---	TDCN	0,044	0,001	0,138	-0,001	0,001	-1,0
KQKD	<---	CDS	0,064	0,001	0,127	0,003	0,002	1,5
KQKD	<---	HTDN	0,048	0,001	0,134	0,001	0,002	0,5

Ghi chú: "SE: sai lệch chuẩn; SE-SE: sai lệch chuẩn của sai lệch chuẩn; Bias: độ chệch; SE-Bias: sai lệch chuẩn của độ chệch" (CR = Bias/SE – Bias)

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả

quả kinh doanh của DNNVV trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá được kết luận như sau:

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ thuận chiều giữa trình độ công nghệ của doanh nghiệp và kết quả kinh doanh được thể hiện qua hệ số $\beta = 0,139$ với sai lệch chuẩn $SE = 0,041$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê (giá trị $P < 0.05$). Như vậy, giả thuyết H1 được chấp nhận. Điều này có nghĩa là trình độ công nghệ của doanh nghiệp có tác động thuận chiều tới đến kết quả kinh doanh của DNNVV và tác động ở mức độ thứ 3 tới kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Mối quan hệ thuận chiều giữa nguồn nhân lực và kết quả kinh doanh được thể hiện qua hệ số $\beta = 0,322$ với sai lệch chuẩn $SE = 0,044$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P < 0.05$. Như vậy, giả thuyết H2 được chấp nhận. Điều này có nghĩa là nguồn nhân lực của doanh nghiệp có tác động thuận chiều và mức độ tác động mạnh nhất tới kết quả kinh doanh của DNNVV.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ thuận chiều giữa nguồn lực tài chính của doanh nghiệp và kết quả kinh doanh thể hiện qua hệ số $\beta = 0,241$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P < 0.05$. Như vậy, giả thuyết H3 được chấp nhận. Điều này có nghĩa là nguồn lực tài chính của doanh nghiệp có tác động thuận chiều tới kết quả kinh doanh của DNNVV và với mức độ tác động ở vị trí thứ 2 trong mô hình.

Mối quan hệ thuận chiều giữa khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp và kết quả kinh doanh thể hiện qua hệ số $\beta = 0,100$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P = 0,005 < 0.05$. Như vậy, giả thuyết H4 được chấp nhận. Mặc dù, khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp có tác động tới kết quả kinh doanh của DNNVV, tuy nhiên, tác động này là thấp nhất và với vị trí tác động thứ 7 trong mô hình.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ thuận chiều giữa chiến lược Marketing của doanh nghiệp và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, thể hiện qua hệ số $\beta = 0,130$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P = 0,01 < 0,05$. Như vậy, giả thuyết H5 được chấp nhận. Điều này có nghĩa là chiến lược Marketing của doanh nghiệp có tác động thuận chiều tới kết quả kinh doanh của DNNVV và với mức độ tác động ở vị trí thứ 5 trong mô hình.

Mối quan hệ thuận chiều giữa khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp và kết quả kinh doanh thể hiện qua hệ số $\beta = 0,124$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P = 0,013 < 0.05$. Như vậy, giả thuyết H6 được chấp nhận. Mặc dù, khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp có tác động thuận chiều tới kết quả kinh doanh của DNNVV, tuy nhiên, tác động này là rất ít, với mức tác động thứ 6 trong mô hình.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ thuận chiều giữa chính sách hỗ trợ doanh nghiệp của địa phương và kết quả kinh doanh được thể hiện qua hệ số $\beta = 0,133$. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê với $P = 0,002 < 0.05$. Như vậy những chính sách mang tính định hướng, tạo điều kiện cho việc tiếp cận các nguồn lực, cơ hội kinh doanh cũng như đưa ra những nội dung hỗ trợ đặc thù của địa phương cho các DNNVV trên địa bàn càng hiệu quả, từ đó trực tiếp thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp.

5. Kết luận và đề xuất giải pháp

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng cả 7 nhân tố được lựa chọn đều có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó yếu tố ảnh hưởng lớn nhất là nguồn nhân lực và yếu tố ít ảnh hưởng nhất là khả năng quản lý và điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp. Yếu tố ảnh hưởng thứ 2 đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp là nguồn lực tài chính, tiếp đến là trình độ công nghệ của doanh nghiệp. Trong giai đoạn hiện nay thì khả năng chuyển đổi số của doanh nghiệp cũng là yếu tố tác động tích cực đến kết quả kinh doanh. Từ kết quả nghiên cứu thực nghiệm ở trên, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao kết quả kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian tới như sau:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong doanh nghiệp thông qua số lượng và chất lượng đào tạo hàng năm. Các DNNVV cần thiết kế chương trình đào tạo của họ theo cách có thể nâng cao khả năng sáng tạo và học tập, tăng sự đa dạng các kỹ năng của nhân viên, đặc biệt là các kỹ năng về chuyển đổi số và công nghệ 4.0. Các doanh nghiệp cũng cần có chiến lược phát triển nhân lực và đặt hàng cụ thể cho các cơ sở đào tạo; Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chuyên gia đào tạo, trường đại học và doanh nghiệp trong thiết kế và quản lý chương trình đào tạo. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng cần xây dựng chế độ đãi ngộ đối

với người lao động phù hợp và hiệu quả.

Thứ hai, doanh nghiệp cần có các giải pháp nâng cao năng lực tài chính như khai thác có hiệu quả các nguồn vốn mà doanh nghiệp có khả năng tiếp cận như nguồn vốn nội bộ là từ các quỹ, các cổ đông... và các nguồn vốn bên ngoài như tín dụng thương mại, tín dụng ngân hàng, khách hàng ứng trước, tín dụng thuê mua tài sản... Sử dụng tiết kiệm vốn trong các khâu sản xuất kinh doanh nhằm giảm nhu cầu vốn, chi phí sử dụng vốn là cơ sở để tăng lợi nhuận và hiệu quả sử dụng vốn. Hiện nay tỉnh Thanh Hoá đang có các giải pháp về hỗ trợ tiếp cận tín dụng cho DNNVV, các doanh nghiệp cần có chiến lược để tận dụng tối đa hiệu quả của các nguồn hỗ trợ này.

Thứ ba, các doanh nghiệp cần nâng cao trình độ khoa học công nghệ trong tất cả các khâu từ tổ chức điều hành doanh nghiệp đến tổ sản xuất, trình độ công nghệ trong sản phẩm, trong quá trình phân phối, tiêu thụ; Tập trung ứng dụng tiến bộ khoa học - công nghệ trong sản xuất - kinh doanh. Định vị rõ được vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị và xây dựng, lựa chọn được định hướng, mục tiêu và chiến lược phát triển công nghệ. Ngoài ra, doanh nghiệp cần đẩy mạnh chuyên môn hóa, tích cực tham gia các chuỗi gia công, chế biến toàn cầu để nâng cao trình độ quản lý cũng như năng lực áp dụng công nghệ.

Thứ tư, các doanh nghiệp cần tăng cường khả năng tiếp chính sách hỗ trợ của địa phương. Các doanh nghiệp cần thành lập bộ phận nghiên cứu văn bản pháp luật; nâng cao năng lực quản trị; xây dựng đội ngũ chất lượng cao; phải minh bạch thông tin về hồ sơ để tiếp cận dễ dàng trong quan hệ tín dụng, nhận chính sách hỗ trợ. Việc chủ động tìm hiểu các chính sách hỗ trợ phù hợp với từng ngành nghề, lĩnh vực là rất cần thiết, sẽ giải quyết kịp thời những thắc mắc của doanh nghiệp và có những định hướng cụ thể để giải quyết những khó khăn vướng mắc trong việc hưởng chính sách hỗ trợ.

Thứ năm, Doanh nghiệp cần đẩy mạnh đầu tư cho các hoạt động nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu. Doanh nghiệp cần hình thành, xây dựng bộ phận marketing có cán bộ trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm điều tra và dự báo thị trường, trên cơ sở đó giúp chủ doanh nghiệp hoạch định chiến lược kinh doanh và chiến lược marketing một cách có hiệu quả. Tập trung xây dựng thương hiệu để thu hút các nguồn lực từ bên ngoài như vốn, công nghệ, nhân lực cũng như dễ dàng hơn trong thu hút các đối tác, mở rộng thị trường.

Thứ sáu, cần tập trung các giải pháp cần tăng cường khả năng chuyển đổi số cho doanh nghiệp, trước hết là nâng cao nhận thức về yêu cầu chuyển đổi số cũng như kiến thức về chuyển đổi số cho cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp cũng như toàn thể người lao động, đồng thời từng bước hoàn thiện yêu cầu về số hoá trong mọi khâu của hệ thống doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh nghiệp cần đảm bảo sự liên mạch trong hệ thống quản lý. Doanh nghiệp vừa và nhỏ trước khi suy nghĩ đến bất kì giải pháp chuyển đổi nào cũng nên tối ưu lại hệ thống, phân mảnh công việc và tăng cường sự hợp tác giữa các bộ phận.

Thứ bảy là nâng cao năng lực lãnh đạo và khả năng quản lý, điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp. Lãnh đạo doanh nghiệp cần được đào tạo để nâng cao các kỹ năng lãnh đạo, quản lý và điều hành doanh nghiệp như kỹ năng hoạch định chiến lược, kỹ năng uỷ thác, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng đàm phán và kỹ năng áp dụng khoa học công nghệ. Hơn ai hết, trong doanh nghiệp thì bản thân các nhà lãnh đạo cần hoạch định cho mình chiến lược dài hạn để phát triển bản thân đồng thời xây dựng các mối quan hệ với các bên liên quan bởi người lãnh đạo có năng lực và kỹ năng tối cũng là yếu tố gián tiếp tạo nên một hệ thống doanh nghiệp vận hành hiệu quả, từ đó nâng cao kết quả kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

- Dang Thi Mai Huong, Vu Viet Ninh, Nguyen Dinh Hoan, Dinh Quang Toan , Nguyen Thi Hong Van and Dang Thi Lan (2022), 'Factors affecting SMEs' development in Vietnam', *Accounting* 8 (2022), 151–160.
- Mansour Alyahya (2021), 'Impact of digital marketing on business performance during covid 19', *International Journal of Entrepreneurship*, 25(4), Special Issue, 1-8.
- Ngô Kim Thanh (2013), *Giáo trình quản trị doanh nghiệp*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Nguyễn Thanh Tú (2022), 'Nghiên cứu ảnh hưởng của sáng tạo của nhân viên đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long', Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Cần Thơ.
- Nguyễn Văn Thích (2018), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến thành công trong kinh doanh của các DNNVV tại Thành phố Hồ Chí Minh', *Tạp chí phát triển khoa học và công nghệ: Chuyên san kinh tế - luật*, 2(4), 46 – 53.
- Nguyễn Thị Kim Ánh (2022), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số DN: Mô hình nghiên cứu và thang đo', *Tạp chí Tài chính Doanh nghiệp*, số tháng 10/2022, <<https://taichinhdoanhnghiep.net.vn/cac-nhan-to-anh-huong-den-chuyen-doi-so-doanh-nghiep-mo-hinh-nghien-cuu-va-thang-do-d33928.html>>.
- Nguyễn Minh Tân, Võ Thành Danh & Tăng Thị Ngân (2015), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các DNNVV tại tỉnh Bạc Liêu', *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, Phần D: Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật*, 38, 34-40.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994), 'The Assessment of Reliability', *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Omer Eltahir (2018), 'Factors-Affecting-the-Performance-Business-Success-of-Small-Medium-Enterprises-in-Sudan', *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 6(6), 14-22.
- Phước Minh Hiệp & Võ Thị Bích Hương (2019), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của DNNVV trên địa bàn TP. Bến Tre', *Tạp chí Tài chính*, Kỳ 2 tháng 8/2019, 28-40
- Schumacker, R.E. & Lomax, R.G. (2016), *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling (4th Ed.)*, Routledge, New York.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (1996), *Using Multivariate Statistics (3rd ed.)*, Harper Collins, New York.
- Tan Trinh Le (2019), 'Factors Affecting Startup Performance of Small and Medium-sized Enterprises in Danang City', *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(3), 187-203. DOI: <https://doi.org/10.15678/EBER.2019.070310>.
- Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hoá (2021), *Báo cáo kết quả kinh doanh của doanh nghiệp năm 2021 và mục tiêu phát triển doanh nghiệp tỉnh Thanh Hoá năm 2022*, ban hành ngày 31 tháng 12 năm 2021.
- Vankatraman N. & Ramanujam V. (1987), 'Measurment of business economic performance: An examination of method convergence', *Journal of Management*, 13(1), 109-122.
- Vũ Minh Khương (2019), 'Dự báo tác động của chuyển đổi số tới kết quả sản xuất - kinh doanh của 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam', *Tạp chí khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 10/2019, 38-42.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN NHÀ HÀNG CỦA THỰC KHÁCH: NGHIÊN CỨU ỨNG DỤNG MÔ HÌNH PLS-SEM

Nguyễn Thị Loan

Trường Đại học Hồng Đức

Email: nguyenloan@hdu.edu.vn

Mai Anh Vũ

Trường Đại học Văn hoá Thể thao & Du lịch Thanh Hoá

Email: maianhvu@dvttdt.edu.vn

Hà Đình Hùng

Trường Đại học Văn hoá Thể thao & Du lịch Thanh Hoá

Email: hadinhhung@dvttdt.edu.vn

Mã bài: JED - 1119

Ngày nhận bài: 08/02/2023

Ngày nhận bài sửa: 03/04/2023

Ngày duyệt đăng: 11/04/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.1119

Tóm tắt

Nghiên cứu tập trung phân tích nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn nhà hàng của thực khách trên cơ sở kế thừa và phát triển các thang đo nghiên cứu phù hợp với tình hình và bối cảnh hiện tại. Mẫu nghiên cứu gồm 183 phản hồi của thực khách đã trải nghiệm nhà hàng trên địa bàn thành phố Thanh Hoá đủ điều kiện đưa vào phân tích bằng phần mềm thống kê Smart PLS 4.0 và mô hình cấu trúc PLS - SEM. Kết quả cho thấy, chất lượng đồ ăn, chất lượng dịch vụ, giá cả và vị trí nhà hàng là các nhân tố có mức độ tác động mạnh nhất đến ý định lựa chọn nhà hàng. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả khuyến nghị một số giải pháp giúp các nhà hàng có định hướng phù hợp đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng và phát triển hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

Từ khóa: Nhân tố ảnh hưởng; Ý định lựa chọn; Nhà hàng; PLS-SEM.

Mã JEL: D11, D23, M1, M11, M19

The factors affecting customers' restaurant choice intention: A PLS-SEM Approach

Abstract

The study analyzes the factors affecting the restaurant choice intention of customers based on inheriting and developing research scales suitable to the current situation and context. The research sample of 183 feedback from customers who have experienced the restaurant in Thanh Hoa City was collected and qualified for analysis using the statistical software Smart PLS 4.0 and the structural model PLS-SEM. The results show that the quality of food, service quality, price, and location are the factors that strongly impact customers' choice intention. Based on the research results, the author recommends several solutions to help restaurant leaders have appropriate orientations to meet customer needs better and develop business activities.

Keywords: Factors affecting, choice intention, restaurant, PLS-SEM.

JEL Codes: D11, D23, M1, M11, M19

1. Đặt vấn đề

Kinh tế Việt Nam đã phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ sau những tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19, nhu cầu đi du lịch, trải nghiệm và tổ chức các buổi liên hoan, dự tiệc cũng có những sự tăng trưởng đột biến sau thời kỳ dài bị kìm nén đã và đang tạo nên sự sôi động trở lại của ngành du lịch và kinh doanh nhà hàng, khách sạn (Nguyễn Huyền Anh & cộng sự, 2022). Đáp ứng nhu cầu đó, ngày càng nhiều các nhà hàng được hình thành để đáp ứng nhu cầu của thực khách dẫn đến áp lực cạnh tranh trong ngành này cũng ngày càng tăng cao. Sự đa dạng về nhu cầu khách hàng và sự cạnh tranh khốc liệt trong ngành đòi hỏi nhà quản trị phải có những phân tích kỹ lưỡng về ý định, hành vi lựa chọn nhà hàng (LCNH) của thực khách trước khi đưa ra những quyết định đầu tư, mua sắm cũng như đề xuất các gói sản phẩm, dịch vụ phù hợp.

Nghiên cứu về ý định, hành vi LCNH của thực khách nhận đã được sự quan tâm của rất nhiều học giả trong và ngoài nước. Hầu hết các nghiên cứu dựa trên Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý - TRA của Fishbein & Ajzen (1975) và Mô hình lý thuyết hành vi dự định - TPB của Ajzen (1991) trên cơ sở tiếp cận vấn đề theo quan điểm tâm lý xã hội nhằm xác định các nhân tố của xu hướng hành vi có ý thức như thái độ của người tiêu dùng đối với việc thực hiện hành vi và các chuẩn mực chủ quan của người tiêu dùng. Những kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng thường xem ăn uống bên ngoài là một trải nghiệm ẩm thực và thư giãn do đó họ sẽ sử dụng kết hợp nhiều tiêu chí khác nhau khi đưa ra quyết định lựa chọn (Case & Seri, 2012; Clark & Wood, 1998; Johns & Howard, 1998; Na & cộng sự, 2021; Tlapana & Sandlana, 2021). Theo Sharma & cộng sự, (2021), tùy theo từng loại nhà hàng, nhóm khách hàng và thời điểm mua hàng sẽ có những tiêu chí nhất định trong lựa chọn, trong đó có đến 70% khách hàng cho rằng chất lượng thực phẩm, đồ ăn là yếu tố quan trọng nhất (Clark & Wood, 1998), tiếp theo là giá cả (Case & Seri, 2012; Sharma & cộng sự, 2021), sự đa dạng của thực phẩm, không gian và chất lượng dịch vụ, phục vụ (Kivela & cộng sự, 2000; Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc, 2021) hay CSVC và vị trí tọa lạc của nhà hàng cũng tác động mạnh đến ý định LCNH (Akbar & Alaudeen, 2012; Marinkovic & cộng sự, 2015). Thực tế quan sát hiện nay, khách hàng có xu hướng lựa chọn các nhà hàng view rộng, decor đẹp và sang trọng, món ăn hấp dẫn đa dạng và giá cả hợp lý để vừa thưởng thức món ăn vừa checkin truyền thông cá nhân. Tuy nhiên, không biết đây có phải là những nhân tố ảnh hưởng mạnh đến hành vi lựa chọn của khách hàng trong giai đoạn hiện nay hay không là câu hỏi nhóm tác giả cũng muốn kiểm chứng trong nghiên cứu thực nghiệm này.

Kết quả tổng quan cũng nhận thấy, hầu hết các nghiên cứu trước đây đều sử dụng phương pháp định lượng (Case & Seri, 2012; Sharma & cộng sự, 2021) với sự hỗ trợ của công cụ thống kê SPSS, AMOS (ví dụ như Akbar & Alaudeen, 2012; Cullen, 2005; Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc, 2021; Ryu & Lee, 2017; Sharma & cộng sự, 2021; Tlapana & Sandlana, 2021). Có rất ít nghiên cứu sử dụng công cụ Smart PLS, vì vậy trong nghiên cứu nhóm tác giả mong muốn sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM để tìm xem có sự khác biệt nào trong kết quả nghiên cứu hay không.

Trên cơ sở kết thừa và phát triển các nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn nhà hàng cũng như mong muốn trả lời các câu hỏi trong bối cảnh cụ thể ở tỉnh Thanh Hoá. Nhóm tác giả lựa chọn và tiến hành phân tích tác động của các nhân tố thuộc về nhà hàng sau đây (1) chất lượng đồ ăn, (2) chất lượng dịch vụ, (3) giá cả, (4) cơ sở vật chất, (5) vị trí, (6) thương hiệu. Kết quả nghiên cứu là căn cứ khoa học tin cậy nhằm khuyến nghị các giải pháp cho nhà hàng trong việc thu hút khách hàng và cải thiện quá hoạt động trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Chất lượng đồ ăn và ý định lựa chọn nhà hàng

Thực khách đến nhà hàng là để thưởng thức các món ăn vì vậy một trong những yếu tố quan trọng nhất khi quyết định LCNH đó là chất lượng đồ ăn (Akbar & Alaudeen, 2012; Cullen, 2005; Tlapana & Sandlana, 2021). Trong đó chất lượng đồ ăn được hiểu là sự đa dạng của thực đơn, cách bài trí đồ ăn (Jaeger & cộng sự, 2019), hương vị, sự tươi ngon, an toàn của từng món ăn (Galstyan & cộng sự, 2018). Ryu & Lee (2017) cho rằng khách hàng thích các sản phẩm tươi ngon và an toàn vì vậy đây là yếu tố chính ảnh hưởng tích cực đến ý định LCNH của họ. Bên cạnh đó, hương vị của món ăn chủ đạo có sức gây ảnh hưởng mạnh nhất khiến khách hàng phải LCNH (Clemes & cộng sự, 2013). Hay nói cách khác chất lượng sản phẩm là yếu tố cốt lõi trong ý định LCNH (Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc, 2021; Ryu & Han, 2010; Sharma & cộng sự, 2021).

2.2. Giá cả sản phẩm và ý định lựa chọn nhà hàng

Giá cả chính là lượng tiền cần phải trả để được nhà hàng cung cấp món ăn kèm dịch vụ cho thực khách và được tính toán dựa trên các loại chi phí nguyên vật liệu và dịch vụ cấu thành nên một món ăn hoàn chỉnh (Sharma & cộng sự, 2021). Theo nghiên cứu của Palacios & Jun (2020), khách hàng có xu hướng tiết kiệm tối đa ngân quỹ khi chi tiêu bằng cách lựa chọn các sản phẩm có giá cả phù hợp. Tuy nhiên, đối với lĩnh vực thực phẩm và ăn uống thì có những sự khác biệt và phức tạp đáng kể, nếu khách hàng quan tâm đến chi tiêu họ sẽ chọn sản phẩm có giá phù hợp nhưng nếu những người quan tâm đến sức khỏe, thích ăn uống lành mạnh và khoa học lại có xu hướng chọn sản phẩm sạch và chấp nhận giá cao như là thước đo độ an toàn (Sharma & cộng sự, 2021). Chính vì vậy, giá cả được đánh giá có độ nhạy rất cao trong mối quan hệ với hành vi LCNH (Case & Seri, 2012; Sharma & cộng sự, 2021) và đây cũng là yếu tố nhà hàng hay cân nhắc lựa chọn trong xây dựng chiến lược kinh doanh (Case & Seri, 2012; Tlapana & Sandlana, 2021).

2.3. Chất lượng dịch vụ và ý định lựa chọn nhà hàng

Chất lượng dịch vụ (CLDV) là yếu tố tổng hoà thái độ phục vụ, tốc độ đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng được đánh giá thông qua sự cảm nhận về độ tin cậy và tính ổn định của dịch vụ (Case & Seri, 2012; Sharma & cộng sự, 2021; Xia & Ha, 2021). Case & Seri (2012) cho rằng để chọn nhà hàng, người tiêu dùng cần phải đánh giá tổng thể các nhân tố đặc biệt là chất lượng dịch vụ. Nhiều nghiên cứu cho thấy, giá cả có ảnh hưởng quan trọng hơn so với CLDV nhưng xét riêng lẻ từng nhân tố thì CLDV lại có độ nhạy trong việc ra quyết định LCNH, thực khách sẵn sàng trả thêm tiền cho CLDV cao hơn, trong khi những thứ khác được giữ nguyên không đổi. Cụ thể, Akbar & Alaudeen (2012) cho rằng, khách hàng ngày càng quan tâm hơn tới vấn đề chất lượng và điều đó tác động trực tiếp đến HVLC của thực khách. Đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh càng gay gắt thì CLDV càng góp phần quan trọng tạo lợi thế vượt trội giữa các nhà hàng, nó có độ nhạy rất cao và ảnh hưởng quyết định đến việc lựa chọn cũng như sự trung thành của thực khách (Ryu & Han, 2010; Ryu & Lee, 2017).

2.4. Cơ sở vật chất và ý định lựa chọn nhà hàng

Cơ sở vật chất (CSVC) liên quan đến kiến trúc, màu sắc, phong cách, trang thiết bị có sự ảnh hưởng mạnh đến cảm xúc, thái độ và hành vi LCNH của thực khách khi ăn uống ở bên ngoài (Hanks & cộng sự, 2017; Ryu & Han, 2010). Nghiên cứu của Mosavi (2012) chỉ ra rằng, cơ sở vật chất là yếu tố gây tò mò để thực khách ghé nhà hàng lần đầu và quyết định nên quay lại hay không. Hay nói cách khác, CSVC có mối quan hệ thuận chiều với ý định LCNH của thực khách (Lee & cộng sự, 2016; Ryu & Lee, 2017). Cullen (2005)) chứng minh rằng, bên cạnh địa điểm, chất lượng đồ ăn thì sự sạch sẽ và ngăn nắp là yếu tố có mức độ ảnh hưởng xếp lớn đến ý định LCNH của thực khách Trung Quốc. Kukanja & cộng sự, (2020) nhấn mạnh rằng CSVC là nhân tố quan trọng nhất trong 7 nhân tố cấu thành CLDV cao cấp của nhà hàng và thu hút sự quan tâm của thực khách. Kết quả nghiên cứu của Kim & Bachman (2019) và Sharma & cộng sự (2021) cũng có sự tương đồng khi nhận thấy có đến 90% và 66% khách hàng cho rằng sự sạch sẽ, ngăn nắp và trang trọng sẽ ảnh hưởng đến ý định lựa chọn đến ăn tại một nhà hàng nào đó.

2.5. Vị trí nhà hàng và ý định lựa chọn nhà hàng

Vị trí nhà hàng (VTNH) là yếu tố quan trọng góp phần đem lại trải nghiệm cho khách hàng, theo Tlapana & Sandlana (2021) cùng một món ăn nhưng được trải nghiệm tại VTNH khác nhau sẽ đem đến cảm xúc khác biệt hoàn toàn. Hay cùng nhà hàng đó nhưng khi thay đổi vị trí địa điểm thuận tiện hơn sẽ có sự hấp dẫn lớn hơn đối với thực khách (Ryu & Han, 2010). VTNH mang đến sự thuận tiện sẽ được khách hàng ưu tiên lựa chọn hơn nếu bỏ qua yếu tố chất lượng thực phẩm (Case & Seri, 2012; Jaeger & cộng sự, 2019). Hay nói cách khác, VTNH cũng có mối quan hệ thuận chiều với cảm nhận hình ảnh thương hiệu và là nhân tố quyết định đến ý định lựa chọn của khách hàng (Cullen, 2005; Rajput & Gahfoor, 2020).

2.6. Thương hiệu nhà hàng và ý định lựa chọn nhà hàng

Thương hiệu nhà hàng chính là tổng hoà sự tin tưởng, niềm tin, cảm xúc mà khách hàng có được về nhà hàng (Yi & cộng sự, 2018). Đến nay, có rất nhiều nghiên cứu về mối quan hệ giữa thương hiệu nhà hàng và ý định LCNH của thực khách đã được thực hiện (Cullen, 2005; Xia & Ha, 2021). Kết quả nghiên cứu của Cretu & Brodie (2007) cho rằng hình ảnh thương hiệu có ảnh hưởng cụ thể hơn đến nhận thức của khách hàng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ trong khi danh tiếng công ty có ảnh hưởng rộng hơn đến nhận thức đến giá trị và lòng trung thành của khách hàng (Xia & Ha, 2021). Trên thực tế, khi sử dụng dịch vụ khách hàng sẽ lựa chọn dựa vào yếu tố như cơ sở vật chất, hình ảnh thương hiệu, chất lượng món ăn và CLDV (Xia

& Ha, 2021). Chính vì vậy, khách thường có xu hướng LCNH có thương hiệu tốt để đem lại cảm giác yên tâm hơn khi trải nghiệm dịch vụ, đặc biệt là trong các sự kiện lớn, quan trọng (Cullen, 2005).

2.7. Ý định lựa chọn nhà hàng

Ý định được định nghĩa là mong muốn chủ quan của khách hàng trong việc thực hiện một hành vi cụ thể nào đó (Fishbein & Ajzen, 1975) như CLNH. Mỗi khách hàng có những ý định hành vi khác nhau khi CLNH nhưng nhìn chung họ sẽ chọn khi cảm thấy yên tâm nhất về những gì đã nghe thấy, quan sát thấy hoặc được trải nghiệm. Ý định LCNH có thể là tiếp tục hoặc không tiếp tục sử dụng các dịch vụ của nhà hàng đó nữa (Akbar & Alaudeen, 2012) và thường được đưa ra khi đã cảm nhận được một phần CLDV của nhà hàng thông qua trải nghiệm hoặc cảm quan (Sharma & cộng sự, 2021).

3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Từ việc tổng quan lý thuyết đến các nghiên cứu thực nghiệm, kế thừa bổ sung và hiệu chỉnh sao cho phù hợp với ngữ cảnh nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định LCNH tại thành phố Thanh Hóa (Hình 1):

Từ mô hình đề xuất các giả thuyết nghiên cứu sau:

Bảng 1: Tổng hợp nhân tố ảnh hưởng

Code	Nhân tố	Tác giả
CLSP	Chất lượng đồ ăn	Cullen (2005), Akbar & Alaudeen, (2012), Marinkovic & cộng sự (2015), Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc (2021). Tlapana & Sandlana, (2021), Jaeger & cộng sự, (2019), Galstyan & cộng sự (2018), Clemes & cộng sự (2013), Ryu & Lee (2017), Ryu & Han (2010), Sharma & cộng sự (2021).
GCSP	Giá cả sản phẩm	Johns & Howard (1998), Akbar & Alaudeen, (2012), Marinkovic & cộng sự (2015), Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc (2021), Case & Seri (2012), Sharma & cộng sự, (2021), Palacios & Jun (2020), Tlapana & Sandlana (2021).
CLDV	Chất lượng dịch vụ	Akbar & Alaudeen (2012), Sharma & cộng sự (2021). Akbar & Alaudeen (2012), Ryu & Han (2010); Ryu & Lee, (2017). Case & Seri (2012).
CSVC	Cơ sở vật chất	Hanks & cộng sự (2017), Ryu & Han (2010), Mosav (2012), Lee & cộng sự (2016), Ryu & Lee (2017), Cullen (2005), Kukanja & cộng sự (2020), Sharma & cộng sự, (2021), Tlapana & Sandlana (2021), Kim & Bachman (2019), Sharma & cộng sự (2021).
VTNH	Vị trí nhà hàng	Cullen (2005), Akbar & Alaudeen (2012), Tlapana & Sandlana (2021), Ryu & Han (2010), Case & Seri (2012), Jaeger & cộng sự (2019), Rajput & Gahfoor (2020).
THNH	Thương hiệu nhà hàng	Cullen (2005), Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc (2021), Cullen (2005), Xia & Ha, 2021; Yi & cộng sự (2018), Cretu & Brodie (2007).
YDLC	Ý định lựa chọn nhà hàng	Akbar & Alaudeen, (2012), Sharma & cộng sự (2021), Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc (2021).

Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu

Giả thuyết H1: Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

Giả thuyết H2: Giá cả sản phẩm có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

Giả thuyết H3: Chất lượng sản phẩm có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

Giả thuyết H4: Cơ sở vật chất có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

Giả thuyết H5: Vị trí nhà hàng có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

Giả thuyết H6: Thương hiệu nhà hàng có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định LCNH.

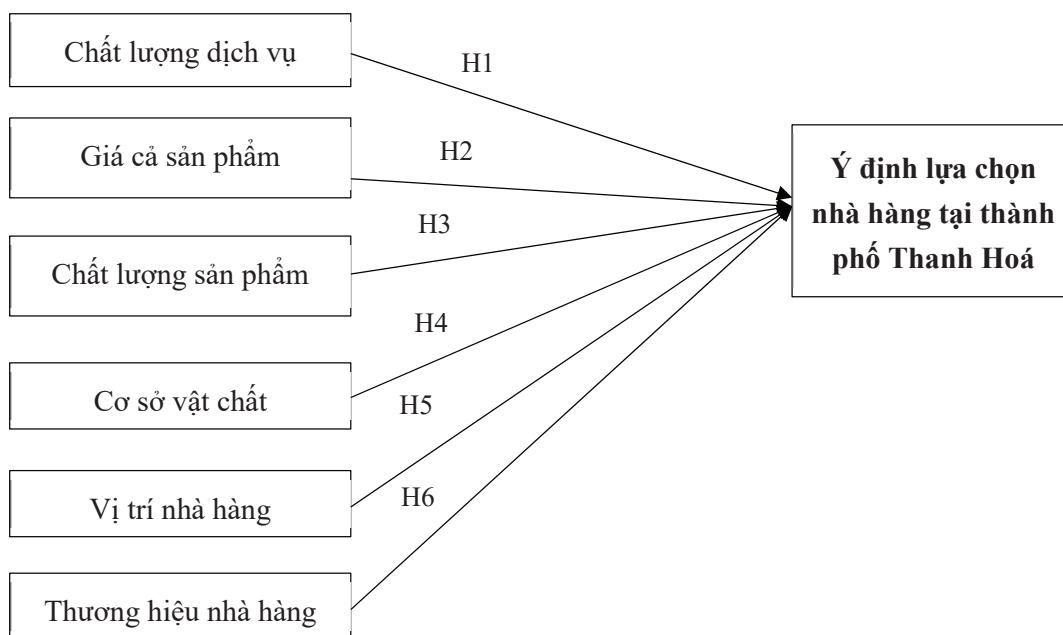
4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Công cụ nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này trước tiên nhóm tác giả tổng quan tài liệu nghiên cứu để xác định khoảng

trống và định hướng nghiên cứu; tiếp theo là đề xuất mô hình nghiên cứu và thảo luận nhóm với 5 khách hàng và 3 quản lý nhà hàng để có thêm cơ sở thực tiễn củng cố các nhân tố cũng như thang đo đề xuất trong

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của nhóm nghiên cứu

mô hình. Bảng khảo sát nghiên cứu gồm 7 nhân tố kể và 36 biến quan sát được thừa từ thang đo của Case & Seri (2012), Cullen (2005) và Na & cộng sự, (2021) với các câu hỏi đóng, mở, định danh và thứ bậc. Tất cả các biến quan sát đều được đo lường bằng thang đo 5 mức độ của Likert với 1 “rất không đồng ý” và 5 “rất đồng ý”. Bên cạnh đó các câu hỏi về nhân khẩu học của khách hàng, số lần trải nghiệm nhà hàng, ngân quỹ chi tiêu cho trải nghiệm, xu hướng LCNH cũng được tác giả thu thập thông tin phục vụ cho nghiên cứu và thảo luận kết quả.

4.2. Phương pháp thu thập số liệu

Sau khi xây dựng phiếu khảo sát, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu 5 nhà quản lý nhà hàng có kinh nghiệm làm việc trên 5 năm và 10 khách hàng thường LCNH để đặt tiệc hoàn thiện phiếu khảo sát trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức bằng google form (bảng hỏi sẽ được cung cấp khi độc giả có nhu cầu).

Kích thước mẫu dự kiến thu thập được thiết lập dựa trên công thức của Hock & Ringle (2006) với kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát ($N=5*m$), đây là cỡ mẫu phù hợp cho nghiên cứu có sử dụng phân tích nhân tố (Comrey, 1973). Cụ thể, quy mô mẫu khảo sát là $N > 5*36 = 180$ (phiếu).

Nhóm nghiên cứu đã gửi link khảo sát ngẫu nhiên đến 200 khách hàng trực tiếp thanh toán hoá đơn tại quầy thu ngân của các nhà hàng trên địa bàn thành phố Thanh Hóa bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên vào khung giờ từ 11-13 giờ và từ 18-22 giờ các ngày từ thứ 6 đến chủ nhật các tuần từ tháng 9/12/2022 tới 15/1/2023. Kết quả thu về 183 phiếu trả lời hợp lệ đủ điều kiện đưa vào phân tích.

4.3. Phương pháp xử lý số liệu

Phần mềm Smart PLS 4.0 và mô hình tuyến tính PLS-SEM được sử dụng nhằm kiểm định giả thuyết và đánh giá tác động của các nhân tố. Để đánh giá chất lượng biến quan sát trong mô hình đo lường tác giả dựa trên việc xem xét giá trị outer loadings, độ tin cậy của thang đo (Cronbach's Alpha), tính hội tụ (Convergence) và tính phân biệt (Discriminant Validity). Đánh giá mức độ tác động qua mô hình cấu trúc thông qua mối quan hệ tác động, hệ số đường dẫn, hệ số tổng thể xác định R^2 , hệ số tác động f^2 .

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Về tỷ lệ độ tuổi, trong 183 phiếu khảo sát có 91 khách hàng từ 35 đến 45 tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất

49,7%; 59 khách hàng từ 18 đến 35 tuổi chiếm 32,2%; 25 khách hàng từ 45 đến 60 chiếm 13,7% và 8 khách hàng trên 60 tuổi chiếm 4,4%. Về giới tính, 122 khách hàng là Nam giới chiếm 66,7% và 67 là nữ chiếm 33,3%. Tỷ lệ này tương đối phù hợp với thực tế khách hàng nam có xu hướng đi ăn nhà hàng nhiều hơn nữ do đặc thù công việc và quan niệm xã hội. Về thu nhập, đa phần khách hàng có thu nhập từ 10-20 triệu VND/tháng chiếm gần 50%, chỉ có 11% có thu nhập trên 20 triệu đồng; 36% có thu nhập từ 5 đến dưới 10 triệu VND và 6% có thu nhập dưới 5 triệu VND. Trong tập khách hàng được khảo sát có 45,9% khách hàng rất thường xuyên và 45,4% khách hàng không thường xuyên đi ăn tại các nhà hàng.

5.2. Kiểm định chất lượng biến quan sát

Chất lượng các biến quan sát nhân tố ảnh hưởng đến ý định LCNH tại thành phố Thanh Hoá được đánh giá qua hệ số outer loadings sau khi loại bỏ các biến quan sát có hệ số outer loading nhỏ hơn 0,4 và hệ số tải lớn hơn 0,4 và nhỏ hơn 0,7 gồm CSV1; CSV2; CSV3; CSV4; THNH1; CLSP6; GCSP4; VTNH1 (xóa đi giúp cải thiện các tiêu chí thống kê đạt mức yêu cầu (Hair & cộng sự, 2016) thì các biến còn lại đều đạt từ 0,728 đến 0,885 > 0,7 thể hiện ý nghĩa thống kê của các biến quan sát (xem Hình 2).

5.3. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả đánh giá độ tin cậy (Cronbach's Alpha) và độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability) của các thang đo đều lớn hơn 0,7 thỏa mãn điều kiện để tiến hành các bước phân tích tiếp theo (Hair & cộng sự, 2019). Chỉ số VIF (Variance Inflation Factor) của tất cả các biến trong mô hình đều nhỏ hơn 5,0 thậm chí đều nhỏ hơn 2,0 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình (Hair & cộng sự, 2011). Theo kết quả phân tích số liệu ở Bảng 2, chỉ số phương sai trung bình được trích AVE (Average Variance Extracted) của các nhân tố đều > 0,5 cho thấy mô hình thỏa mãn các điều kiện về hội tụ (Hock & Ringle, 2010).

Theo Henseler & cộng sự (2015) nếu giá trị tính phân biệt (Discriminant Validity) giữa các nhân tố ảnh hưởng (chỉ số HTMT) dưới 0,9 sẽ được đảm bảo yêu cầu. Kết quả kiểm định cho thấy tất cả nhân tố đều có HTMT < 0,9 (xem Bảng 2).

Giá trị hàm f^2 thể hiện mức độ ảnh hưởng của nhân tố khi loại bỏ khỏi mô hình. Các giá trị f^2 ứng với 0,02, 0,15, và 0,35 tương ứng với các trị tác động nhỏ, trung bình và lớn của biến ngoại sinh (Cohen, 1988). Nếu effect size < 0,02 thì xem như không có tác động. Trong mô hình này, tại bảng 2 ta thấy tất cả các liên kết đều “có” ảnh hưởng đến ý định LCNH vì tất cả giá trị f^2 đều lớn hơn 0,02, đặc biệt là liên kết CLDV và CLSP có f^2 lần lượt là 0,360 và 0,492 đều lớn hơn 0,35 xem như tác động rất mạnh tới ý định LCNH.

5.4. Kết quả đánh giá mức độ tác động bằng mô hình cấu trúc

Về mối quan hệ và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định LCNH tại thành phố Thanh Hóa trên Smart - PLS được thể hiện bởi Hình 2.

Kết quả của phân tích Bootstrap để đánh giá các mối quan hệ tác động (Bảng 3). Theo đó, tất cả các nhân tố đều có giá trị P Values < 0.05, điều này phản ánh các nhân tố này đủ ý nghĩa thống kê để thể hiện mối quan hệ ảnh hưởng cùng chiều đến ý định LCNH tại thành phố Thanh Hóa. Các giả thuyết H1, H2, H3, H5, H6 được chấp nhận, riêng giả thuyết H4 bị bác bỏ ngay từ giai đoạn phân tích EFA.

Kết quả kiểm định cho thấy với mức ý nghĩa 95%, “Chất lượng sản phẩm” có tác động mạnh nhất đến ý

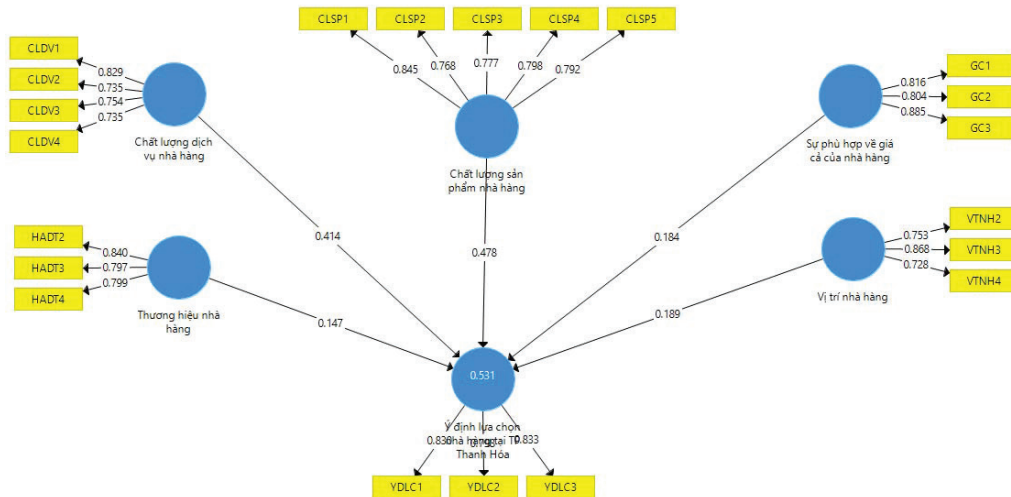
Bảng 2: Kết quả đánh giá mô hình đo lường

Nhân tố	Độ tin cậy	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trung bình AVE	Hàm giá trị f^2	CLDV	CLSP	THNH	GCSP	VTNH
1. CLDV	0,763	0,848	0,584	0,36067					
2. CLSP	0,856	0,896	0,634	0,49266	0,135				
3. THNH	0,746	0,853	0,660	0,04549	0,164	0,085			
4. GCSP	0,786	0,874	0,698	0,07401	0,106	0,077	0,121		
5. VTNH	0,705	0,828	0,617	0,07404	0,205	0,158	0,187	0,063	
6. YDLC	0,758	0,861	0,673	0,36067	0,591	0,632	0,175	0,206	0,392

Nguồn: Nhóm tác giả kiểm định bằng Smart PLS

định LCNH tại thành phố Thanh Hóa với mức ảnh hưởng là 0,478; tiếp theo là nhân tố “Chất lượng dịch vụ” với mức ảnh hưởng 0,414, thứ 3 là nhân tố nhân tố “Vị trí nhà hàng” có mức ảnh hưởng 0,189; tiếp theo là nhân tố “Giá cả sản phẩm” có mức ảnh hưởng 0,184 và cuối cùng là nhân tố “Thương hiệu nhà hàng” có mức ảnh hưởng 0,147.

Hình 2: Các nhân tố tác động đến ý định LCNH



Nguồn: Nhóm tác giả kiểm định bằng Smart PLS

Kết quả của phân tích PLS Algorithm cho Chỉ số R^2 (R-square value) dùng để đo lường mức độ phù hợp với mô hình của dữ liệu hay khả năng giải thích của mô hình. Theo Hair & cộng sự (2011) đề xuất giá trị R^2 ở mức 0,75, 0,50 hoặc 0,25. Kết quả cho thấy R^2 bằng 0,531 và R^2 hiệu chỉnh bằng 0,513 là phù hợp

Bảng 3: Kiểm định mô hình cấu trúc (Path Coefficient)

Giả thuyết	Mối quan hệ tác động	Hồi quy chuẩn hoá (O)	Trung bình mẫu (M)	Độ lệch chuẩn (STDEV)	Giá trị T	Giá trị P	Kết luận
H1	CLDV -> YDLV	0,414	0,412	0,053	7,841	0,000	Chấp nhận
H2	GCSP -> YDLC	0,184	0,185	0,053	3,470	0,001	Chấp nhận
H3	CLSP -> YDLC	0,478	0,474	0,044	10,749	0,000	Chấp nhận
H5	VTNH -> YDLC	0,189	0,192	0,050	3,744	0,000	Chấp nhận
H6	THNH -> YDLC	0,147	0,146	0,066	2,231	0,026	Chấp nhận

Nguồn: Nhóm tác giả kiểm định bằng Smart PLS

trong trường hợp nghiên cứu này, như vậy các biến độc lập trong mô hình giải thích được 53,1% ý định LCNH tại thành phố Thanh Hóa. Kết quả cho thấy R^2 bằng 0,531 và R^2 hiệu chỉnh bằng 0,513 là phù hợp trong trường hợp nghiên cứu này, như vậy các biến độc lập trong mô hình giải thích được 53,1% ÝDLCHN tại thành phố Thanh Hóa.

Đánh giá chỉ số độ tin cậy (SRMR) của nghiên cứu là 0,075 nhỏ hơn 0,08 (Hu & Bentler, 1998), thông thường một mô hình phù hợp sẽ có giá trị SRMR nhỏ hơn 0,08), do vậy mô hình này phù hợp.

6. Thảo luận kết quả và hàm ý quản trị

Như vậy chất lượng sản phẩm vẫn là nhân tố quan trọng nhất khi khách hàng LCNH nào đó để trải nghiệm bữa ăn bên ngoài thay vì ăn tại gia, kết quả này thể hiện đúng bản chất đến nhà hàng để thưởng thức hương vị món ăn và hoàn toàn tương đồng với kết quả nghiên cứu của (Sharma & cộng sự, 2021; Tlapana & Sandlana, 2021). Ngoài thưởng thức hương vị đặc biệt của các món ăn thì việc đến nhà hàng để cảm nhận CLDV cũng được khách hàng cân nhắc ở vị trí quan trọng tiếp theo, sự phục vụ nhanh chóng, chu đáo, sự phản hồi kịp thời là những yếu tố làm khách hàng muốn tiếp tục được trải nghiệm tại nhà hàng, điều này đã

một lần nữa tái khẳng định sự tương đồng với nghiên cứu của (Case & Seri, 2012; Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc, 2021; Ryu & Han, 2010; Ryu & Lee, 2017; Sharma & cộng sự, 2021; Xia & Ha, 2021). Mặc dù hiện nay phương tiện di chuyển đã rất thuận tiện, nhưng nhiều khách hàng vẫn ưu tiên lựa chọn những nhà hàng có vị trí đẹp thuận tiện, ở ngay trung tâm để tiện cho việc tiếp cận cũng như thể hiện đẳng cấp trong các buổi tiệc hoặc sự kiện (Case & Seri, 2012; Cullen, 2005; Jaeger & cộng sự, 2019; Rajput & Gahfoor, 2020; Ryu & Han, 2010). Vì vậy, nhân tố “Vị trí nhà hàng” có mức ảnh hưởng xếp thứ 3 với mức ảnh hưởng là 0.189.

Trái ngược với nghiên cứu của (Case & Seri, 2012; Sharma & cộng sự, 2021), trong nghiên cứu này giá cả lại không thuộc nhóm nhân tố quan trọng nhất, phần lớn khách hàng cho rằng khi đi ăn bên ngoài thì chấp nhận đắt miễn là chất lượng đồ ăn ngon, CLDV đáp ứng để cảm thấy thoải mái nhất khi trải nghiệm. “Thương hiệu nhà hàng” có mức ảnh hưởng thấp nhất trong 5 nhân tố nhưng cũng tác động rất mạnh đến ý định LCNH, điều này phù hợp với thực tiễn khách hàng xác định đến nhà hàng là thể hiện đẳng cấp, họ lựa chọn những địa chỉ uy tín để tổ chức sự kiện hoặc ăn uống để cảm thấy yên tâm về CLDV và hạn chế các rủi ro không đáng có. Cũng như nghiên cứu của (Cretu & Brodie, 2007; Cullen, 2005; Xia & Ha, 2021; Yi & cộng sự, 2018), quan niệm về thương hiệu nhà hàng được tạo nên từ hình ảnh và uy tín được tạo dựng qua thời gian. Một nhà hàng có thương hiệu sẽ là đơn vị cung cấp sản phẩm và dịch vụ hoàn hảo đáp ứng mọi nhu cầu kể cả những khách hàng khó tính nhất. Chính vì vậy, việc chọn nhà hàng có thương hiệu đồng nghĩa với việc chọn được sản phẩm dịch vụ uy tín (Yi & cộng sự, 2018). Đối với nhân tố CSVC mặc dù không thể hiện sự tác động như nghiên cứu của Kukanja & cộng sự (2020), Sharma & cộng sự (2021), Tlapana & Sandlana (2021) tuy nhiên xem xét mean từng nhân tố thì sự sang trọng và không gian riêng tư vẫn được đánh giá có mức ảnh hưởng cao đến ý định LCNH của thực khách.

Như vậy, về mặt quản trị nhà hàng cần phải tập trung nâng cao chất lượng, hương vị và sự độc đáo của món ăn nhằm tạo bản sắc thương hiệu và danh tiếng trong thu hút khách hàng, tiếp đến là chất lượng phục vụ. Điểm yếu hiện nay của nhiều nhà hàng trên địa bàn thành phố Thanh Hoá là chất lượng và năng lực phục vụ, vì vậy cần có những nghiên cứu để xây dựng và thực hành theo các quy trình chuẩn (SOP) nhằm đem đến trải nghiệm hoàn hảo nhất cho khách hàng. Bên cạnh đó cần có chiến lược về giá, xây dựng hình ảnh thương hiệu của nhà hàng cả trên môi trường thực tế và online nhằm lan toả những giá trị tốt đẹp đến khách hàng.

7. Kết luận và hạn chế của nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy bức tranh khá rõ nét về nhân tố ảnh hưởng đến ý định LCNH của thực khách trên địa bàn thành phố Thanh Hoá. Trong đó sự tác động mạnh nhất là chất lượng sản phẩm, CLDV, tiếp theo là vị trí, giá cả và thương hiệu nhà hàng lần lượt có những tác động quan trọng đến ý định LCNH của khách hàng.

Mặc dù có những nỗ lực trong thu thập dữ liệu để xác định nhân tố tác động đến ý định LCNH, tuy nhiên nghiên cứu được tiến hành trên quy mô nhỏ và chưa xem xét đến sự tác động của các biến điều tiết như giới tính, thu nhập, nghề nghiệp cũng như chưa phân tích sâu về các nhóm khách hàng. Nghiên cứu cũng mới dừng lại ở phân tích ý định, chưa phân tích quyết định hoặc hành vi tổng thể khi lựa chọn nhà hàng của thực khách. Vì vậy, kết quả nghiên cứu có ý nghĩa mô tả và giải thích hiện tượng cũng như gợi mở các hướng nghiên cứu tiếp theo như phân tích quyết định lựa chọn hoặc bổ sung thêm các biến điều tiết./.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior: Handbook of Theories of Social Psychology', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1, 438–459. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Akbar, Y.A.A., & Aladeen, M.S.S. (2012), 'Determinant of Factors That Influence Consumer in Choosing Normal Restaurant', *South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 1(2006), 137–145.
- Bhatti, A., & Ur Rehman, S. (2019), 'Impact of Social risk, Government and Psychological Factors with Moderator Cultural Factors on Online Shopping Behavior in Pakistan', *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(1), 31–44. DOI: <https://doi.org/10.52131/pjhss.2019.0701.0070>.
- Case, F.R., & Seri, I.N. (2012), 'Determinant of Factors That Influence Consumer in Choosing Normal Restaurant', *South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 1(2006), 137–145.
- Clark, M.A. & Wood, R.C. (1998), 'Consumer loyalty in the restaurant industry - a preliminary exploration of the issues', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(4), 139-144. DOI: <https://doi.org/10.1108/09596119810222104>.
- Clemes, M.D., Gan, C., & Sriwongrat, C. (2013), 'Consumers' Choice Factors of an Upscale Ethnic Restaurant', *Journal of Food Products Marketing*, 19(5), 413–438. DOI: <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.724364>.
- Cohen, J. (1988), *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd ed)*, Routledge, New York.
- Comrey, A.L. (1973), *A First Course in Factor Analysis*, Academic, New York. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315827506>.
- Cretu, A.E., & Brodie, R.J. (2007), 'The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective', *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230–240. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.08.013>.
- Cullen, F. (2005), 'Factors Influencing Restaurant Selection in Dublin', *Journal of Foodservice Business Research*, 7(2), 53–85. DOI: https://doi.org/10.1300/J369v07n02_05.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*, Addison Wesley Publishing Company, New York.
- Galstyan, V., Bhandari, M. P., Sberveglieri, V., Sberveglieri, G., & Comini, E. (2018), 'Metal oxide nanostructures in food applications: Quality control and packaging', *Chemosensors*, 6(2), 1–21. DOI: <https://doi.org/10.3390/chemosensors6020016>.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2011), 'PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. DOI: <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M., & Ringle, C.M. (2019), 'When to use and how to report the results of PLS-SEM', *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J., Hult, G.T.M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd edition, SAGE publication Inc, USA
- Hanks, L., Line, N., & Kim, W.G. (Woody). (2017), 'The impact of the social servicescape, density, and restaurant type on perceptions of interpersonal service quality', *International Journal of Hospitality Management*, 61, 35–44. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.009>.
- 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, 115–135.
- Hock, M., & Ringle, C.M. (2010), 'Local strategic networks in the software industry: An empirical analysis of the value continuum', *International Journal of Knowledge Management Studies*, 4(2), 132–151.
- Hu, L., & Bentler, P.M. (1998), 'Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification', *Psychological Methods*, 3(4), 424–453. DOI: <https://doi.org/10.1037/1082-989X.3.4.424>.
- Jaeger, Sara R., Roigard, Christina M., Le Blond, Marie, Hedderley, Duncan I., & Giacalone, Davide (2019), 'Perceived situational appropriateness for foods and beverages: consumer segmentation and relationship with stated liking', *Food Quality and Preference*, 78(May), 103701. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.05.001>.

-
- Johns, N., & Howard, A. (1998), 'Customer expectations versus perceptions of service performance in the foodservice industry', *International Journal of Service Industry Management*, 9(3), 248–265.
- Kim, H., & Bachman, J.R. (2019), 'Examining customer perceptions of restaurant restroom cleanliness and their impact on satisfaction and intent to return', *Journal of Foodservice Business Research*, 22(2), 191–208. DOI: <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1596002>.
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (2000), 'Consumer research in the restaurant environment. Part 3: analysis, findings and conclusions', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(1), 13–30. DOI: <https://doi.org/10.1108/09596110010304984>.
- Kukanja, M., Planinc, T., Jakulin, T. J., Wisdom, M., & Society, C. (2020), 'Restaurant managers' perceptions of service quality: the mediating role of restaurant size and seating capacity', *International Journal for Quality Research*, 14(1), 237–252. DOI: <https://doi.org/10.24874/IJQR14.01-15>.
- Lee, L., Lee, M. J., & Dewald, B. (2016), 'Measuring the customers' perception of tangible service quality in the restaurant industry: An emphasis on the upscale dining segment', *Journal of Foodservice Business Research*, 19(1), 21–38. DOI: <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1129216>.
- Marinkovic, Veljko, Senic, Vladimir, & Mimovic, Predrag (2015), 'Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia', *British Food Journal*, 117(7), 1903–1920. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2014-0313>.
- Mosavi, S.A. (2012), 'The effects of relationship marketing on relationship quality in luxury restaurants', *African Journal of Business Management*, 6(19), 6090–6102. DOI: <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2192>.
- Na, T.K., Yang, J.Y., & Lee, S.H. (2021), 'Determinants of Behavioral Intention of the Use of Self-Order Kiosks in Fast-Food Restaurants: Focus on the Moderating Effect of Difference Age', *SAGE Open*, 11(3). DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211031907>.
- Nguyễn Huyền Anh, Phạm Nang Minh, Triệu Lan Phương, & Dang Khanh Linh (2022), *Ngành du lịch khởi sắc trở lại sau hai năm Covid-19*. DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/jt6qa>.
- Phương Thị Ngọc Mai & Phan Thị Cúc. (2021), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn cửa hàng thức ăn nhanh của người tiêu dùng tại TP.HCM', *Kinh tế và Dự báo*, 3/2021, 68–71.
- Rajput, A., & Gahfoor, R.Z. (2020), 'Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants', *Future Business Journal*, 6(1). DOI: <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00021-0>.
- Ryu, K., & Han, H. (2010), 'Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price', *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(3), 310–329. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>.
- Ryu, K., & Lee, J.S. (2017), 'Examination of Restaurant Quality, Relationship Benefits, and Customer Reciprocity From the Perspective of Relationship Marketing Investments', *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 41(1), 66–92. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348013515919>.
- Sharma, B., Arora, R., & Kharub, M. (2021), 'Critical Success Factors affecting the Restaurant Industry: Insights from Restaurant Managers', *FIIB Business Review*, 0(0), 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1177/23197145211042429>.
- Tlapana, T., & Sandlana, T. (2021), 'Factors Influencing Consumer Preferences of Restaurants in the Greater Buffalo City', *International Journal of Business and Management Studies*, 13(1), 2021. DOI: <https://doi.org/10.48080/ijbms.20210103>.
- Xia, Y., & Ha, H.Y. (2021), 'Does customer orientation matter? Direct and indirect effects in a service quality-sustainable restaurant satisfaction framework in China', *Sustainability*, 13(3), 1–16. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13031051>.
- Yi, S., Zhao, J., & Joung, H.W. (DAVID) (2018), 'Influence of price and brand image on restaurant customers' restaurant selection attribute', *Journal of Foodservice Business Research*, 21(2), 200–217. DOI: <https://doi.org/10.1080/15378020.2017.1368808>.
-

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ KÍCH HOẠT EWOM ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG NGÂN HÀNG SỐ: SỬ DỤNG KẾT HỢP MÔ HÌNH ELM VÀ TPB

Trương Đình Chiến

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: chientd@neu.edu.vn

Nguyễn Việt Hà

Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV)

Email: nguyenvietha.hanv@gmail.com

Mã bài: JED-816

Ngày nhận: 28/07/2022

Ngày nhận bản sửa: 09/03/2023

Ngày duyệt đăng: 20/03/2023

DOI: 10.33301/JED.VI.816

Tóm tắt:

Cùng với sự phát triển của internet và mạng xã hội, ngân hàng số (Digital banking) đã và đang là phương thức cung cấp dịch vụ ngân hàng nhanh và tiết kiệm chi phí nhất. Đồng thời, thông tin truyền miệng điện tử (eWOM) cũng đang trở thành nguồn thông tin quan trọng ảnh hưởng đến hành vi khách hàng. Bài báo này đã khảo sát 694 khách hàng cá nhân của các ngân hàng thương mại để nghiên cứu tác động của các yếu tố kích hoạt eWOM tích cực đến ý định sử dụng ngân hàng số bằng cách sử dụng kết hợp giữa mô hình TPB và mô hình truyền thông thuyết phục (ELM). Các yếu tố Sự tin cậy của nguồn tin, Chất lượng thông tin, Mức độ thân thiết giữa người gửi và người nhận eWOM và Xu hướng liên kết cá nhân giữa người nhận và người gửi là các yếu tố eWOM có ảnh hưởng tích cực đến các yếu tố của mô hình TPB và qua đó tới ý định sử dụng Ngân hàng số của các khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại. Từ kết quả nghiên cứu, bài báo đưa ra một số khuyến nghị về phương thức sử dụng eWOM tích cực để thúc đẩy người tiêu dùng sử dụng ngân hàng số cho các ngân hàng thương mại.

Từ khóa: WOM, eWOM, ngân hàng số, mô hình ELM, mô hình TPB.

Mã JEL: M3

The impact of eWOM triggers on intent to use digital banking by using a combination of ELM and TPB models

Abstract

Along with the development of the internet and social networks, digital banking is the fastest and most cost-effective method of providing banking services. At the same time, electronic word of mouth (eWOM) information is also becoming an important source of information affecting customer behavior. This study surveyed 694 individual customers of commercial banks to study the impact of positive eWOM triggers on digital banking intention by using a combination of TPB and Elaboration likelihood model (ELM). The determinants of Reliability of the source, Quality of information, eWOM sender-recipient intimacy, and Personal association tendency between recipients and senders are eWOM factors that have a positive influence on elements of TPB model and thereby to the intention to use digital banking of individual customers of commercial banks. Based on the findings, some suggestions are proposed for employing eWOM to promote customers to use digital banking for commercial banks.

Keywords: WOM, eWOM, digital banking, ELM model, TPB model.

JEL Code: M3

1. Giới thiệu

Sự phát triển của công nghệ thông tin đã cho phép các tổ chức tài chính cách mạng hóa các mô hình cung cấp dịch vụ của họ. Các tổ chức tài chính, đặc biệt là ngân hàng thương mại (NHTM) cần sử dụng các kênh điện tử mới để đáp ứng kỳ vọng của khách hàng và duy trì lợi thế cạnh tranh. Các ngân hàng thương mại đang sử dụng nhiều kênh cung cấp dịch vụ ngân hàng thay thế khác nhau như: ATM, ngân hàng trực tuyến, ngân hàng di động và ngân hàng số. Ngân hàng số là sự tích hợp tất cả các kênh trực tuyến và di động giúp các khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng ở bất kể thời gian và vị trí địa lý nào (Dias & cộng sự, 2021). Nói cách khác, ngân hàng số là mô hình ngân hàng dựa trên nền tảng số hóa để tích hợp các hoạt động và dịch vụ ngân hàng, qua đó giúp khách hàng thực hiện hầu hết các giao dịch ngân hàng bằng hình thức trực tuyến. Trong các nền tảng cung cấp dịch vụ mới, ngân hàng số đã nổi lên như phương thức cung cấp dịch vụ ngân hàng hiệu quả và tiết kiệm chi phí nhất. Tuy vậy, ở Việt Nam, mặc dù ngân hàng số cung cấp các dịch vụ ngân hàng rất tiện lợi cho người dùng, nhưng tỷ lệ chấp nhận sử dụng ngân hàng số vẫn đang trong giai đoạn đầu của sự phát triển. Theo báo cáo của Mambu - nền tảng ngân hàng đám mây SaaS thì tỷ lệ khách hàng có sử dụng ngân hàng số lần đầu tới cuối 2021 là 54%.

Do ngân hàng số còn mới nên các khách hàng sẽ muốn biết về trải nghiệm của những khách hàng khác về các tính năng, tiện ích và hiệu suất của ngân hàng số. Thông tin và các kênh truyền tải thông tin đóng một vai trò quan trọng trong thúc đẩy khách hàng sử dụng ngân hàng số (MR & Mitra, 2016). Các nghiên cứu đã có đều đã khẳng định truyền miệng điện tử (eWOM) đóng một vai trò quan trọng trong cung cấp thông tin và thuyết phục khách hàng chấp nhận sử dụng ngân hàng số. Tuy nhiên, cách thức mà eWOM tích cực có thể ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng số cho đến nay vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ. Hơn nữa, chưa có nghiên cứu nào kiểm tra tác động của các yếu tố eWOM tới ý định sử dụng ngân hàng số trong bối cảnh Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Truyền miệng điện tử

Truyền miệng (WOM) đã được công nhận trong các tài liệu về hành vi người tiêu dùng như một kênh giao tiếp không chính thức ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng. Cùng với sự ra đời của internet và mạng xã hội, truyền miệng đã phát triển thành truyền miệng điện tử (eWOM). EWOM được định nghĩa là “bất kỳ tuyên bố tích cực hoặc tiêu cực nào của khách hàng tiềm năng, khách hàng hiện tại hoặc khách hàng cũ về một sản phẩm hoặc công ty được cung cấp cho vô số người và tổ chức thông qua internet” (Hennig-Thurau & cộng sự, 2004).

Trang web, mạng xã hội, cửa hàng bán lẻ trực tuyến, blog, cửa hàng Google, nhật ký web, diễn đàn thảo luận, nhóm tin và trang web đánh giá là những môi trường ảo phổ biến, nơi mà người tiêu dùng chia sẻ ý kiến của họ. Tốc độ truyền bá thông tin nhanh hơn, phạm vi tiếp cận rộng hơn, trao đổi đa chiều, sẵn sàng bất cứ lúc nào, uy tín hơn và khả năng đo lường cao hơn là những đặc điểm chính khiến eWOM ảnh hưởng đến khách hàng mạnh hơn WOM. Ảnh hưởng của eWOM đối với ý định sử dụng ngân hàng số được coi là đặc biệt mạnh do tính vô hình, không thể đánh giá trước khi sử dụng và có tính rủi ro cao của ngân hàng số, khiến khách hàng phụ thuộc nhiều hơn vào ý kiến của người khác (Mitic & Kapoulas, 2012). EWOM có thể là tích cực hoặc tiêu cực. Phạm vi của nghiên cứu này chỉ giới hạn trong việc kiểm tra tác động của eWOM tích cực đến ý định sử dụng ngân hàng số.

2.2. Mô hình truyền thông thuyết phục

Các nhà nghiên cứu đã sử dụng lý thuyết về mô hình truyền thông thuyết phục ((Elaboration likelihood model - ELM)), một quy trình tác động thông tin kép, để khám phá tác động của eWOM tích cực tới hành vi của người tiêu dùng. Lý thuyết ELM được sử dụng để chứng minh cách thông tin thúc đẩy hành vi của người tiêu dùng (Cheung & Thadani, 2012; Ruiz-Mafe & cộng sự, 2018). Lý thuyết ELM chỉ ra cách thức eWOM ảnh hưởng đến các hành vi phản ứng của người tiêu dùng (Cheung & Thadani, 2012; Chen & cộng sự, 2016). Theo lý thuyết ELM, “tuyên trung tâm” và “tuyên ngoại vi” là hai nhóm yếu tố của eWOM ảnh hưởng đến phản ứng hành vi của người tiêu dùng. Những người tiêu dùng có động cơ tìm kiếm thông tin giá trị sẽ phân tích chất lượng các bài đánh giá một cách nghiêm túc (Cheung & Thadani, 2012). Tuy nhiên, những người tiêu dùng không muốn phân tích thông tin lại đưa ra quyết định dựa trên các yếu tố của tuyên ngoại vi như mức độ thân thiết với người gửi tin hay sự tương đồng về nhận thức với người gửi tin. Nghiên

cứu này nhằm điều tra tác động của các yếu tố của eWOM tích cực tới ý định sử dụng ngân hàng số; do đó, ELM là mô hình lý thuyết phù hợp để giải thích hiện tượng này. Nghiên cứu sử dụng các yếu tố kích hoạt eWOM: Độ tin cậy của nguồn tin, Chất lượng thông tin eWOM (bao gồm chất lượng lập luận, tính nhất quán của đánh giá và tính hợp lý của thông tin) là các yếu tố tuyến trung tâm; và các yếu tố: Mức độ gần gũi với người nhận eWOM và Xu hướng liên kết cá nhân giữa người nhận và người gửi eWOM là các yếu tố tuyến ngoại vi ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng số.

2.3. Mô hình hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1985, đã trở thành mô hình được trích dẫn nhiều nhất, có ảnh hưởng và được áp dụng nhiều nhất để dự đoán hành vi của con người. TPB được cho là công cụ dự đoán chính xác nhất về hành vi của người tiêu dùng. TPB cho rằng “hành vi của một cá nhân có thể được dự báo dựa trên thái độ, chuẩn mực chủ quan, khả năng kiểm soát hành vi được nhận thức và đặc biệt là ý định” (Ajzen, 1991). Theo lý thuyết này, thái độ cùng với chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi của con người đóng vai trò là các yếu tố ảnh hưởng đến việc hình thành ý định cá nhân để thực hiện một hành vi nhất định. Nghiên cứu này cố gắng tìm hiểu ảnh hưởng của các yếu tố kích hoạt eWOM tới các yếu tố thành phần của TPB và khám phá các yếu tố eWOM ảnh hưởng như thế nào đến ý định sử dụng ngân hàng số bằng cách sử dụng các mối quan hệ của mô hình TPB. Mô hình nghiên cứu bao gồm sự tương tác của các yếu tố eWOM với thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi, và qua đó tới ý định sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại.

2.4. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

2.4.1 Các mối quan hệ và giả thuyết nghiên cứu

Mục tiêu của nghiên cứu là khám phá ảnh hưởng của các yếu tố eWOM tới ý định sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ sử dụng các yếu tố kích hoạt eWOM là các biến độc lập tác động vào thái độ, chuẩn mực chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi và qua đó tác động đến ý định sử dụng ngân hàng số. Nói cách khác, mô hình nghiên cứu sẽ dựa trên sự kết hợp giữa mô hình ELM và TPB.

Các yếu tố eWOM ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng số qua các thành phần của mô hình TPB được luận giải dưới đây.

Sự tin cậy của nguồn thông tin eWOM

Độ tin cậy của nguồn là một thuật ngữ được sử dụng để chỉ các đặc điểm tích cực của người gửi tin ảnh hưởng đến sự chấp nhận thông điệp của người nhận. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng độ tin cậy của nguồn tin là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới thái độ chấp nhận eWOM. Mặc dù vẫn còn tranh luận về các thước đo chính xác, độ tin cậy nguồn thường được coi là bao gồm hai khía cạnh quan trọng: uy tín và chuyên môn của người gửi thông tin. Chúng tôi có giả thuyết:

H1: Sự tin cậy của nguồn tin eWOM có tác động cùng chiều đến thái độ đối với ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại Việt Nam

Chất lượng thông tin

Chất lượng thông tin của eWOM bao gồm chất lượng tranh luận, tính hợp lý và tính nhất quán. Tính hợp lý của thông tin có nghĩa là thông tin được trình bày đan xen hợp lý giữa tích cực và hạn chế. Tính nhất quán, đề cập đến thông tin có phù hợp với đánh giá của những người khác hay không. Chất lượng eWOM có thể ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng số qua thái độ của khách hàng đối với ngân hàng số. Các eWOM đánh giá ngân hàng số trên các nền tảng trực tuyến khác nhau có thể ảnh hưởng cùng chiều đến thái độ của khách hàng đối với ý định sử dụng ngân hàng số. Chúng tôi đưa ra giả thuyết rằng:

H2: Chất lượng của eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến thái độ của khách hàng đối với ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại Việt Nam.

Mức độ thân thiết của mối quan hệ giữa người gửi và người nhận eWOM

Độ thân thiết của mối quan hệ đề cập đến ảnh hưởng của mối liên kết giữa các thành viên của một mạng lưới. Mối quan hệ thân thiết trở nên bền chặt hơn trong mạng lưới cá nhân của một người và có thể cung cấp sự hỗ trợ nhau về mặt tinh thần và vật chất. Vì vậy, eWOM do những người có mối liên kết bền chặt với người nhận tin đưa ra có ảnh hưởng nhiều hơn so với thông tin của những người khác.

H3: Mức độ thân thiết với người gửi với người nhận eWOM có tác động cùng chiều đến thái độ đối với ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại Việt Nam

Xu hướng liên kết cá nhân dựa trên điểm chung

Xu hướng liên kết cá nhân dựa trên điểm chung đề cập đến mức độ mà các cá nhân tương tác với nhau có các thuộc tính hoặc nhận thức giống nhau. Bạn bè và các thành viên của mạng xã hội có xu hướng giống nhau về các đặc điểm nhân khẩu học xã hội như giới tính, chủng tộc và tuổi tác, cũng như các đặc điểm tri giác như niềm tin và thái độ. Các cá nhân có xu hướng tương tác nhiều hơn với những người có cùng thuộc tính (như tuổi, giới tính, dân tộc, yếu tố độ học vấn) vì điều đó giúp giảm xung đột tiềm ẩn trong mối quan hệ thông qua sự tin tưởng và gắn bó tình cảm. Do đó, những người có điểm chung cao hơn có thể có nhiều khả năng bị ảnh hưởng bởi eWOM của nhau.

H4: Xu hướng liên kết cá nhân dựa trên điểm chung có tác động dương đến thái độ đối với ngân hàng số của các khách hàng của ngân hàng thương mại Việt Nam.

Thái độ đối với ngân hàng số hình thành từ tiếp nhận eWOM

Các nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng chỉ ra rằng thái độ của người tiêu dùng đối với thông tin eWOM quyết định mối quan hệ giữa đánh giá eWOM và đánh giá sản phẩm/dịch vụ. Như vậy, thái độ tích cực giúp tăng ý định mua hàng. Nếu các eWOM tác động đến thái độ tin tưởng vào ngân hàng số, nhiều khả năng thái độ sẽ ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng ngân hàng số. Vì vậy, sẽ là hợp lý khi cho rằng thái độ đối với ngân hàng số khi tiếp nhận thông tin eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng.

H9: Thái độ đối với ngân hàng số có tác động cùng chiều đến Ý định sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ngân hàng thương mại Việt Nam

Chuẩn mực chủ quan

Trong TPB, chuẩn mực chủ quan là “áp lực xã hội được nhận thức để thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi” của một cá nhân (Ajzen, 1991). Chính vì vậy, chuẩn mực chủ quan trong mô hình TPB chính là yếu tố áp lực bên ngoài xã hội. Chuẩn mực chủ quan là niềm tin của con người cảm nhận về việc liệu hành vi của họ có được cộng đồng xã hội cho là đúng đắn hay không? Từ mối quan hệ tác động của các yếu tố kích hoạt eWOM đến chuẩn mực chủ quan, chúng ta có các giả thuyết sau:

H5: Độ tin cậy của nguồn tin eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến chuẩn mực chủ quan của khách hàng ngân hàng thương mại

H6: Chất lượng thông tin eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến chuẩn mực chủ quan của khách hàng ngân hàng thương mại

H10: Các chuẩn mực chủ quan có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng ngân hàng thương mại.

Nhận thức kiểm soát hành vi

Ajzen (1991) định nghĩa nhận thức kiểm soát hành vi là “mức độ dễ dàng hoặc khó khăn được nhận thấy khi thực hiện hành vi” và “được giả định là phản ánh những kinh nghiệm trong quá khứ cũng như những trở ngại và hậu quả được dự đoán trước”. Trong bối cảnh nghiên cứu ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng, nhận thức kiểm soát hành vi liên quan đến nhận thức của họ về ngân hàng số, trải nghiệm hài lòng khi sử dụng ngân hàng số và sự tự tin khi sử dụng ngân hàng số. Vậy các yếu tố kích hoạt eWOM tác động như thế nào đến nhận thức kiểm soát hành vi và qua đó tới ý định sử dụng ngân hàng số, các giả thuyết ở đây là:

H7: Độ tin cậy của nguồn tin eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến nhận thức kiểm soát hành vi của khách hàng ngân hàng thương mại

H8: Chất lượng thông tin eWOM có ảnh hưởng cùng chiều đến nhận thức kiểm soát hành vi của khách hàng ngân hàng thương mại

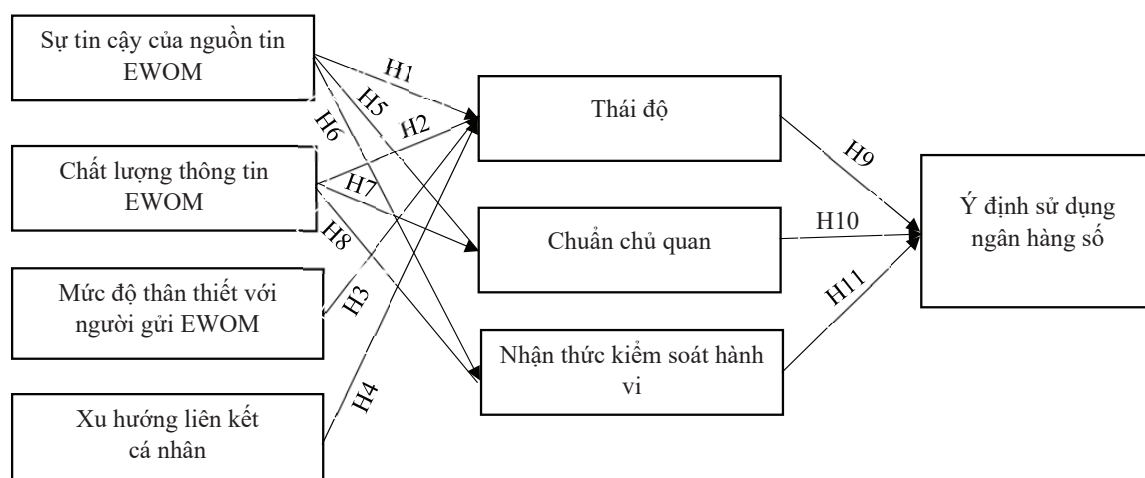
H11: Nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng ngân hàng thương mại.

2.4.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Hình 1: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố eWOM đến ý định sử dụng ngân hàng số qua các thành phần của mô hình TPB

Biến độc lập

Biến phụ thuộc



3. Phương pháp nghiên cứu

Bảng 1: Đặc điểm nhân khẩu học của mẫu nghiên cứu

Tiêu chí đánh giá	Mẫu nghiên cứu	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	315	45,39
	Nữ	379	54,61
Tuổi	Dưới 26 tuổi	95	13,7
	Từ 26 - 42 tuổi	156	22,5
	Từ 42 đến 56 tuổi	265	38,2
	Trên 56 tuổi	178	25,6
	Bác sĩ	4	0,6
Nghề	Buôn bán	51	7,3
	Cán bộ ngân hàng	132	19,0
	Nhân viên văn phòng	321	46,3
	Lao động tự do	46	6,6
	Giáo viên	20	2,9
	Y dược	81	11,7
	Kỹ sư	22	3,2
	IT	17	2,4
	IT	17	2,4
Thu nhập	Dưới 5 triệu	171	24,6
	5-10 triệu	425	61,2
	10-20 triệu	86	12,4
	Trên 20 triệu	12	1,7
Học vấn	THPT	7	1,1
	Đại học/Cao đẳng	398	57,3
	Tốt nghiệp Đại học	289	41,6
Thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày	Dưới 1 tiếng	79	11,4
	2-3 tiếng	420	60,5
	4-5 tiếng	91	13,1
	Trên 5 tiếng	104	15

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Nghiên cứu đã sử dụng bảng hỏi để khảo sát một mẫu khách hàng hiện tại của ngân hàng thương mại có tham gia mạng xã hội. Các dữ liệu được mã hoá và phân tích bằng phần mềm SPSS. Mô hình, thang đo và các giả thuyết đã đề xuất được phân tích và kiểm định thông qua kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định CFA và kiểm định mô hình bằng SEM trong AMOS.

Các biến quan sát được kiểm định tính chắc chắn qua việc phân tích CFA (Confirmatory factor analysis). Mô hình phân tích cấu trúc tuyến tính SEM (Structural equation modeling) sẽ được đưa vào để kiểm định tính xác thực và mức độ phù hợp của mô hình để đưa ra kết quả chấp nhận hoặc không chấp nhận cho tất cả các giả thuyết nghiên cứu.

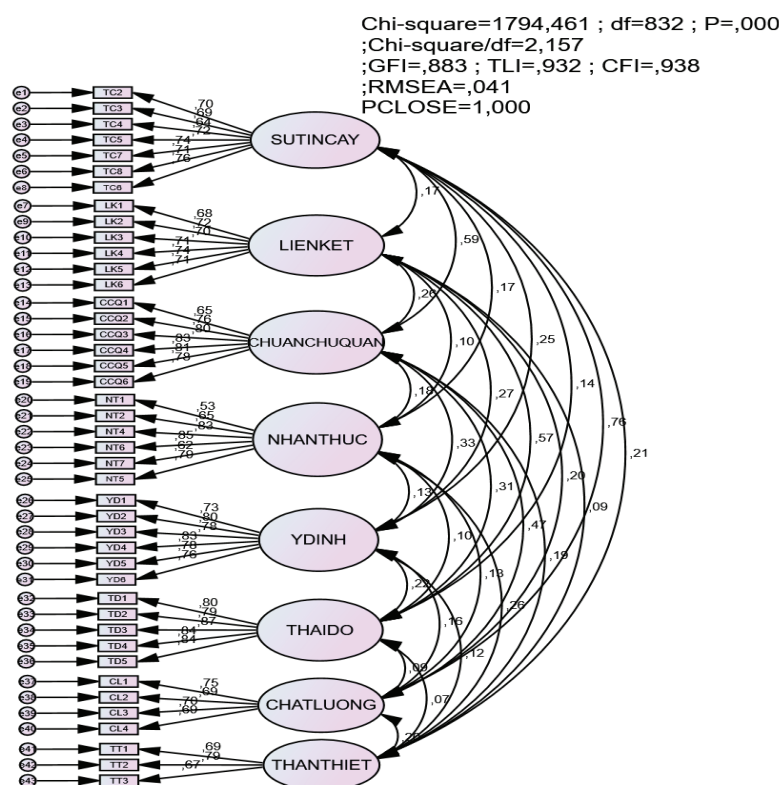
Việc khảo sát thông qua cả trực tuyến và ngoại tuyến. Bảng câu hỏi trực tuyến đã được gửi đến các địa chỉ email của khách hàng của ngân hàng. Khảo sát ngoại tuyến được thực hiện bằng cách phỏng vấn khách hàng tại các chi nhánh ngân hàng ở ba thành phố lớn là Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Tổng số bảng hỏi thu được là 843 và có 694 bảng khảo sát đủ tiêu chuẩn để đưa vào phân tích. Thu thập dữ liệu diễn ra trong bốn tháng, từ tháng 1 đến tháng 4 năm 2022. Các biến quan sát đã được tham khảo từ các nghiên cứu đã có và điều chỉnh cho phù hợp với ngữ cảnh Việt Nam. Thang đo năm mức độ (1 = hoàn toàn không đồng ý, 5 = hoàn toàn đồng ý) được sử dụng.

4. Phân tích kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Để kiểm nghiệm giá trị phân biệt của tất cả các khái niệm đã được sử dụng, dưới đây nghiên cứu sẽ sử dụng mô hình tới hạn (Saturated Model). Mô hình tới hạn là mô hình mà trong đó các khái niệm nghiên cứu được tự do quan hệ với nhau (Anderson & Gerbing, 1988), vì vậy nó có độ tự do thấp nhất.

Hình 2: Mô hình phân tích nhân tố khẳng định CFA



Kết quả phân tích CFA các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp của mô hình cho thấy, giá trị Chi-square/df = 2.157 < 3, TLI= 0.932, CFI=0.938, GFI= 0.883 đều lớn hơn 0,8, hệ số RMSEA= <0,08, vì thế mô hình có sự phù hợp với thị trường. Kết quả các giá trị P-value của các biến quan sát biểu diễn các nhân tố đều có giá trị

bằng 0.000. Các biến quan sát được khẳng định có khả năng biểu diễn tốt cho nhân tố trong mô hình CFA. Hệ số độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều đạt giá trị cao hơn 0,5 và hệ số phương sai trích nằm trong ngưỡng có thể chấp nhận được, vì thế, có thể khẳng định thang đo đạt được giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Như vậy, các thang đo nghiên cứu đối với các nhân tố phản ánh đã đảm bảo các yêu cầu phân tích.

Các hệ số tương quan của từng cặp kèm với sai lệch chuẩn của các thang đo đều khác với 1 ở độ tin cậy 95%, đạt mức ý nghĩa thống kê (tất cả giá trị P-Value đều bằng 0.000). Do đó các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu đều đạt được giá trị phân biệt.

Bảng 2: Kết quả kiểm định thang đo nhân tố phản ánh

Thang đo	Số biến	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích AVE	Maximum Shared Variance (MSV)	Các chỉ tiêu
Sự tin cậy	7	0,875	0,502	0,581	
Sự liên kết	6	0,858	0,503	0,326	
Chuẩn chủ quan	6	0,898	0,597	0,353	Chi-square/df= 2.157
Nhận thức	6	0,863	0,52	0,07	TLI= 0.932
Ý định	6	0,903	0,61	0,108	CFI= 0.938
Thái độ	5	0,916	0,687	0,326	GFI= 0.883
Chất lượng	4	0,801	0,502	0,581	RMSEA= 0.041
Độ thân thiết	3	0,759	0,513	0,07	

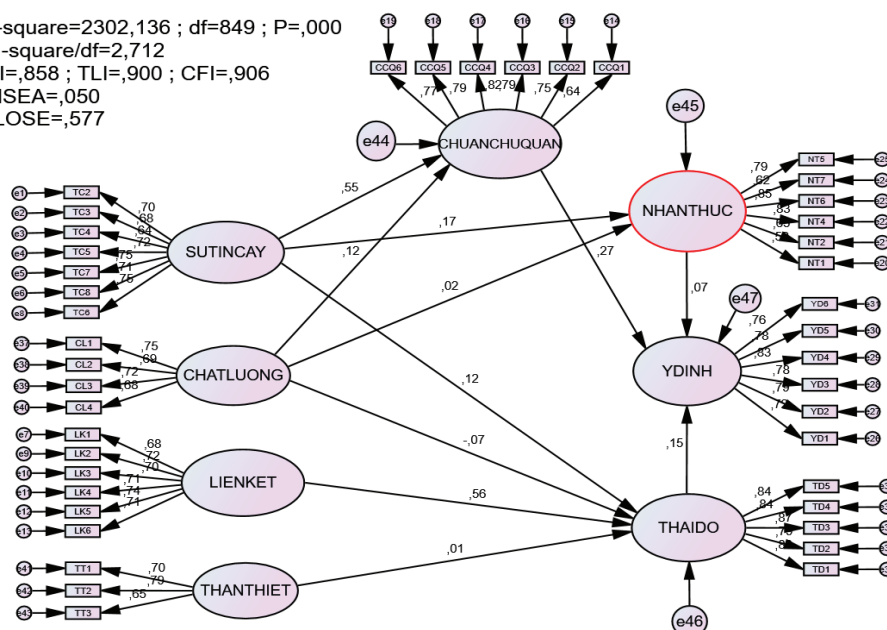
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Kết quả trong Bảng 2 cho thấy, phương sai trích của các thành phần dao động từ 0,502 đến 0,687. Tất cả các thành phần đều có phương sai trích nhỏ hơn 0,5 gồm Sự tin cậy, Liên kết, Chuẩn chủ quan, Nhận thức, Ý định, Thái độ, Chất lượng, Thân thiết lần lượt là 0,502; 0,503; 0,597; 0,52; 0,61; 0,687; 0,502; 0,513. Theo Nguyễn Đình Thọ (2013), Hair & cộng sự (2016), giá trị độ tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích của các biến trong mô hình đều đạt giá trị cao, do đó các thang đo đều đảm bảo được tính đơn hướng và hội tụ. Như vậy kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy các thang đo là đảm bảo độ tin cậy để sử dụng cho phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

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

Hình 3: Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Chi-square=2302,136 ; df=849 ; P=,000
;Chi-square/df=2,712
;GFI=,858 ; TLI=,900 ; CFI=,906
;RMSEA=,050
PCLOSE=,577



Bảng 3: Kết quả kiểm định các giả thuyết

Giả thuyết	Ước lượng		S.E	C.R	P-value	Kết luận
H1	THAIDO	<--- SUTINCAY	0,148	0,046	3,222	0,001
H2	THAIDO	<--- CHATLUONG	-0,092	0,047	-1,957	0,05
H3	THAIDO	<--- THANTHIET	0,014	0,043	0,317	0,752
H4	THAIDO	<--- LIENKET	0,735	0,061	12,108	***
H5	CHUANCHUQUAN	<--- SUTINCAY	0,511	0,047	10,915	***
H6	NHANTHUC	<--- SUTINCAY	0,151	0,04	3,758	***
H7	CHUANCHUQUAN	<--- CHATLUONG	0,115	0,036	3,157	0,002
H8	NHANTHUC	<--- CHATLUONG	0,018	0,04	0,456	0,648
H9	YDINH	<--- THAIDO	0,131	0,036	3,673	***
H10	YDINH	<--- CHUANCHUQUAN	0,323	0,052	6,241	***
H11	YDINH	<--- NHANTHUC	0,087	0,05	1,744	0,081

Ghi chú: Ở mức ý nghĩa (P); *** < 0.001; S.E độ lệch chuẩn; C.R: Giá trị tới hạn

Với kết quả có được ở trên, tiếp theo các tác giả tiến hành kiểm định mô hình thông qua phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để chỉ ra mức độ ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành đến ý định sử dụng ngân hàng số tại Việt Nam.

Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho kết quả các giá trị kiểm định như sau: Giá trị Chi-square/df = 2,712 < 3, TLI = 0,900, CFI = 0,906, GFI = 0,858 đều lớn hơn 0,8, hệ số RMSEA = 0,050 < 0,08, vì thế mô hình có sự phù hợp với thị trường. Kết quả các giá trị P-Value của các biến độc lập đều có giá trị bằng 0.000, do đó các biến độc lập đều thể hiện sự ảnh hưởng tới biến phụ thuộc là ý định sử dụng ngân hàng số.

Bảng 4: Kết quả kiểm định các giả thuyết

Giả thuyết	Ước lượng
H1	THAIDO <--- SUTINCAY 0,118**
H2	THAIDO <--- CHATLUONG 0,074
H3	THAIDO <--- THANTHIET 0,012
H4	THAIDO <--- LIENKET 0,564***
H5	CHUANCHUQUAN <--- SUTINCAY 0,547***
H6	NHANTHUC <--- SUTINCAY 0,166***
H7	CHUANCHUQUAN <--- CHATLUONG 0,125**
H8	NHANTHUC <--- CHATLUONG 0,02
H9	YDINH <--- THAIDO 0,148***
H10	YDINH <--- CHUANCHUQUAN 0,071***
H11	YDINH <--- NHANTHUC 0,272

Ghi chú: Ở mức ý nghĩa (P): *** < 0.001; ** < 0.01

Kiểm tra các giả thuyết

Kết quả ước lượng các tham số được trình bày trong Bảng 3 và kết quả trong số các yếu tố hồi quy chưa chuẩn hóa được trình bày trong bảng 4 cho thấy 5 mối quan hệ có ý nghĩa thống kê ở mức P-value < 0,001; 2 mối quan hệ có ý nghĩa thống kê ở mức P-value < 0,01. Theo kết quả ước lượng đó, có 4 giả thuyết chưa đủ căn cứ để kết luận có mối quan hệ tương quan.

Sau khi kiểm định 11 giả thuyết từ H1 đến H11 bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), kết quả nghiên cứu cho thấy:

- Sự tin cậy của nguồn tin eWOM có mối quan hệ trực tiếp và thuận chiều với thái độ tích cực (tin tưởng)

đối với ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,118$; $P\text{-value} < 0,01$). Do đó, giả thuyết H1 được ủng hộ.

- Không có bằng chứng thống kê cho thấy Chất lượng của thông tin eWOM có mối quan hệ trực tiếp và tác động dương đến thái độ tích cực (tin tưởng) đối với ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = -0,074$, $P\text{-value} > 0,05$), do đó giả thuyết H2 bị bác bỏ.

- Không có bằng chứng thống kê cho thấy mức độ thân thiết với người gửi eWOM có mối quan hệ trực tiếp và tác động dương đến thái độ tích cực (tin tưởng) đối với ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,012$, $P\text{-value} > 0,05$), do đó giả thuyết H3 bị bác bỏ.

- Xu hướng liên kết cá nhân có mối quan hệ trực tiếp và thuận chiều với thái độ tích cực (tin tưởng) đối với ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,564$; $P\text{-value} < 0,001$). Do đó, giả thuyết H4 được ủng hộ.

- Sự tin cậy của nguồn tin eWOM có mối quan hệ trực tiếp, tác động dương đến Chuẩn chủ quan đối với hành vi sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,547$; $P\text{-value} < 0,001$). Do đó, giả thuyết H5 được ủng hộ.

- Sự tin cậy của nguồn tin eWOM có mối quan hệ trực tiếp và thuận chiều với nhận thức đối với hành vi sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,166$; $P\text{-value} < 0,001$). Do đó, giả thuyết H6 được ủng hộ.

- Chất lượng thông tin eWOM có tác động dương đến chuẩn mực chủ quan đối với hành vi sử dụng ngân hàng số ($\beta = 0,125$; $P\text{-value} < 0,01$). Do đó, giả thuyết H7 được ủng hộ.

- Không có bằng chứng thống kê cho thấy chất lượng thông tin eWOM có tác động dương đến nhận thức kiểm soát hành vi đối với hành vi sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,02$; $P\text{-value} > 0,05$). Do đó giả thuyết H8 bị bác bỏ.

- H9: Thái độ tích cực (tin tưởng) đối với ngân hàng số có tác động dương đến Ý định sử dụng ngân hàng số ($\beta = 0,148$; $P\text{-value} < 0,001$). Do đó giả thuyết H9 được ủng hộ.

- H10: Chuẩn mực chủ quan đối với hành vi sử dụng ngân hàng số có tác động dương đến Ý định sử dụng ngân hàng số ($\beta = 0,071$; $P\text{-value} < 0,001$). Do đó, giả thuyết H10 được ủng hộ.

- H11: Không có bằng chứng thống kê cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi đối với sử dụng ngân hàng số có tác động dương đến Ý định sử dụng ngân hàng số ($P\text{-value} > 0,05$). Do đó, giả thuyết H11 bị bác bỏ.

Như vậy, ảnh hưởng trực tiếp của xu hướng liên kết cá nhân với thái độ tích cực (tin tưởng) của khách hàng đối với ngân hàng số là mạnh nhất ($\beta = 0,564$), tiếp theo là ảnh hưởng trực tiếp của sự tin cậy của nguồn tin eWOM đối với chuẩn chủ quan về hành vi sử dụng ngân hàng số của các khách hàng ($\beta = 0,547$) và ảnh hưởng của sự tin cậy nguồn tin eWOM với nhận thức đối với hành vi sử dụng ngân hàng số ($\beta = 0,166$).

Đối với ý định chấp nhận và sử dụng ngân hàng số, ảnh hưởng trực tiếp của thái độ tích cực (tin tưởng) đối với ngân hàng số của khách hàng là mạnh nhất ($\beta = 0,148$) và cuối cùng là ảnh hưởng trực tiếp của Chuẩn chủ quan đối với hành vi sử dụng ngân hàng số ($\beta = 0,071$).

5. Thảo luận và hàm ý quản trị

5.1. Thảo luận

Nhóm giả thuyết về tác động của các yếu tố eWOM đối với thái độ của khách hàng đối với ngân hàng số. Các kết quả cho thấy rằng độ tin cậy của nguồn tin eWOM và sự gần gũi giữa người gửi và người nhận tin là 2 yếu tố tác động tích cực đến thái độ của khách hàng đối với ngân hàng số. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu đã có về các đánh giá cập nhật, chính xác và đầy đủ giúp nâng cao ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng. Phát hiện này cũng đã được xác nhận trong các nghiên cứu trước đây liên quan đến ảnh hưởng của eWOM tích cực tới ý định sử dụng các sản phẩm và dịch vụ khác (Cheung & Thadani, 2012).

Nhóm giả thuyết thứ hai về các tác động của độ tin cậy của nguồn tin và chất lượng thông tin tới chuẩn mực chủ quan của khách hàng. Các phát hiện cho thấy rằng hai yếu tố kích hoạt này có tác động tích cực đến chuẩn mực chủ quan và qua đó tới ý định sử dụng ngân hàng số. Theo đó, khi khách hàng nhận được các đánh giá cập nhật, chính xác và toàn diện, họ nhận thấy các eWOM này là đáng tin cậy và hình thành ý định sử dụng ngân hàng số.

Nhóm giả thuyết thứ ba về các yếu tố kích hoạt eWOM tác động đến nhận thức kiểm soát hành vi và qua đó tới ý định sử dụng ngân hàng số. Phát hiện này chỉ ra rằng các khách hàng sẽ phân tích một cách nghiêm túc các eWOM tích cực khi có ý định sử dụng ngân hàng số.

5.2. Đóng góp về học thuật

Với việc sử dụng mô hình ELM, nghiên cứu đã điều tra ảnh hưởng của các yếu tố thuộc eWOM đối với ý định sử dụng ngân hàng số. Ngân hàng số là một kênh ngân hàng mới nổi và khách hàng ngày càng đăng tải nhiều đánh giá về kênh này thông qua các nền tảng trực tuyến. Người tiêu dùng nhận thức rủi ro cao khi sử dụng ngân hàng số, và do đó eWOM có ảnh hưởng mạnh đến việc sử dụng ngân hàng số so với các dịch vụ khác. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định ảnh hưởng của các yếu tố eWOM đối với ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng ngân hàng thương mại Việt Nam.

Quan trọng hơn, nghiên cứu này đã đề xuất một cơ chế trung gian để điều tra tác động của các yếu tố của eWOM đến ý định sử dụng ngân hàng số. Đó là nghiên cứu tác động của các yếu tố eWOM tới ý định sử dụng ngân hàng số qua các yếu tố trung gian của TPB. Nghiên cứu đã sử dụng cơ chế phức tạp này để kiểm tra mối liên hệ giữa các yếu tố eWOM và ý định sử dụng ngân hàng số. Mô hình tích hợp này cho đến nay vẫn chưa có trong các tài liệu về eWOM. Do đó, nghiên cứu này đã đóng góp vào lý thuyết truyền thông marketing qua eWOM tác động đến khách hàng sử dụng ngân hàng số.

5.3. Ý nghĩa thực tiễn cho các ngân hàng thương mại

Kết quả nghiên cứu giúp các nhà marketing ngân hàng hiểu được tác động của các yếu tố thuộc eWOM đến ý định sử dụng ngân hàng số của khách hàng, từ đó có cơ sở phát triển các chiến lược sử dụng eWOM trong truyền thông marketing. Các phát hiện rất hữu ích cho các ngân hàng trong sử dụng eWOM hình thành thái độ tích cực và ý định sử dụng ngân hàng số. Các phát hiện cho thấy rằng các yếu tố kích hoạt eWOM thúc đẩy cả 3 yếu tố của TPB và ý định sử dụng ngân hàng số, từ đó chỉ ra ngân hàng cần cải thiện các yếu tố kích hoạt eWOM để thúc đẩy khách hàng sử dụng ngân hàng số. Ngân hàng có thể phát triển một chiến lược để phản hồi hiệu quả các đánh giá trực tuyến của khách hàng thông qua các trang mạng xã hội, chẳng hạn như Facebook, Twitter và Instagram. Để nâng cao ảnh hưởng của chất lượng thông tin, các ngân hàng nên thường xuyên kiểm tra xem các đánh giá trên các nền tảng trực tuyến có được cập nhật hay không với những thay đổi trong các ứng dụng ngân hàng số. Tương tự, ngân hàng cần phải cung cấp các thông tin chi tiết, chính xác và cụ thể cho khách hàng thông qua các trang mạng xã hội.

Chất lượng thông tin là yếu tố kích hoạt quan trọng của eWOM ảnh hưởng đến cả thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi và tới ý định sử dụng ngân hàng số. Các ngân hàng nên khuyến khích và hoan nghênh các khách hàng hiện tại của họ viết đánh giá chỉ ra cả ưu và nhược điểm của dịch vụ ngân hàng số. Điều quan trọng nữa là các ngân hàng phải kiểm tra xem các đánh giá là tích cực hay tích cực xen lẫn tiêu cực và họ cần nhanh chóng trả lời các nhận xét tiêu cực. Khi khách hàng thấy các ý kiến tiêu cực của họ được giải quyết, khách hàng sẽ có ấn tượng tích cực đối với ngân hàng số. Những đánh giá tích cực xen lẫn tiêu cực như vậy sẽ thu hút sự quan tâm của những khách hàng muốn sử dụng ngân hàng số. Các ngân hàng cũng có thể xem xét việc mở một trang trực tuyến riêng của họ hoặc các vòng liên kết khác để cho phép khách hàng trực tiếp khiếu nại và đề xuất với ngân hàng và do đó, các bình luận trực tuyến tiêu cực của công chúng có thể được giảm bớt. Các phát hiện cũng cho thấy rằng độ tin cậy của nguồn tin đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao thái độ (tin tưởng) của khách hàng và ý định sử dụng ngân hàng số. Để nâng cao ảnh hưởng của yếu tố kích hoạt này, các ngân hàng cần sử dụng những người ảnh hưởng có tính chuyên môn cao trong lĩnh vực ngân hàng.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988), 'Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach', *Psychological bulletin*, 103(3), 411.
- Chen, Y., Yang, S. & Wang, Z. (2016), 'Service cooperation and marketing strategies of infomediary and online retailer with eWOM effect', *Information Technology and Management*, 17, 109-118.
- Cheung, C. M. & Thadani, D. R. (2012), 'The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model', *Decision support systems*, 54(1), 461-470.
- Dias, J., Patnaik, D., Scopa, E. & van Bommel, E. (2021), *Automating the Bank's Back Office*, McKinsey & Company, 1-6.
- 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,
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. & Gremler, D. D. (2004), 'Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?', *Journal of interactive marketing*, 18(1), 38-52.
- Mitic, M. & Kapoulas, A. (2012), 'Understanding the role of social media in bank marketing', *Marketing Intelligence & Planning*, 30(7), 668-686.
- MR, A. & Mitra, A. (2016), 'Effect of information content and form on customers' attitude and transaction intention in mobile banking: Moderating role of perceived privacy concern', *International Journal of bank marketing*, 34(7), 1092-1113.
- Nguyễn Đình Thọ (2013), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- Ruiz-Mafe, C., Bigne-Alcañiz, E., Sanz-Blas, S. & Tronch, J. (2018), 'Does social climate influence positive eWOM? A study of heavy-users of online communities', *BRQ Business Research Quarterly*, 21(1), 26-38.