

## Mục lục

Tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập: Bảng chứng thực nghiệm ở Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Hoài Thu</i>	2
Phát triển tài chính, đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng kinh tế các quốc gia ASEAN	<i>Phạm Thị Nga</i>	11
Đặc điểm công ty có ảnh hưởng đến tránh thuế ở các công ty phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam?	<i>Nguyễn Công Phương</i>	19
Ảnh hưởng của hình ảnh thương hiệu và chất lượng dịch vụ tới sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam	<i>Đặng Thành Cường</i>	28
Lựa chọn dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán và các hành vi lệch lạc của nhà đầu tư cá nhân: Bảng chứng thực nghiệm tại sở giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh	<i>Nguyễn Thị Ngọc Loan, Nguyễn Thị Mỹ Linh, Phan Chung Thủy</i>	37
Phân tích mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam đồng bằng sông Hồng	<i>Nguyễn Văn Hậu, Nguyễn Thị Thu Phương</i>	48
Hoạt động chuyển đổi số tại tổng công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex: Bảng chứng thực nghiệm từ khảo sát khách hàng	<i>Bùi Quang Tuyền, Đặng Đình Tuyền</i>	58
Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An	<i>Phạm Thị Thúy Hằng</i>	70
Tự chủ tài chính tại các vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Thực trạng và giải pháp	<i>Bùi Thị Minh Nguyệt, Đào Lan Phương, Nguyễn Thị Hồng Thanh</i>	78
Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện trên địa bàn thành phố Hà Nội	<i>Nguyễn Thị Hải Đường, Lê Đức Lữ, Ngô Gia Tráng, Phùng Quang Anh, Nguyễn Thị Bảo Dương, Đào Lê Ngân</i>	88
Ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội	<i>Nguyễn La Soa, Đỗ Thị Ly, Nguyễn Thị Phương Anh, Trần Thị Phương Anh, Hoàng Việt Hà, Lê Quỳnh Trang, Nguyễn Diệu Hà</i>	98

# TÁC ĐỘNG CỦA PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG ĐẾN BẤT BÌNH ĐẲNG THU NHẬP: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Hoài Thu  
Học viện Ngân hàng  
Email: hoaitu@hvn.edu.vn

Mã bài báo: JED-1769  
Ngày nhận: 13/03/2024  
Ngày nhận bản sửa: 24/05/2024  
Ngày duyệt đăng: 07/06/2024  
Mã DOI: 10.33301/JED.VI.1769

## Tóm tắt:

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu cấp tỉnh trong giai đoạn 2012-2020 và mô hình tác động cố định để đánh giá tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) đến bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Bằng cách xem xét phát triển ICT ở các địa phương thông qua các chỉ số khác nhau, kết quả cho thấy sự phát triển hạ tầng kỹ thuật ICT có tác động làm giảm chênh lệch thu nhập giữa nhóm dân số giàu nhất và nghèo nhất. Tuy nhiên, mức độ triển khai ứng dụng công nghệ thông tin của khu vực công lại đang làm gia tăng bất bình đẳng thu nhập. Nghiên cứu này không tìm thấy bằng chứng cho thấy mức độ phát triển hạ tầng nhân lực xã hội có tác động đến bất bình đẳng thu nhập. Bên cạnh ảnh hưởng của phát triển ICT ở các địa phương, tăng trưởng kinh tế và thay đổi cơ cấu ngành kinh tế cũng đang có tác động đến chênh lệch giàu nghèo ở Việt Nam.

**Từ khóa:** Bất bình đẳng thu nhập, công nghệ thông tin và truyền thông, dịch vụ công trực tuyến, ICT.

**Mã JEL:** D63, O33.

## The impact of information and communication technology development on income inequality: Empirical evidence from Vietnam

### Abstract:

This research employs provincial-level data for 2012-2020 and a fixed effects model to assess the impact of information and communications technology (ICT) development on income inequality in Vietnam. By considering different perspectives of ICT development, the results show various effects of ICT development on income inequality across these perspectives. Developing ICT infrastructure has the impact of reducing the income gap between the richest and poorest groups of the population. However, the level of information technology application deployment in the public sector is increasing income inequality. This study did not find evidence that human infrastructure development impacts income inequality. Besides the influence of ICT development in localities, economic growth and changes in the economic sector structure also impact the gap between the rich and the poor in Vietnam.

**Keywords:** Income inequality, information and communication technology, e-government, ICT.

**JEL codes:** D63, O33.

---

## 1. Mở đầu

Gia tăng bất bình đẳng thu nhập đang là một thách thức lớn trên toàn cầu và gây ra những tổn thất xã hội lớn. Sự bất bình đẳng cố hữu về kết quả, trong đó có bất bình đẳng thu nhập, có thể làm suy yếu đáng kể sự lựa chọn về giáo dục và nghề nghiệp của các cá nhân. Điều này dẫn đến phân bổ sai nguồn lực, tham nhũng, kéo theo những hậu quả bất lợi về kinh tế và xã hội. Đặc biệt, người dân có thể mất niềm tin vào thể chế, làm xói mòn sự gắn kết xã hội và niềm tin vào tương lai (Stiglitz, 2012). Mối quan tâm về vấn đề bất bình đẳng được thể hiện rõ khi đây là một trong những mục tiêu cốt lõi của Chương trình nghị sự 2030 Vì sự phát triển bền vững. UN (2020) khẳng định rằng bất bình đẳng có mối quan hệ chặt chẽ với một số xu hướng lớn trên thế giới, trong đó có sự thay đổi công nghệ.

Cách mạng kỹ thuật số chủ yếu được thúc đẩy bởi động lực công nghệ và những tiến bộ trong hệ thống thông tin và truyền thông đã tác động và biến đổi hầu hết mọi lĩnh vực hoạt động của con người. Trong mối quan hệ với bất bình đẳng thu nhập, công nghệ thông tin và truyền thông nói chung, sự phát triển trong hạ tầng kỹ thuật số nói riêng, có thể tạo ra các tác động tích cực lẫn tiêu cực. Phát triển công nghệ đã mang lại những cải thiện nhảy vọt về năng suất và gia tăng phúc lợi, nhưng cũng tạo ra sự khác biệt một cách rõ ràng về thu nhập liên quan đến kỹ năng, dẫn đến gia tăng bất bình đẳng thu nhập từ lao động. Điều này là do những thay đổi công nghệ có thể làm tăng nhu cầu về vốn và lao động có tay nghề cao hơn so với lao động có tay nghề thấp và không có tay nghề bằng cách loại bỏ nhiều công việc thông qua tự động hóa, hoặc đặt ra yêu cầu đối với lao động không có kỹ năng trong việc nâng cấp trình độ và kỹ năng cần thiết (Card & DiNardo, 2002). Tuy nhiên, các bằng chứng tích cực về sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông cũng được tìm thấy. Phát triển hạ tầng kỹ thuật số được chứng minh là có hiệu quả hơn trong việc thúc đẩy tăng trưởng toàn diện ở châu Phi cận Sahara (Ofori & cộng sự, 2021; Okunlola & cộng sự, 2020). Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số giúp các hộ gia đình giảm thiểu chi phí giao dịch và thông tin, đồng thời tối đa hóa tiện ích của họ, từ đó nâng cao mức tiêu dùng bình quân đầu người và giảm khoảng cách nghèo đói (Nchofoung & Asongu, 2022). Ngoài ra, việc giảm nghèo của người tiêu dùng hộ gia đình được hỗ trợ nhờ tài chính toàn diện, được tăng cường đáng kể nhờ công nghệ di động trong các vấn đề thanh toán và giảm sự bất cân xứng về thông tin giúp các hộ gia đình trở nên an toàn và tăng thu nhập (Lukonga, 2018).

Thời gian qua, sự duy trì trong tăng trưởng kinh tế đã góp phần nâng cao thu nhập của người dân Việt Nam, tuy nhiên chênh lệch giàu nghèo cũng có xu hướng gia tăng. Mức độ bất bình đẳng về thu nhập phản ánh qua tỷ lệ thu nhập bình quân giữa nhóm 20% dân số giàu nhất và 20% dân số nghèo nhất đang tăng lên khi tốc độ gia tăng thu nhập của nhóm dân số giàu diễn ra nhanh hơn. Cụ thể, trong giai đoạn 2016-2019 nếu như thu nhập bình quân đầu người của nhóm thu nhập thấp nhất chỉ tăng khoảng 5,7% thì thu nhập của nhóm cao nhất đã tăng lên 6,8%. Điều này khiến cho khoảng cách giàu nghèo trở nên lớn hơn (GSO, 2021).

Có thể thấy rằng các nghiên cứu đã có đang đưa ra các kết quả đan xen về ảnh hưởng của công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập. Trong khi các địa phương đang tăng cường phát triển công nghệ thông tin và truyền thông, ảnh hưởng trực tiếp của nó đến mức độ bất bình đẳng thu nhập chưa được nghiên cứu nhiều ở Việt Nam. Nghiên cứu này sẽ đánh giá tác động của mức độ phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Phát triển công nghệ thông tin và truyền thông ở nghiên cứu này được thể hiện thông qua các chỉ số phản ánh mức độ phát triển hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng nhân lực, và ứng dụng công nghệ thông tin. Điều này giúp phản ánh đầy đủ hơn các mặt của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông. Kết quả có được sẽ là cơ sở để đề xuất các giải pháp nhằm tăng tính bao trùm ngay từ các bước đầu tiên của chuyển đổi số mà công nghệ thông tin và truyền thông là trụ cột. Đồng thời, kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp thêm bằng chứng về mối quan hệ giữa phát triển công nghệ thông tin và truyền thông với bất bình đẳng thu nhập ở các nước đang phát triển.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Ảnh hưởng của công nghệ thông tin và truyền thông tới bất bình đẳng thu nhập có thể giải thích thông qua các lý thuyết về phân chia kỹ thuật số. Vấn đề bất bình đẳng liên quan đến công nghệ thông tin và truyền thông không dừng lại ở khác biệt trong khả năng truy cập thiết bị và kết nối internet - được xem là phân chia kỹ thuật số cấp một, mà còn là sự khác biệt giữa các nhóm trong cách sử dụng - phân chia kỹ thuật số cấp hai, và chênh lệch về lợi ích của việc sử dụng - phân chia kỹ thuật số cấp ba (Selwyn, 2004; Mesch & cộng sự, 2012; Van Deursen & cộng sự, 2015). Ba cấp độ phân chia kỹ thuật số này có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó phân chia kỹ thuật số cấp ba rõ ràng ảnh hưởng đến phúc lợi của người sử dụng và tác động

---

đến khoảng cách thu nhập giữa người giàu và người nghèo.

Mối quan hệ giữa phát triển công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) và bất bình đẳng thu nhập đã được thể hiện thông qua nhiều nghiên cứu với các kết quả đan xen. Một số nghiên cứu quan tâm đến yếu tố hạ tầng kỹ thuật ICT đã đưa ra các bằng chứng tích cực về vai trò của yếu tố này đến việc làm giảm bất bình đẳng thu nhập. Hạ tầng kỹ thuật số phát triển cho phép người dân có được thông tin đầy đủ hơn về đầu vào và đầu ra của sản xuất, tăng tính minh bạch và hiệu quả của thị trường. Điều này đặc biệt quan trọng đối với những giao dịch diễn ra ở khu vực nông thôn từ đó có khả năng cải thiện thu nhập của người dân ở khu vực này (Aker, 2011; Debo & van Ryzin, 2013). Sự phát triển của hạ tầng kỹ thuật số góp phần giảm chi phí giao dịch, giảm chi phí cho cả các tổ chức của nhà nước và tư nhân trong việc chuyển tiền và thanh toán. Nền tảng được tạo trên các thiết bị di động giúp giảm bớt thời gian và số lượng các bên trung gian tham gia, do đó tăng hiệu quả của các chương trình chuyển giao của chính phủ (Jack & Suri, 2014). Sự phát triển của hạ tầng kỹ thuật số cũng được cho là thúc đẩy tài chính toàn diện (Mbiti & Weil, 2015; Aker & cộng sự, 2013). Các hộ gia đình ở các khu vực khó khăn và phụ nữ đặc biệt được hưởng lợi từ sự phát triển của hạ tầng kỹ thuật số (Aker & cộng sự, 2013). Sự phổ biến điện thoại di động được cho là làm giảm khả năng một hộ rơi vào hộ nghèo và giảm bất bình đẳng, thúc đẩy tăng trưởng bao trùm ở các quốc gia (Asongu & cộng sự, 2016; Abor & cộng sự, 2018). Phan (2023) nghiên cứu tác động của sử dụng internet đến giảm nghèo ở Việt Nam trong giai đoạn 2008-2016. Kết quả cho thấy sử dụng internet đã hỗ trợ các hộ gia đình nông thôn cải thiện sinh kế, tăng thu nhập và giảm xác suất rơi vào tình trạng nghèo. Tuy nhiên, nghiên cứu này chưa đánh giá về ảnh hưởng của sử dụng internet đến tình trạng bất bình đẳng thu nhập.

Bên cạnh các bằng chứng về vai trò tích cực của ICT đến giảm bất bình đẳng, một số bằng chứng kém tích cực hơn cũng đã được tìm thấy. Ejemeyovwi & Osabuohien (2018) cho thấy thuê bao di động có tác động không đáng kể về mặt thống kê đối với tăng trưởng bao trùm ở Tây Phi trong giai đoạn 2004-2014. Thậm chí công nghệ còn được cho là làm biến dạng dòng việc làm, làm tăng tình trạng mất việc làm và giảm tổng số việc làm, điều này có tác động tiêu cực đến người lao động. Ngoài các nghiên cứu tìm hiểu về tác động của hạ tầng công nghệ thông tin, một số nghiên cứu đã xem xét ảnh hưởng của ứng dụng công nghệ thông tin trong khu vực công, chẳng hạn chính phủ điện tử và cung cấp dịch vụ công trực tuyến, đến bất bình đẳng thu nhập. Dodel (2016) nghiên cứu các yếu tố quyết định việc sử dụng các dịch vụ trực tuyến của chính phủ tại Uruguay. Các phát hiện cho thấy tỷ lệ chênh lệch và xác suất sử dụng các dịch vụ trực tuyến của chính phủ rất khác nhau giữa các nhóm dân số. Mặc dù cải thiện các dịch vụ điện tử có thể tạo ra những lợi ích/tiết kiệm to lớn về thời gian và tiền bạc cho cả nhà nước và công dân, các nhóm đã tích lũy được một số lợi thế về kinh tế xã hội và kỹ thuật số là những nhóm có cơ hội cao hơn đáng kể để tận hưởng các lợi ích của dịch vụ trực tuyến. Các nghiên cứu đã cung cấp phần nào đặc điểm của người sử dụng chính phủ điện tử. Họ hầu hết là những người trẻ, có trình độ học vấn cao và thu nhập cao (Gauld & cộng sự, 2010; Woolley & Peterson, 2012). Hiệu ứng giới tính và sắc tộc khác nhau giữa các mục tiêu sử dụng, chẳng hạn như nam giới sử dụng chính phủ điện tử nhiều hơn phụ nữ, nhưng phụ nữ lại là đối tượng chính trong việc sử dụng liên quan đến sức khỏe (Gauld & cộng sự, 2010; Mesch & cộng sự, 2012). Người dân tộc thiểu số sử dụng dịch vụ y tế ít hơn so với nhóm đa số, nhưng tìm kiếm thông tin y tế trên internet nhiều hơn nhóm đa số (Mesch & cộng sự, 2012; Mesch, 2016).

Khác với các nghiên cứu đã có, nghiên cứu này tìm hiểu tác động của ICT đến bất bình đẳng thu nhập thông qua việc xem xét toàn diện hơn sự phát triển của ICT. Bên cạnh đó, trong hiểu biết của tác giả, chưa có nghiên cứu nào trực tiếp đánh giá tác động của ICT đến bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Chính vì vậy, nghiên cứu này kỳ vọng sẽ cung cấp bằng chứng về mối quan hệ giữa phát triển ICT và bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở cho các chính sách thúc đẩy phát triển ICT một cách bao trùm và hướng đến mục tiêu phát triển bền vững ở Việt Nam.

### **3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu**

#### **3.1. Phương pháp**

Dựa trên nghiên cứu của Odedokun & Round (2001), nghiên cứu này sử dụng mô hình sau đây để ước lượng tác động của phát triển hạ tầng kỹ thuật số đến bất bình đẳng thu nhập:

$$INQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 ICT_{it} + \beta_2 GDP_{it} + \beta_3 GDP^2_{it} + \beta_4 AGRI_{it} + \beta_5 SERV_{it} + \beta_6 WLF_{it} + \beta_7 INS_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

---

Trong đó, với tỉnh  $i$  năm  $t$ :

INQ là tỷ số Kuznets được đo bằng chênh lệch thu nhập giữa nhóm 20% dân số giàu nhất và 20% dân số nghèo nhất. Tỷ số Kuznets này cho phép phản ánh được mức độ khác biệt trong thu nhập giữa hai nhóm dân số ở đầu và cuối trong phân bố thu nhập, do đó được kỳ vọng sẽ ghi nhận rõ hơn ảnh hưởng của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông tới bất bình đẳng thu nhập.

ICT là biến số phản ánh mức độ phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin tại địa phương. Nghiên cứu này sẽ lần lượt xem xét 3 chỉ số đại diện cho ICT lần lượt là: chỉ số hạ tầng kỹ thuật (ICT\_1), chỉ số hạ tầng nhân lực (ICT\_2), và chỉ số ứng dụng công nghệ thông tin (ICT-3).

GDP là GRDP bình quân đầu người theo giá cố định 2010, được lấy logarit; GDP<sup>2</sup> là bình phương của GRDP bình quân đầu người, biến số này nhằm kiểm định giả thuyết Kuznets về mối quan hệ chữ U ngược giữa tăng trưởng kinh tế và bất bình đẳng thu nhập (Kuznets, 1955).

AGRI là tỷ trọng % đóng góp của khu vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản vào GRDP.

SERV là tỷ trọng % đóng góp của khu vực dịch vụ vào GRDP.

WLF là chỉ tiêu ngân sách địa phương cho y tế, giáo dục, và đảm bảo xã hội bình quân đầu người, được lấy logarit.

INS là biến số phản ánh chất lượng thể chế ở địa phương, được đại diện bằng chỉ số phản ánh mức độ kiểm soát tham nhũng trong khu vực công, một chỉ số thành phần của Chỉ số hiệu quả Quản trị và Hành chính công cấp tỉnh tại Việt Nam (PAPI).

$\mu_i$  là các yếu tố đặc thù của tỉnh không quan sát được và không đổi theo thời gian có ảnh hưởng đến bất bình đẳng thu nhập;  $\varepsilon_{it}$  là sai số ngẫu nhiên của mô hình.

$\beta_0 - \beta_7$  là các hệ số cần ước lượng.

Ngoài các yếu tố có thể quan sát được, mức độ bất bình đẳng thu nhập của tỉnh có thể bị ảnh hưởng bởi một số yếu tố không quan sát được. Nếu các yếu tố này tương quan với các biến độc lập khác trong mô hình thì kết quả ước lượng sẽ bị sai lệch. Nghiên cứu này sử dụng mô hình tác động cố định (fixed effects) để ước lượng tác động của phát triển ICT đến bất bình đẳng thu nhập. Mô hình này cho phép loại bỏ các yếu tố đặc thù của tỉnh không thể quan sát được và không thay đổi theo thời gian ( $\mu_i$ ).

### 3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tại Việt Nam trong giai đoạn 2012-2020, được lấy theo năm chẵn. Các dữ liệu về chênh lệch thu nhập giữa nhóm 20% dân số giàu nhất và 20% dân số nghèo nhất, GRDP bình quân đầu người, tỷ trọng đóng góp của khu vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản, và khu vực dịch vụ vào GRDP được thu thập và tính toán từ dữ liệu của Niên giám thống kê các tỉnh trong giai đoạn nghiên cứu.

Chỉ số phản ánh mức độ kiểm soát tham nhũng trong khu vực công là một chỉ số thành phần của Chỉ số hiệu quả Quản trị và Hành chính công cấp tỉnh tại Việt Nam (PAPI).

Chỉ số phản ánh mức độ phát triển ICT ở các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương được thu thập từ Báo cáo chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam trong giai đoạn 2012-2020 do Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với Hội tin học Việt Nam biên soạn.

Mức độ phát triển ICT trong nghiên cứu này được phản ánh thông qua ba chỉ số:

*Chỉ số hạ tầng kỹ thuật (ICT\_1)*: được tính toán từ hai chỉ số thành phần là chỉ số hạ tầng kỹ thuật của xã hội và chỉ số hạ tầng kỹ thuật của cơ quan nhà nước. Trong đó, chỉ số hạ tầng kỹ thuật của xã hội tiếp tục được tính toán từ một số chỉ tiêu như tỷ lệ điện thoại cố định/100 dân, tỷ lệ điện thoại di động/100 dân, tỷ lệ thuê bao internet/100 dân, tỷ lệ thuê bao băng rộng/100 dân...; Chỉ số hạ tầng kỹ thuật của các cơ quan nhà nước phản ánh mức độ trang bị máy tính, kết nối internet và CPnet, triển khai hệ thống an toàn thông tin và dữ liệu.

*Chỉ số hạ tầng nhân lực (ICT\_2)*: được tính toán từ hai chỉ số thành phần là hạ tầng nhân lực của xã hội (tỷ lệ người lớn biết đọc biết viết, tỷ lệ đến trường trong độ tuổi đi học, tỷ lệ trường phổ thông dạy tin học); và hạ tầng nhân lực của các cơ quan nhà nước của tỉnh.

*Chỉ số ứng dụng công nghệ thông tin (ICT\_3)*: bao gồm thành phần ứng dụng công nghệ thông tin trong

nội bộ cơ quan nhà nước của tỉnh và dịch vụ công trực tuyến. Dịch vụ công trực tuyến được đánh giá thông qua các nhóm câu hỏi liên quan đến 4 mức dịch vụ công trực tuyến là mức 1, mức 2, mức 3, và mức 4.

Để tính các chỉ số ICT\_1, ICT\_2, và ICT\_3, mỗi chỉ tiêu trong đó trước hết được chuẩn hóa theo phương pháp Z-score, sau đó lấy trung bình cộng của các chỉ tiêu để được giá trị của chỉ số ICT<sub>i</sub> (i = 1, 2, 3) theo công thức sau:

$$ICT_i = \frac{1}{k} \sum_{j=1}^k \frac{(T_j - \mu_j)}{\sigma_j}$$

Trong đó:  $k$  là số chỉ tiêu con trong mỗi chỉ số,  $T_j$  là giá trị của chỉ tiêu con  $j$ ,  $\mu_j$ ,  $\sigma_j$  lần lượt là giá trị trung bình và độ lệch chuẩn của chỉ tiêu con  $j$ .

Cuối cùng, các giá trị ICT<sub>i</sub> (i = 1, 2, 3) sẽ được chuẩn hóa theo phương pháp Min – Max để đưa về giá trị từ 0 đến 1 theo công thức sau:

$$ICT\_i = \frac{ICT_i - ICT_i^{min}}{ICT_i^{max} - ICT_i^{min}}$$

**Bảng 1: Thống kê mô tả các biến số có trong mô hình và dấu kỳ vọng**

Variable	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Dấu kỳ vọng
INQ	315	7,221	1,287	(Biến phụ thuộc)
ICT_1	315	0,368	0,150	-
ICT_2	315	0,583	0,161	-
ICT_3	315	0,365	0,164	-
GDP	315	3,402	0,511	+
GDP <sup>2</sup>	315	11,834	3,861	-
AGRI	315	15,409	15,875	-
SERV	315	27,695	24,605	+
WLF	315	1,124	0,437	-
INS	315	6,207	0,814	-

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Bảng 2 trình bày kết quả ước lượng mô hình phân tích tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập. Cột (1), (2), và (3) lần lượt là kết quả ước lượng với ba biến số đại diện cho ba khía cạnh của ICT là hạ tầng kỹ thuật (ICT\_1), hạ tầng nhân lực (ICT\_2), và ứng dụng công nghệ thông tin (ICT\_3).

Kết quả ước lượng hệ số biến ICT\_1 là -2,087 và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Kết quả này cho thấy nếu chỉ số phát triển hạ tầng kỹ thuật số tăng 0,1 điểm, chênh lệch thu nhập giữa nhóm dân số giàu nhất và nghèo nhất sẽ giảm xuống 0,21 lần. Cơ sở hạ tầng ICT trong nghiên cứu này bao gồm cơ sở hạ tầng kỹ thuật của xã hội và của cơ quan nhà nước, phản ánh mức độ bao phủ của các thiết bị phân cứng (như điện thoại di động, điện thoại cố định) cũng như mức độ bao phủ về kết nối internet của hộ gia đình và doanh nghiệp. Bên cạnh đó, chất lượng kết nối internet cũng phần nào được phản ánh thông qua tỷ lệ kết nối băng rộng. Tác động làm giảm bất bình đẳng của phát triển hạ tầng ICT có thể giải thích bởi mức độ bao phủ cao của hạ tầng kỹ thuật số cho phép đại bộ phận người dân được hưởng lợi ích từ công nghệ và tác động tích cực đến thu nhập. Đặc biệt, phát triển hạ tầng kỹ thuật số ở nông thôn, vùng sâu vùng xa mang lại cơ hội tiếp cận thông tin, nâng cao giá trị từ các hoạt động kinh tế cho người dân ở các khu vực này. Nguyen & cộng sự (2023) cho thấy sử dụng internet có tác động tích cực và đáng kể đến năng suất nông nghiệp, đặc biệt đối với các hộ gia đình có trình độ học vấn thấp hơn, có chủ hộ là phụ nữ trẻ và người dân tộc thiểu số. Lợi ích từ sử dụng internet nghiêng về nhóm nông dân ở mức thấp nhất trong phân phối năng suất. Việc sử dụng internet cũng được cho là làm tăng đáng kể phúc lợi xã hội, đặc biệt là đối với các cá nhân ở khu vực nông thôn Việt Nam (Liang & Li, 2023). Ngoài ra, sự phát triển của hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin và truyền thông

**Bảng 2: Kết quả ước lượng tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông tới bất bình đẳng thu nhập**

Biến số	(1)	(2)	(3)
ICT_1	-2,087*** (0,574)		
ICT_2		-0,647 (0,514)	
ICT_3			1,912*** (0,570)
GDP	14,01*** (2,201)	13,85*** (2,084)	14,36*** (2,026)
GDP <sup>2</sup>	-2,052*** (0,329)	-2,018*** (0,303)	-1,993*** (0,295)
AGRI	-0,0107* (0,005)	-0,009 (0,006)	-0,0102* (0,006)
SERV	0,0089** (0,004)	0,0091* (0,005)	0,007 (0,005)
WLF	-0,075 (0,246)	-0,313 (0,241)	-0,360 (0,231)
INS	-0,054 (0,048)	-0,0906** (0,045)	-0,0763* (0,041)
Constant	-15,05*** (3,883)	-14,85*** (3,799)	-17,91*** (3,587)
Số quan sát	315	315	315
Số tỉnh	63	63	63
R bình phương	0,193	0,155	0,202
F-test (Prob > F)	27,649 (0,000)	19,773 (0,000)	19,957 (0,000)

*Ghi chú: Sai số chuẩn vững ở trong dấu ngoặc, \*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$ .*

*Nguồn: Tác giả ước lượng từ dữ liệu cấp tỉnh giai đoạn 2012-2020.*

cho phép người nghèo, người có thu nhập thấp tiếp cận được các dịch vụ tài chính chính thức, cũng như tiếp cận các dịch vụ giáo dục, y tế dễ dàng hơn. Tác động tích cực của hạ tầng công nghệ thông tin tới giảm bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam tương đồng với một số nghiên cứu trên thế giới như Okunlola & cộng sự (2020), Asongu & cộng sự (2016).

Ngược lại với hạ tầng kỹ thuật, hệ số của biến phản ánh chỉ số ứng dụng công nghệ thông tin (ICT\_3) mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Nói cách khác, sự gia tăng chỉ số ứng dụng công nghệ thông tin làm tăng bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu. Kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu trên thế giới như Dodel (2016), Van Deursen & Helsper (2015). Cần nhấn mạnh rằng tác động tiêu cực của ứng dụng công nghệ thông tin đến mức độ bất bình đẳng thu nhập không phủ nhận lợi ích mà ứng dụng công nghệ thông tin mang lại cho người dân. Kết quả này đang phản ánh rằng lợi ích từ ứng dụng công nghệ thông tin của chính quyền địa phương có thể đang làm gia tăng thu nhập cho người nghèo ít hơn so với người giàu. Có ba lý do chính có thể khiến ảnh hưởng về thu nhập của ứng dụng công nghệ thông tin mà người nghèo nhận được thấp là: thứ nhất, nhóm dân số này đang ít được tiếp cận với cơ sở hạ tầng ICT và các dịch vụ được cung cấp trực tuyến; thứ hai, nhóm dân số này gặp khó khăn trong sử dụng các dịch vụ trực tuyến; thứ ba, lợi ích từ sử dụng dịch vụ trực tuyến cung cấp bởi chính quyền, trong đó có dịch vụ công trực tuyến, mang lại lợi ích cao hơn cho người có thu nhập cao hơn. Ứng dụng công nghệ thông tin trong nghiên cứu này bao gồm hai nội dung chính phản ánh mức độ ứng dụng trong nội bộ cơ quan nhà nước ở các tỉnh, thành phố và mức độ cung ứng dịch vụ công trực tuyến. Đối với ứng dụng công nghệ thông tin liên quan đến dịch vụ công trực tuyến, khảo sát ICT ở Việt Nam thời gian qua thu thập đánh giá cho 4 mức độ của dịch vụ công trực tuyến. Các dịch vụ ứng với mỗi cấp độ đều hướng tới cung cấp thông tin và sự thuận tiện cho người dân trong việc sử dụng các thủ tục hành chính, dịch vụ cung cấp bởi chính quyền, và các dịch vụ cơ bản như y tế, giáo dục... Tuy nhiên, có thể nhóm dân số có thu nhập thấp đang mới chỉ khai thác được các dịch vụ công ở cấp độ 1 và cấp độ 2, là các dịch vụ chủ yếu mang tính cung cấp thông tin cơ bản và cung cấp một số biểu mẫu. Trong khi đó các dịch vụ công cấp 3 liên quan đến thực hiện các quy trình

---

trực tuyến, và dịch vụ công cấp 4 hỗ trợ các dịch vụ tài chính như thanh toán, nộp thuế, phí... có thể sẽ là những dịch vụ được sử dụng nhiều hơn và mang lại lợi ích hoặc tiết kiệm chi phí cao hơn cho nhóm dân số có thu nhập cao, có trang bị về thiết bị và kỹ năng công nghệ tốt hơn.

Hệ số của biến hạ tầng nhân lực (ICT<sub>2</sub>) mang dấu âm nhưng không có ý nghĩa thống kê. Hạ tầng nhân lực được phản ánh thông qua hai chỉ số thành phần: chỉ số phản ánh hạ tầng nhân lực xã hội (gồm các chỉ tiêu như tỷ lệ người lớn biết đọc và biết viết, tỷ lệ đến trường của học sinh trong độ tuổi đi học, tỷ lệ trường phổ thông giảng dạy tin học), và chỉ số phản ánh hạ tầng nhân lực CNTT của các cơ quan nhà nước. Nghiên cứu này không tìm thấy bằng chứng về ảnh hưởng của hạ tầng nhân lực đến mức độ bất bình đẳng thu nhập.

Với các biến kiểm soát khác trong mô hình: hệ số biến GDP mang dấu dương, hệ số biến GDP<sup>2</sup> mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% trong cả ba mô hình với ba biến đại diện cho phát triển ICT khác nhau. Điều này ủng hộ giả thuyết đường cong Kuznets về mối quan hệ chữ U ngược giữa tăng trưởng kinh tế và bất bình đẳng thu nhập. Tăng trưởng kinh tế giai đoạn đầu kéo theo sự phân hóa trong thu nhập, tuy nhiên sau đó kết quả của tăng trưởng có tính bao trùm hơn và làm giảm bất bình đẳng thu nhập. Hệ số của biến INS, chỉ số phản ánh mức cảm nhận của người dân về kiểm soát tham nhũng trong khu vực công, mang dấu âm và có ý nghĩa ở hai mô hình (2) và (3). Điều này cho thấy chính quyền càng thể hiện được vai trò trong kiểm soát tham nhũng càng có tác động tích cực đến giảm bất bình đẳng thu nhập. Bên cạnh đó, thay đổi cơ cấu ngành kinh tế cũng có ảnh hưởng đến mức độ bất bình đẳng thu nhập. Cụ thể, sự giảm xuống trong đóng góp của khu vực nông - lâm - ngư nghiệp hay sự tăng lên trong tỷ trọng của khu vực dịch vụ vào GDP của tỉnh có tác động làm gia tăng bất bình đẳng. Điều này có thể xuất phát từ lý do phần lớn người nghèo và người thu nhập thấp đang hoạt động trong khu vực nông nghiệp và ở các vùng nông thôn. Với một quy mô nền kinh tế nhất định, tỷ trọng khu vực nông nghiệp giảm xuống có thể kéo theo thu nhập của nhóm dân số có thu nhập thấp giảm đi tương đối so với nhóm dân số có thu nhập cao, từ đó làm gia tăng chênh lệch giàu nghèo. Bên cạnh đó, hệ số biến chỉ tiêu phúc lợi bình quân của tỉnh mang dấu âm nhưng không có ý nghĩa thống kê. Chỉ tiêu địa phương cho giáo dục và y tế có thể đã mang lại lợi ích cho người nghèo nhưng không tạo ra lợi ích vượt trội về thu nhập cho nhóm dân số này.

## 5. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu cấp tỉnh trong giai đoạn 2012-2020 và mô hình tác động cố định để đánh giá tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) đến bất bình đẳng thu nhập ở Việt Nam. Kết quả cho thấy mức độ phát triển hạ tầng kỹ thuật ICT có tác động làm giảm chênh lệch thu nhập giữa nhóm dân số giàu nhất và nghèo nhất. Trong khi đó, mức độ triển khai ứng dụng công nghệ thông tin ở cơ quan nhà nước và dịch vụ công trực tuyến lại đang làm gia tăng bất bình đẳng thu nhập. Nghiên cứu này không tìm thấy bằng chứng cho thấy phát triển hạ tầng nhân lực xã hội có tác động đến bất bình đẳng thu nhập. Bên cạnh ảnh hưởng của phát triển ICT ở các địa phương, tăng trưởng kinh tế và thay đổi cơ cấu ngành kinh tế cũng đang có tác động đến bất bình đẳng thu nhập. Ngoài ra, sự cải thiện trong thể chế, đại diện bởi chỉ số phản ánh mức độ kiểm soát tham nhũng trong khu vực công, sẽ làm giảm mức độ bất bình đẳng thu nhập của tỉnh. Kết quả nghiên cứu này mang lại một số hàm ý chính sách nhằm gắn kết phát triển công nghệ thông tin và truyền thông với mục tiêu công bằng trong phân phối thu nhập.

Từ năm 2020, Việt Nam đã phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” nhằm phát triển toàn diện Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, đồng thời hình thành các doanh nghiệp công nghệ số có năng lực trên thị trường toàn cầu. Thời gian qua, Việt Nam tiếp tục thúc đẩy sự phát triển của ICT và coi đây là một trụ cột quan trọng để tiến hành chuyển đổi số thành công. Ảnh hưởng khác nhau của hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng nhân lực, và ứng dụng công nghệ thông tin của các cơ quan nhà nước đến giảm bất bình đẳng thu nhập gợi ý một số lưu ý cho phát triển ICT ở Việt Nam trong thời gian tới như sau:

*Thứ nhất*, Việt Nam cần tiếp tục phát triển hạ tầng kỹ thuật ICT, thu hẹp phân chia kỹ thuật số. Cụ thể, phát triển hạ tầng ICT cần chú trọng cải thiện khả năng tiếp cận cho người nghèo, người có thu nhập thấp, và người dân ở các vùng khó khăn. Cùng với sự mở rộng về mức độ bao phủ, cần nâng cao chất lượng kết nối thông qua hỗ trợ về thiết bị kết nối và tăng tỷ lệ đường truyền băng thông rộng cho các cộng đồng khó khăn.

*Thứ hai*, cần tiếp tục nâng cao kỹ năng sử dụng và khai thác công nghệ cho người nghèo và người có thu nhập thấp. Ngoài các chương trình tin học được thiết kế ở giáo dục phổ thông, cần có các chương trình hướng dẫn kỹ năng cho người dân một cách thiết thực như phổ biến các kênh thông tin hữu ích và các kênh



---

thông tin phục vụ sản xuất, kinh doanh; hướng dẫn kỹ năng sử dụng các thiết bị công nghệ thông tin và truy cập internet. Bên cạnh cải thiện kỹ năng sử dụng và kết nối hiệu quả, các chính quyền địa phương cũng cần giáo dục người dân các kỹ năng kết nối an toàn để nâng cao lợi ích từ kết nối và giảm thiểu các rủi ro khi kết nối của người nghèo.

*Thứ ba*, ứng dụng công nghệ thông tin trong khu vực công cần quan tâm hơn nữa tới người nghèo. Chẳng hạn như website của chính quyền hay của các cơ quan nhà nước cần được thiết kế để có thể truy cập thuận lợi bằng điện thoại bởi điện thoại thường là thiết bị chính mà nhóm dân số có thu nhập thấp sử dụng để kết nối. Hình thức và nội dung của các cổng thông tin này cần phù hợp với đặc thù của địa phương, thậm chí với các địa phương tập trung các cộng đồng dân tộc thiểu số, các nội dung quan trọng có thể cần được trình bày bằng tiếng dân tộc, bên cạnh tiếng phổ thông... Nội dung về các chương trình giảm nghèo cũng như kênh phản hồi của người nghèo về các chương trình này có thể được cung cấp trực tuyến để người dân tiếp cận thông tin và có sự tham gia, giám sát. Ngoài ra, cần có thêm khảo sát về nhu cầu của người nghèo trong việc sử dụng các dịch vụ trực tuyến để tăng cường cung cấp các dịch vụ được sử dụng nhiều bởi người nghèo.

Mặc dù nghiên cứu đã cố gắng xem xét một số khía cạnh phản ánh mức độ phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập ở các địa phương, nghiên cứu này chưa phân tích trong bối cảnh nền kinh tế sau đại dịch Covid-19, hay khám phá ảnh hưởng tương tác của một số yếu tố vĩ mô. Trong tương lai, các nghiên cứu ở giai đoạn sau đại dịch Covid-19 hay nghiên cứu để tìm hiểu vai trò điều tiết của một số yếu tố, chẳng hạn như thể chế, đến tác động của phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến bất bình đẳng thu nhập sẽ mang lại những hiểu biết đầy đủ hơn về chủ đề này.

#### **Tài liệu tham khảo:**

- Abor, J.Y., Amidu, M. & Issahaku, H. (2018), 'Mobile telephony, financial inclusion and inclusive growth', *Journal of African Business*, 19(3), 430-453.
- Aker, J.C. (2011), 'Dial "A" for agriculture: a review of information and communication technologies for agricultural extension in developing countries', *Agricultural economics*, 42(6), 631-647.
- Aker, J.C., Boumniel, R., McClelland, A. & Tierney, N. (2013), *How do electronic transfers compare? Evidence from a mobile money cash transfer experiment in Niger*, Tufts University.
- Asongu, S.A., Nwachukwu, J.C. & Tchamyu, V.S. (2016), 'Information asymmetry and financial development dynamics in Africa', *Review of Development Finance*, 6(2), 126-138.
- Card, D. & DiNardo, J.E. (2002), 'Skill-biased technological change and rising wage inequality: Some problems and puzzles', *Journal of labor economics*, 20(4), 733-783.
- Debo, L. & van Ryzin, G. (2013), 'Leveraging quality information in stock-outs', *Chicago Booth Research Paper No.13-58*, University of Chicago.
- Dodel, M. (2016), 'e-Government's hidden inequality: why spending on online services can be regressive and how to avoid it', proceedings of the 9<sup>th</sup> International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance, New York: ACM Press, 68-74.
- Ejemeyovwi, J.O. & Osabuohien, E.S. (2018), 'Investigating the relevance of mobile technology adoption on inclusive growth in West Africa', *Journal of the Academy of Social Sciences*, 15(1), 1-14.
- Gauld, R., Goldfinch, S. & Horsburgh, S. (2010), 'Do they want it? Do they use it? The 'Demand-Side' of e-Government in Australia and New Zealand', *Government information quarterly*, 27(2), 177-186.
- GSO (2021), *The trend of inequality in income distribution in Vietnam 2016-2020 period*, retrieved on May 6<sup>th</sup> 2023, from <<https://www.gso.gov.vn/en/data-and-statistics/2021/06/the-trend-of-inequality-in-income-distribution-in-vietnam-2016-2020-period/>>.
- Jack, W. & Suri, T. (2014), 'Risk sharing and transactions costs: Evidence from Kenya's mobile money revolution', *American Economic Review*, 104(1), 183-223.
- Kuznets, S. (1955), 'Economic growth and income inequality', *The American Economic Review*, XLV(1), 1-28.

- 
- Liang, W. & Li, W. (2023), 'Impact of internet usage on the subjective well-being of urban and rural households: Evidence from Vietnam', *Telecommunications Policy*, 47(3), 102518.
- Lukonga, M.I. (2018), 'Fintech, inclusive growth and cyber risks: Focus on the MENAP and CCA regions', *IMF Working Paper No. 2018/201*, IMF.
- Mbiti, I. & Weil, D.N. (2015), *Mobile banking: The impact of M-Pesa in Kenya* In *African successes, Volume III: Modernization and development*, University of Chicago Press, 247-293.
- Mesch, G.S. (2016), 'Ethnic origin and access to electronic health services', *Health Informatics Journal*, 22(4), 791-803.
- Mesch, G.S., Mano, R. & Tsamir, J. (2012), 'Minority status and health information search: A test of the social diversification hypothesis', *Social Science & Medicine*, 75(5), 854-858.
- Nchofoung, T.N. & Asongu, S.A. (2022), 'ICT for sustainable development: Global comparative evidence of globalisation thresholds', *Telecommunications Policy*, 46(5), 102296.
- Nguyen, T.T., Nguyen, T.T. & Grote, U. (2023), 'Internet use and agricultural productivity in rural Vietnam', *Review of Development Economics*, 27(3), 1309-1326.
- Odedokun, M.O. & Round, J.I. (2001), 'Determinants of income inequality and its effects on economic growth: Evidence from African countries', *WIDER Discussion Paper No. 2001/103*, The United Nations University World Institute for Development Economics Research (UNU-WIDER), Helsinki.
- Ofori, P.E., Asongu, S. & Tchamyu, V.S. (2021), 'The synergy between governance and economic integration in promoting female economic inclusion in sub-Saharan Africa', *AGDI Working Paper No. WP/21/071*, AGDI.
- Okunlola, F.A., Alatise, M.A., Ogunniyi, O.R. & Adejumo, M.O. (2020), 'Financial inclusion for sustainable economy: Empirical evidence from Nigeria', *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17(2), 205-214.
- Phan, V.P. (2023), 'Is the internet penetration pro-poor? Evidence from a panel data analysis', *Telecommunications Policy*, 47(8), 102612.
- Selwyn, N. (2004), 'Reconsidering political and popular understandings of the digital divide', *New Media Society*, 6(3), 341-362
- Stiglitz, J.E. (2012), *The price of inequality: How today's divided society endangers our future*, WW Norton & Company.
- UN (2020), *World social report 2020: Inequality in a rapidly changing world*, UN.
- Van Deursen, A.J., Van Dijk, J.A. & Ten Klooster, P.M. (2015), 'Increasing inequalities in what we do online: A longitudinal cross sectional analysis of Internet activities among the Dutch population (2010 to 2013) over gender, age, education, and income', *Telematics and informatics*, 32(2), 259-272.
- Woolley, P. & Peterson, M. (2012), 'Efficacy of a health-related Facebook social network site on health-seeking behaviors', *Social Marketing Quarterly*, 18(1), 29-39.

---

# PHÁT TRIỂN TÀI CHÍNH, ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ CÁC QUỐC GIA ASEAN

Phạm Thị Nga

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

Email: ptnga2020@tueba.edu.vn

Mã bài: JED-1737

Ngày nhận bài: 16/04/2024

Ngày nhận bài sửa: 02/05/2024

Ngày duyệt đăng: 06/06/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1737

## Tóm tắt

Phát triển tài chính và FDI có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của các quốc gia. Do đó, nghiên cứu này đánh giá tác động của phát triển tài chính, đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế các quốc gia ASEAN. Nghiên cứu với dữ liệu thu thập tại 11 quốc gia từ 2000 đến 2022, sử dụng phương pháp dữ liệu bảng cùng các kiểm định nhằm kiểm tra mối quan hệ này. Phát triển tài chính được đánh giá qua ba chỉ số: phát triển trung gian tài chính, phát triển thị trường tài chính và tín dụng khu vực tư nhân. Kết quả phân tích mô hình hồi quy bình phương tối thiểu tổng quát chỉ ra tác động tích cực của phát triển tài chính, đầu tư trực tiếp nước ngoài lên phát triển kinh tế. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đưa ra một số hàm ý lý thuyết và hàm ý chính sách giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dựa trên phát triển tài chính và đầu tư trực tiếp nước ngoài.

**Từ khóa:** ASEAN, Đầu tư trực tiếp nước ngoài, hồi quy, phát triển tài chính, tăng trưởng kinh tế.

**Mã JEL:** D53, G10, O16

## Financial Development, Foreign Direct Investment, and Economic Growth in ASEAN Countries

### Abstract

Financial development and foreign direct investment play a vital role in the economic development of countries. Therefore, this study assesses the effect of financial development and foreign direct investment on economic growth in ASEAN countries. The data collected from 11 countries from 2000 to 2022, as well as panel data, is employed to test the relationship between financial development, foreign direct investment, and economic growth. Financial development is measured by three indicators: financial intermediation, financial market development, and credit in the private industry. The generalized least square regression reveals that financial development and foreign direct investment have a positive impact on economic growth. Based on the findings, several theoretical and practical implications are proposed for promoting economic growth based on financial development and foreign direct investment.

**Keywords:** ASEAN, economic growth, financial development, foreign direct investment, generalized least square regression.

**JEL Codes:** D53, G10, O16

---

## 1. Giới thiệu

Trong những thập kỷ gần đây, Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) đã trở thành một vùng khu vực đầy năng động, thu hút sự chú ý đáng kể từ cả các nhà đầu tư toàn cầu và các nhà hoạch định chính sách. Trọng tâm của quỹ đạo kinh tế của ASEAN là sự tương tác phức tạp giữa sự phát triển tài chính, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), và tăng trưởng kinh tế. Sự phát triển tài chính bao gồm một loạt các hiện tượng, từ sâu rộng và hiệu quả của thị trường tài chính đến tính sẵn có và ổn định của các tổ chức tài chính (Christopoulos & Tsionas, 2004; Demirguc-Kunt, 2006). Nó là nền tảng của sự phát triển kinh tế, tạo điều kiện cho việc phân phối nguồn lực hiệu quả, kích thích tiết kiệm và đầu tư. Trong ngữ cảnh của ASEAN, sự tiến triển của các hệ thống tài chính trên các quốc gia thành viên đã được đánh dấu bằng những thành tựu đáng kể cùng với những thách thức lâu dài.

Đồng thời, FDI đã trở thành một nhân tố quan trọng đẩy mạnh sự phát triển kinh tế trong ASEAN. Các nhà đầu tư nước ngoài được thu hút bởi tài nguyên phong phú của vùng, dân số thuận lợi và vị trí chiến lược trong chuỗi giá trị toàn cầu. FDI không chỉ đổ vốn mà còn mang lại công nghệ, chuyên môn quản lý, và quyền truy cập vào thị trường quốc tế, thúc đẩy sự gia tăng năng suất và nâng cấp công nghiệp (Loayza & Ranciere, 2006). Trong bối cảnh đó, việc hiểu rõ mối động tác phức tạp giữa sự phát triển tài chính, FDI và tăng trưởng kinh tế là cần thiết đối với các nhà hoạch định chính sách đang tìm kiếm hướng đi cho tương lai kinh tế của ASEAN. Mặc dù mối quan hệ giữa các biến số này đã được nghiên cứu rộng rãi trong ngữ cảnh của các quốc gia và khu vực cá nhân, nhưng vẫn còn thiếu hụt các phân tích toàn diện tập trung cụ thể vào các quốc gia ASEAN như một thực thể tổng hợp (Christopoulos & Tsionas, 2004; Durusu-Ciftci & cộng sự, 2017).

Ngoài ra, nghiên cứu về tăng trưởng kinh tế đặt nặng vai trò quan trọng của đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Hermes & Lensink (2003) nhấn mạnh rằng FDI đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường sự hình thành vốn tại địa phương và đưa vào sử dụng các công nghệ tiên tiến, từ đó đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế. Lee và Chang (2009) đề xuất rằng FDI mang lại các kết quả tích cực như kỹ năng quản lý và quy trình hiện đại, chuyển giao công nghệ, mạng lưới quốc tế và phát triển kỹ năng cho nhân viên địa phương. De Mello (1997) xác định hai kênh chính mà FDI có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Đầu tiên, thông qua hiệu ứng lan tỏa vốn, tức là việc sử dụng các phương pháp công nghệ mới để sản xuất hàng hóa, dịch vụ và nâng cao hiệu suất của các doanh nghiệp trong nước. Shahbaz & Rahman (2012) nêu rõ rằng việc chuyển giao công nghệ tiên tiến từ nước ngoài là một trong những lợi ích quan trọng nhất của FDI. Thứ hai, FDI cải thiện tăng trưởng kinh tế bằng cách truyền đạt kiến thức và kỹ năng, từ đó phát triển chất lượng của nhân viên địa phương và tăng năng suất của họ thông qua các chương trình đào tạo tiên tiến. Becker (1993) lập luận rằng năng suất của lao động có thể được cải thiện thông qua đào tạo và giáo dục. Ngoài ra, Jones (2002) chỉ ra rằng tích lũy kiến thức là một động lực quan trọng của tăng trưởng kinh tế. Hơn nữa, FDI cung cấp cho các doanh nghiệp trong nước nguồn vốn cần thiết cho hoạt động đầu tư, cũng như vốn vật chất và kỹ năng quản trị (Shahbaz & Rahman, 2012).

Đã có một số nghiên cứu chỉ ra tác động tích cực của phát triển tài chính lên tăng trưởng kinh tế các quốc gia. Theo đó, việc tập trung phát triển tài chính giúp tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận vốn, hoạt động đầu tư hiệu quả hơn (Levine & cộng sự, 2000; Durusu-Ciftci & cộng sự, 2017; Loayza & Ranciere, 2006). Bên cạnh đó cũng có một số nghiên cứu lại cho rằng việc phát triển tài chính lại mang lại kết quả tiêu cực tới kinh tế do việc đầu tư quá mức, các yếu tố khác như hạ tầng chưa đáp ứng được sự phát triển đó (Cecchetti & Kharroubi, 2012; Arcand & cộng sự, 2015). Đối với tác động của FDI lên tăng trưởng kinh tế, các nghiên cứu cũng chỉ ra vai trò quan trọng của FDI đối với các quốc gia đang phát triển khi nó giải quyết việc làm và phát triển công nghệ cho nước sở tại (Ho & cộng sự, 2020; Gui-Diby, 2016). Có thể thấy có nhiều ý kiến khác nhau về mối quan hệ giữa phát triển tài chính, FDI và tăng trưởng kinh tế.

Mặc dù có các nghiên cứu về phát triển tài chính và tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, nghiên cứu liên quan tới sự tương tác của FDI- Phát triển tài chính ở các quốc gia ASEAN còn hạn chế. Do đó, nghiên cứu này nhằm mục đích giải quyết khoảng trống này bằng cách sử dụng một cách tiếp cận của nền kinh tế đa dạng của ASEAN. Bằng cách xem xét cả các xu hướng tổng hợp và động lực cụ thể của từng quốc gia, nghiên cứu làm rõ các tương tác tinh tế giữa sự phát triển tài chính-dòng vốn FDI và tăng trưởng kinh tế trên toàn khu

---

vực ASEAN. Qua phân tích thực nghiệm và các khung lý thuyết, tác giả mong muốn mang lại những hiểu biết có thể hỗ trợ quá trình hình thành chính sách, chiến lược đầu tư và diễn đàn học thuật xoay quanh quỹ đạo phát triển kinh tế của ASEAN.

## **2. Tổng quan lý thuyết**

### **2.1. Phát triển tài chính**

Phát triển tài chính là quá trình tăng cường và mở rộng các phương tiện tài chính và dịch vụ trong một nền kinh tế. Nó bao gồm sự gia tăng về khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính, cũng như việc mở rộng sự đa dạng và tính linh hoạt của các cơ cấu tài chính (Schumpeter, 1912). Phát triển tài chính có thể ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển kinh tế bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho việc huy động vốn, đầu tư, tiết kiệm, và chuyển giao rủi ro tài chính (Greenwood & Jovanovic, 1990). Điều này thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp, doanh nghiệp, và hỗ trợ việc nâng cao mức sống của người dân. Tuy nhiên, phát triển tài chính cũng đôi khi đi kèm với những rủi ro như tăng cường khả năng nợ nần và khả năng rủi ro tài chính.

Sự phát triển tài chính được đo lường thông qua các chỉ số bao gồm phát triển trung gian tài chính, phát triển thị trường tài chính và tín dụng tư nhân (bao gồm các khoản vay, mua chứng khoán phi vốn sở hữu, tín dụng thương mại và các khoản phải thu khác để thiết lập yêu cầu hoàn trả) trong nước được cung cấp bởi IMF. Đối với một số quốc gia, các yêu cầu này bao gồm tín dụng cho các doanh nghiệp công. Các tập đoàn tài chính bao gồm cả các cơ quan tiền tệ và ngân hàng tiền gửi, cũng như các tập đoàn tài chính khác có sẵn dữ liệu, bao gồm các công ty tài chính và cho thuê, các cá nhân cho vay tiền, công ty bảo hiểm, quỹ hưu trí và các công ty ngoại hối.

### **2.2. Phát triển tài chính và tăng trưởng kinh tế**

Mối liên hệ giữa phát triển tài chính và tăng trưởng kinh tế thường được tập trung vào khía cạnh sâu sắc của phát triển, thường được đại diện bằng các chỉ số như tăng trưởng tín dụng hoặc tỷ lệ tín dụng trên GDP. Tuy nhiên, sự phát triển tài chính cũng có liên quan đến các khía cạnh khác, bao gồm sự đa dạng và hòa nhập, mà thường bị các tài liệu ít nhắc đến hoặc coi nhẹ. Điều này thường được xem là có ảnh hưởng tích cực đối với sự ổn định kinh tế (Cull & cộng sự, 2012).

Nghiên cứu này liên quan đến các tài liệu truyền thống liên kết sự phát triển tài chính với tăng trưởng kinh tế. Theo truyền thống, các học giả đã nghiên cứu xem liệu sự phát triển tài chính có phải là yếu tố quyết định mạnh mẽ đến tăng trưởng kinh tế hay không, và hầu hết các đóng góp đều ủng hộ ý tưởng này (King & Levine, 1993). Một hệ thống tài chính phát triển hơn giải quyết được các vấn đề về đại diện, cho phép các công ty vay với lãi suất rẻ hơn và đầu tư nhiều hơn (Rajan & Zingales, 1998; Chakraborty & Ray, 2006). Sự phát triển tài chính lớn hơn cũng cải thiện việc quản trị doanh nghiệp của các công ty, tính minh bạch, tích lũy vốn và thương mại (Levine, 1997).

Mối quan hệ giữa tài chính và tăng trưởng được chấp nhận trong cộng đồng kinh tế, mặc dù vẫn còn một số điều mơ hồ. Ví dụ, một số nghiên cứu đã đề xuất giả thuyết rằng tài chính quá mức là không tốt, cung cấp bằng chứng về sự phi tuyến tính trong mối liên hệ giữa tài chính và tăng trưởng, tức là phát triển tài chính mang lại lợi ích cho đến một ngưỡng nhất định (Beck & cộng sự, 2014; Law & Singh, 2014). Các tác giả khác đề xuất sự phi tuyến tính có bản chất khác, tức là những tác động có lợi của phát triển tài chính chỉ xuất hiện sau khi đạt được một mức độ phát triển kinh tế nhất định (Deidda & Fattouh, 2002). Tuy nhiên, những đóng góp gần đây hơn đã xem xét lại vấn đề này và không ủng hộ giả thuyết về sự phi tuyến tính trong tác động của hệ tài chính lên tăng trưởng (Botev & cộng sự, 2019).

Một hướng nghiên cứu khác nhằm xác định loại hình tài chính cụ thể nào (dựa vào ngân hàng hoặc thị trường) hỗ trợ phát triển kinh tế tốt hơn (Levine, 1997; Rajan & Zingales, 1998; Chakraborty & Ray, 2006) hoặc phát hiện tác động thay thế giữa hai loại hình này (Deidda & Fattouh, 2008). Tuy nhiên, các nghiên cứu khác đã chỉ ra rằng không có hệ thống tài chính nào vượt trội; thay vào đó, kết quả của hai hệ thống này phụ thuộc vào các yếu tố thể chế và văn hóa ngẫu nhiên (Levine, 1997), và tài chính ngân hàng và thị trường có thể bổ sung cho nhau (Botev & cộng sự, 2019).

### 2.3. Đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng kinh tế

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đóng vai trò quan trọng trong việc định hình sự tăng trưởng kinh tế thông qua việc thúc đẩy dòng vốn, chuyển giao công nghệ và mở rộng thị trường (Pham & Pham, 2022; Nguyen & cộng sự, 2022). FDI tăng cường năng suất thông qua việc đưa vào các công nghệ tiên tiến, thực hành quản lý và phát triển kỹ năng, từ đó kích thích tăng trưởng kinh tế. Thường xuyên dẫn đến sự tạo ra cơ hội việc làm, kích thích nhu cầu tiêu dùng và tăng cường khả năng sản xuất nội địa (Sunde, 2017). Hơn nữa, FDI tạo điều kiện cho thương mại quốc tế thông qua việc thiết lập mối liên kết giữa thị trường nội địa và thị trường toàn cầu, thúc đẩy sự chuyên môn hóa và tăng cường sự cạnh tranh. Điều này sẽ thúc đẩy doanh nghiệp phát triển và đem lại sự tăng trưởng kinh tế cho quốc gia. Ngoài ra, FDI thúc đẩy phát triển cơ sở hạ tầng và hệ sinh thái sáng tạo, tạo điều kiện thuận lợi cho sự tăng trưởng bền vững (Sunde, 2017). Do đó, FDI đóng vai trò quan trọng vào việc thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển như khu vực ASEAN.

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa theo các tài liệu nghiên cứu trước của Durusu-Ciftci & cộng sự (2017); Hermes & Lensink (2003); Nguyen & cộng sự (2022). Mô hình nghiên cứu được đưa ra như sau:

Tăng trưởng kinh tế<sub>it</sub> =  $\theta$  +  $\beta_j$ Phát triển tài chính<sub>it</sub> +  $\beta_k$ Đầu tư trực tiếp nước ngoài<sub>it</sub> +  $\beta_g$ Đầu tư trực tiếp nước ngoài\*Phát triển tài chính<sub>it</sub> +  $\varepsilon_i + u_{it}$

Trong đó, các biến được mô tả trong Bảng 1.

**Bảng 1. Mô tả các biến nghiên cứu**

Tên biến	Nội dung	Đo lường
<b>Biến phụ thuộc tăng trưởng kinh tế</b>		
GDP_BQ	Thu nhập bình quân đầu người	=GDP/dân số
<b>Biến độc lập</b>		
FI	Chỉ số phát triển trung gian tài chính (tổ chức tài chính)	Chỉ số phát triển tài chính của IMF
FM	Chỉ số phát triển thị trường tài chính	Chỉ số phát triển tài chính của IMF
CREDIT	Tín dụng khu vực tư nhân	% GDP
FDI	Dòng vốn FDI vào quốc gia	% GDP

Trong nghiên cứu này, tăng trưởng kinh tế được đo lường thông qua chỉ số thu nhập bình quân trên đầu người (Chee và Nair, 2010). Phát triển tài chính được đo lường thông qua chỉ số phát triển tài chính quốc gia được cung cấp bởi IMF (CREDIT). Tín dụng trong nước cho khu vực tư nhân thường đề cập đến các nguồn tài chính do các tổ chức tài chính cung cấp cho khu vực tư nhân, bao gồm các khoản vay, mua chứng khoán phi vốn sở hữu, tín dụng thương mại và các khoản phải thu khác để thiết lập yêu cầu hoàn trả. Trong một số trường hợp, các yêu cầu này có thể bao gồm cả tín dụng cho các doanh nghiệp công. Các tổ chức tài chính bao gồm các cơ quan tiền tệ và ngân hàng tiền gửi, cũng như các tổ chức tài chính khác có sẵn dữ liệu (bao gồm cả các tổ chức không chấp nhận tiền gửi có thể chuyển nhượng nhưng phải chịu các khoản nợ như tiền gửi có kỳ hạn và tiền tiết kiệm). Ví dụ, về các tổ chức tài chính khác bao gồm công ty tài chính và cho thuê, người cho vay tiền, công ty bảo hiểm, quỹ hưu trí và công ty ngoại hối.

### 3.2. Thu thập dữ liệu

Thông tin đã được tổng hợp từ các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á và được thu thập từ năm 2000 đến 2022 sử dụng cơ sở dữ liệu của worldbank. Dữ liệu này sẽ được thu thập qua excel và được mã hóa, phân tích bằng phần mềm STATA phiên bản 15. Nghiên cứu sử dụng loại bỏ outliers bằng winsorized trên phần mềm STATA trước khi phân tích dữ liệu.

### 3.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Trong việc phân tích dữ liệu của các quốc gia trong giai đoạn 2015-2022, việc sử dụng mô hình dữ liệu bảng (panel data) là cần thiết. Có ba mô hình chính có thể được áp dụng tùy thuộc vào đặc điểm của phạm vi nghiên cứu: (1) Mô hình Pooled OLS đơn giản nhất, không xem xét sự khác biệt giữa các quốc gia nghiên cứu. Tuy nhiên, mô hình này ít được sử dụng vì không tính được sự biến đổi giữa các quốc gia; (2) Mô hình

**Bảng 2. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu**

VarName	Obs	Mean	SD	Min	Max	Median
GDP_C	242	8468,530	13363,504	322,900	46844,197	2399,350
FID	242	0,267	0,297	0,016	0,930	0,133
FI	242	0,383	0,197	0,154	0,743	0,330
FM	242	0,294	0,256	0,000	0,734	0,288
CREDIT	205	59,282	45,304	5,874	139,597	38,805
FDI	238	5,090	5,214	0,487	20,934	3,390

Fixed Effect mở rộng từ Pooled OLS khi xem xét sự khác biệt giữa các quốc gia và ước lượng được sự khác biệt này thông qua hệ số chặn của hồi quy; (3) Mô hình Random Effect bổ sung thêm phần dư thay đổi theo thời gian và không gian, thêm cả phần dư cố định theo thời gian nhưng thay đổi theo không gian. Do vậy, REM sẽ có sự độc lập giữa phần dư và các biến độc lập. Lựa chọn mô hình nghiên cứu sẽ sử dụng kiểm định Hausman giữa mô hình Fixed Effect và Random Effect. Trong trường hợp kiểm định Hausman cho p-value lớn hơn 0.05, mô hình Random Effect được xem xét là phù hợp. Ngược lại, nếu p-value của kiểm định Hausman nhỏ hơn 0.05, mô hình Fixed Effect là phù hợp.

Sau khi tìm ra mô hình phù hợp với dữ liệu, tác giả tiến hành kiểm định sự tin cậy của mô hình: Kiểm định phương sai thay đổi và kiểm định tự tương quan. Trường hợp mô hình đều thỏa mãn không mắc phải các khuyết tật trên thì có thể kết luận mô hình nghiên cứu đạt độ tin cậy để ước lượng tác động của phát triển tài chính, đầu tư trực tiếp nước ngoài tới tăng trưởng kinh tế. Ngược lại, khi mô hình gặp một trong 2 khuyết tật là tự tương quan và phương sai sai số thay đổi thì cần khắc phục các khuyết tật mô hình, tác giả tiến hành hiệu chỉnh FGLS. Câu lệnh xtgls sử dụng bình phương nhỏ nhất tổng quát khả thi để phù hợp với mô hình tuyến tính bảng dữ liệu.

#### 4. Kết quả

Kết quả phân tích hồi quy ban đầu được sử dụng với hai mô hình cơ bản là FEM và REM. Sau đó, kiểm định Hausman được thực hiện nhằm tìm ra mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả kiểm định Hausman chỉ ra mô hình FEM phù hợp hơn với REM (p-value =0.000).

**Bảng 3. Kết quả hồi quy với FEM, REM**

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	FEM	REM	FEM	REM	FEM	REM
FI	14,003** (6,016)	17,691*** (5,641)				
FM			- 25,818*** (7,399)	- 14,037** (6,531)		
CREDIT					20.00 (19.84)	21.07 (19.42)
FDI	760.6*** (130.4)	791.8*** (128.1)	757.5*** (127.2)	839.9*** (126.4)	698.5*** (143.5)	730.1*** (141.3)
Constant	-150.5 (2,313)	-1,783 (3,542)	13,079*** (2,448)	8,922** (4,005)	4,644*** (1,229)	4,575 (3,992)
Observations	238	238	238	238	203	203
R-squared	0.173		0.196		0.144	
Number of i	11	11	11	11	11	11
Hausman test		0.000		0.000		0.000
Tự tương quan		0.000		0.000		0.000
Phương sai thay đổi		0.000		0.000		0.000

Sai số chuẩn trong dấu ngoặc đơn; \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ .

Nghiên cứu tiếp tục kiểm định tự tương quan và phương sai sai số thay đổi trên FEM. Kết quả chỉ ra mô hình đều tồn tại tự tương quan và phương sai sai số thay đổi (p-value của hai kiểm định nhỏ hơn 0.05). Do đó, mô hình FGLS được sử dụng trong nghiên cứu này. Đồng thời, kết quả còn bổ sung đánh giá về tác động của biến tương tác Phát triển tài chính\*FDI.

**Bảng 4. Kết quả hồi quy GLS sử dụng các biến tương tác**

Biến	(1) GDP BQ	(2) GDP BQ	(3) GDP BQ
FI	35,462*** (3,502)		
FI*FDI	2,155*** (168.18)		
FM		14,862*** (2,921)	
FM*FDI		2.847*** (193.4)	
CREDIT			41.69** (19.52)
CREDIT*FDI			16.56*** (1.35)
FDI	1,214*** (118.2)	1,504*** (128.6)	1,558*** (151.7)
Hằng số	-10,825*** (1,394)	-3,107*** (1,183)	-1,297 (1,444)
Số quan sát	238	238	203
Số i	11	11	11

Sai số chuẩn trong dấu ngoặc đơn, \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ .

Kết quả phân tích cũng chỉ ra các chỉ tiêu về phát triển tài chính và đầu tư trực tiếp nước ngoài đều có tác động cùng chiều lên tăng trưởng kinh tế. Điều này cũng cho thấy việc phát triển các tổ chức tài chính và thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài cũng mang lại tín hiệu tốt cho nền kinh tế. Kết quả phân tích cũng chỉ ra FI cũng có tác động cùng chiều lên tăng trưởng kinh tế. Điều này cũng cho thấy việc phát triển các tổ chức tài chính cũng mang lại tín hiệu tốt cho nền kinh tế. Kết quả phân tích tác động của thị trường tài chính tới tăng trưởng kinh tế cũng chỉ ra tác động cùng chiều của FM tới tăng trưởng kinh tế. Đối với biến độc lập là tín dụng khu vực tư nhân cũng có tác động cùng chiều lên tăng trưởng kinh tế. Việc cấp nhiều vốn cho khu vực tư nhân cũng là yếu tố thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, nghiên cứu còn chỉ ra có ý nghĩa của biến tương tác giữa phát triển tài chính và đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Kết quả nghiên cứu về tác động tích cực của phát triển tài chính lên tăng trưởng kinh tế tương đồng với các nghiên cứu trước của Ketteni & cộng sự (2007) và Thangavelu & cộng sự (2004). Phát triển tài chính đã đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của các quốc gia ASEAN. Trong những năm gần đây, sự gia tăng về khả năng tiếp cận tài chính, sự đa dạng hóa các sản phẩm tài chính, và sự tăng cường khả năng quản lý rủi ro tài chính đã tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển kinh tế. Các quốc gia như Singapore, Malaysia và Việt Nam đã chứng kiến một sự tăng trưởng ổn định, đồng thời giảm thiểu biến động kinh tế, nhờ vào sự phát triển của hệ thống tài chính. Ngoài ra, việc phát triển tài chính cũng đã tạo ra sự kích thích cho hoạt động kinh doanh và đầu tư. Các công ty có thể dễ dàng tiếp cận vốn để mở rộng sản xuất và phát triển, trong khi các nhà đầu tư cũng có thêm cơ hội để đầu tư vào các dự án có tiềm năng lớn. Điều này đã tạo ra một chu trình tích cực: tăng cường phát triển tài chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, và sự tăng trưởng kinh tế, trong khi đó, lại tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển tiếp tục của hệ thống tài chính.

Sự xuất hiện của các tổ chức trung gian tài chính có tác động tích cực đáng kể đối với nền kinh tế toàn cầu và là rất quan trọng để thúc đẩy sự phát triển kinh tế. Bằng cách cung cấp các dịch vụ tài chính như cho vay, đầu tư và quản lý rủi ro, các tổ chức trung gian tài chính tăng cường khả năng thích ứng của hệ thống tài chính (Ketteni & cộng sự, 2007). Việc mở rộng và nâng cấp cơ sở hạ tầng tài chính góp phần giảm thiểu rủi ro và tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và môi trường tiêu dùng. Sự phát triển của các tổ chức trung gian tài chính cũng thúc đẩy sự đổi mới và tăng hiệu quả của doanh nghiệp. Các công ty tài chính có thể tăng cường tính cạnh tranh và tiềm năng phát triển kinh tế bằng cách sử dụng các công nghệ mới để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính phức tạp. Hiệu ứng tích cực này được cảm nhận ở quy mô toàn cầu cũng như ở cấp quốc gia, củng cố mối liên kết qua các thị trường tài chính băng quốc gia. Điều này thúc đẩy hợp tác quốc tế, chuyển giao công nghệ và hỗ trợ tài chính, tất cả đều giúp cho sự phát triển toàn diện và bền vững.

Sự mở rộng của tín dụng trong lĩnh vực tư nhân mang lại nhiều hiệu ứng tích cực đối với sự tăng trưởng



---

kinh tế. Việc tín dụng doanh nghiệp và cá nhân trong lĩnh vực tư nhân kích thích đầu tư, khuyến khích sáng tạo và tạo ra một môi trường kinh doanh sôi động. Các doanh nhân và doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận nguồn tài chính, và sự mở rộng của tín dụng trong lĩnh vực tư nhân giúp giảm thiểu rủi ro và cải thiện khả năng tiếp cận tài nguyên tài chính của họ. Quan trọng hơn, việc tài trợ trong lĩnh vực tư nhân có tiềm năng thúc đẩy sự phát triển trong nhiều doanh nghiệp và dịch vụ. Bằng cách hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ, tín dụng này tạo ra sự đa dạng kinh tế và tạo ra hàng nghìn cơ hội việc làm. Hơn nữa, việc mở rộng doanh nghiệp nhỏ có thể tăng cường sự cạnh tranh và linh hoạt kinh tế. Ngoài ra, việc tài trợ trong lĩnh vực tư nhân giúp nâng cao điều kiện sống và kinh tế trong xã hội.

Cuối cùng, nghiên cứu cũng chỉ ra sự cần thiết của FDI đối với các quốc gia ASEAN. Việc thu hút được nhiều nguồn vốn FDI sẽ giúp các quốc gia giải quyết vấn đề việc làm, nâng cao năng lực nhân lực cũng như công nghệ của quốc gia dựa trên sự đầu tư của các doanh nghiệp FDI. Kết quả nghiên cứu này cũng tương đồng với phần lớn các nghiên cứu trước đây khi đều chỉ ra tác động tích cực của FDI tới tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, các quốc gia có phát triển tài chính tốt và thu hút được nhiều FDI sẽ có xu hướng tăng tác động của phát triển tài chính lên tăng trưởng kinh tế.

### **5. Kết luận và hàm ý**

Nghiên cứu đã thành công đạt được mục tiêu nghiên cứu và trả lời các câu hỏi nghiên cứu. Đầu tiên, nghiên cứu đã tiến hành một cuộc kiểm tra hệ thống vững chắc về cơ sở lý thuyết phù hợp cho sự phát triển tài chính và tăng trưởng kinh tế. Do đó, sự phát triển tài chính quốc gia được đo lường dưới dạng tín dụng nội bộ cho lĩnh vực tư nhân. Một số cam kết của các quốc gia liên quan đến việc cho vay cho các doanh nghiệp công cộng. Các tổ chức tài chính bao gồm cơ quan tiền tệ và ngân hàng gửi tiền, cũng như các tổ chức tài chính khác có dữ liệu (bao gồm các tổ chức không thu tiền gửi có thể thực hiện các khoản tiền gửi có thể chuyển nhượng nhưng phải chịu nghĩa vụ, chẳng hạn như tiền gửi tiết kiệm và thời gian). Thứ hai, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu đánh giá tác động của FDI, phát triển tài chính tới tăng trưởng kinh tế các quốc gia khu vực ASEAN. Đồng thời, dựa trên dữ liệu thu thập từ 11 quốc gia ASEAN, nghiên cứu chỉ ra FDI và phát triển tài chính có ảnh hưởng tích cực tới tăng trưởng kinh tế của các quốc gia.

Dựa trên tình trạng hiện tại và kết quả nghiên cứu, nhóm đề xuất một số ý kiến nhằm cải thiện hiệu quả của quá trình phát triển tài chính với mục tiêu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại các quốc gia ASEAN: (1) Phát triển các thị trường tài chính và các trung gian tài chính theo một lộ trình có tính chủ động. Mục tiêu là tạo ra cơ hội tiếp cận tài chính bình đẳng cho các đối tượng yếu thế, các doanh nghiệp nhỏ và các khu vực kinh tế gặp khó khăn trong việc phát triển kinh tế-xã hội; (2) Hạn chế tình trạng độc quyền và tội phạm trong lĩnh vực tài chính và ngân hàng. Chính phủ cần xây dựng các quy tắc và tiêu chuẩn phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế và phải có cơ chế giám sát và chế tài mạnh mẽ để đối phó với gian lận và lợi ích nhóm trong lĩnh vực này; (3) Nâng cao cả chất lượng thể chế chính thức và phi chính thức, đặc biệt là cải thiện trình độ và tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi cho các hoạt động khởi nghiệp, nhằm giảm bớt hoạt động của khu vực kinh tế ngầm.

### **6. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo**

Bên cạnh đó, nghiên cứu còn một số hạn chế như: thứ nhất, nghiên cứu chưa xem xét tới các yếu tố khác ảnh hưởng tới tăng trưởng kinh tế như nguồn nhân lực, độ mở thương mại. Thứ hai, nghiên cứu chưa có sự so sánh giữa các quốc gia phát triển và đang phát triển. Vì thế trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể thực hiện các gợi ý sau: Thứ nhất, thêm một số biến về nguồn nhân lực, độ mở thương mại. Thứ hai, nghiên cứu mở rộng các quốc gia để có thể so sánh được sự khác biệt giữa các quốc gia phát triển và đang phát triển.

### **Tài liệu tham khảo**

- Arcand, J. L., Berkes, E., & Panizza, U. (2015), 'Too much finance?', *Journal of Economic Growth*, 20(2), 105-148.
- Beck, T., Degryse, H., & Kneer, C. (2014), 'Is more finance better? Disentangling intermediation and size effects of financial systems', *Journal of Financial Stability*, 10, 50-64.
- Becker, G. S. (1993), 'Nobel lecture: The economic way of looking at behavior', *Journal of Political Economy*, 101(3), 385-409.
- Botev, J., Égert, B., & Jawadi, F. (2019), 'The nonlinear relationship between economic growth and financial

- 
- development: Evidence from developing, emerging and advanced economies, *International Economics*, 160, 3-13.
- Cecchetti, S. G., & Kharroubi, E. (2012), 'Reassessing the impact of finance on growth', BIS Working Paper No. 381, Basel.
- Chakraborty, S., & Ray, T. (2006), 'Bank-based versus market-based financial systems: A growth-theoretic analysis', *Journal of Monetary Economics*, 53(2), 329-350.
- Chee, Y. L., & Nair, M. (2010), 'The impact of FDI and financial sector development on economic growth: Empirical evidence from Asia and Oceania', *International Journal of Economics and Finance*, 2(2), 107-119.
- Christopoulos, D. K., & Tsionas, E. G. (2004), 'Financial development and economic growth: evidence from panel unit root and cointegration tests', *Journal of Development Economics*, 73(1), 55-74.
- Cull, R., Demirgüç-Kunt, A., & Lyman, T. (2012), 'Financial inclusion and stability: what does research show?', World Bank Publications - Reports 9443, The World Bank Group.
- De Mello Jr, L. R. (1997), 'Foreign direct investment in developing countries and growth: A selective survey', *The Journal of Development Studies*, 34(1), 1-34.
- Deidda, L., & Fattouh, B. (2002), 'Non-linearity between finance and growth', *Economics Letters*, 74(3), 339-345.
- Demirgüç-Kunt, A. (2006), *Finance and economic development: Policy choices for developing countries*, World Bank Policy Research Working Paper No.3955.
- Durusu-Ciftci, D., Ispir, M. S., & Yetkiner, H. (2017), 'Financial development and economic growth: Some theory and more evidence', *Journal of Policy Modeling*, 39(2), 290-306.
- Gui-Diby, S.L. (2016), 'Essays on the Impact of Foreign Direct Investments in Africa', Doctoral dissertation, Université d'Auvergne-Clermont-Ferrand I.
- Greenwood, J., & Jovanovic, B. (1990), 'Financial development, growth, and the distribution of income', *Journal of Political Economy*, 98(5, Part 1), 1076-1107.
- Hermes, N., & Lensink, R. (2003), 'Foreign direct investment, financial development and economic growth', *The Journal of Development Studies*, 40(1), 142-163.
- Ho, T. N., Bui, A. T., Nguyen, V. D., Dao, T. K., & Nguyen, N. D. (2020), 'Analyzing the impact of FDI and urbanization on CO2 emission in Vietnam', *International Journal of Business and Globalisation*, 12(1), 1-19.
- Jones, E. L. (2000), *Growth recurring: economic change in world history*, University of Michigan Press.
- Pham, H. T. T., & Pham, N. T. (2022). 'Distribution of Competitiveness and Foreign Direct Investment using Autoregressive Distributed Lag Model'. *Journal of Distribution Science*, 20(8), 1-8.
- King, R. G., & Levine, R. (1993), 'Financial intermediation and economic development', In Mayer, C., & Vivies, X., *Capital markets and financial intermediation*, Cambridge University Press, 156-189.
- Law, S. H., & Singh, N. (2014), 'Does too much finance harm economic growth?', *Journal of Banking & Finance*, 41, 36-44.
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2009), 'FDI, financial development, and economic growth: international evidence', *Journal of Applied Economics*, 12(2), 249-271.
- Levine, D. P. (1997), 'Knowing and acting: on uncertainty in economics', *Review of Political Economy*, 9(1), 5-17.
- Levine, R., Loayza, N., & Beck, T. (2000), 'Financial intermediation and growth: Causality and causes', *Journal of Monetary Economics*, 46(1), 31-77.
- Loayza, N. V., & Ranciere, R. (2006), 'Financial development, financial fragility, and growth', *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 1051-1076.
- Nguyen, H. M., Le, Q. T. T., Ho, C. M., Nguyen, T. C., & Vo, D. H. (2022), 'Does financial development matter for economic growth in the emerging markets?', *Borsa Istanbul Review*, 22(4), 688-698.
- Rajan, R. G., & Zingales, L. (1998), 'Power in a Theory of the Firm', *The Quarterly Journal of Economics*, 113(2), 387-432.
- Schumpeter, J. A. (1912), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Shahbaz, M., & Rahman, M. M. (2012), 'The dynamic of financial development, imports, foreign direct investment and economic growth: cointegration and causality analysis in Pakistan', *Global Business Review*, 13(2), 201-219.
- Sunde, T. (2017), 'Foreign direct investment and economic growth: ADRL and causality analysis for South Africa', *Research in International Business and Finance*, 41, 434-444.
-

---

# ĐẶC ĐIỂM CÔNG TY CÓ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TRÁNH THUẾ Ở CÁC CÔNG TY PHI TÀI CHÍNH NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM?

Nguyễn Công Phương

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

Email: [phuong.nc@due.edu.vn](mailto:phuong.nc@due.edu.vn)

Mã bài: JED-1662

Ngày nhận bài: 13/03/2024

Ngày nhận bài sửa: 15/05/2024

Ngày duyệt đăng: 07/06/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1662

## Tóm tắt

Nghiên cứu này xem xét mối quan hệ giữa đặc điểm của công ty và hành vi tránh thuế thu nhập doanh nghiệp. Sử dụng dữ liệu bảng không cân bằng của 517 công ty phi tài chính niêm yết trong khoảng thời gian từ năm 2020 đến 2022 với 1449 quan sát, phân tích hồi quy tuyến tính bội cho thấy quy mô công ty, khả năng sinh lời, mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định lớn thì khả năng tránh thuế càng lớn. Kết quả cũng tìm thấy ảnh hưởng của lĩnh vực hoạt động, mặc dù không hoàn toàn, đến tránh thuế. Những bằng chứng này gợi ý về tầm quan trọng của việc hiểu rõ vai trò của đặc điểm doanh nghiệp trong việc hình thành các hành vi tránh thuế, cung cấp những sự hiểu biết cho các nhà hoạch định chính sách và các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực thuế.

**Từ khóa:** Tránh thuế, Đo lường tránh thuế, Chênh lệch lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế, Tỷ suất thuế thực tế, Đặc điểm công ty.

**Mã JEL:** M4

## Do company characteristics affect tax avoidance of non-financial companies listed on Vietnam stock market ?

### Abstract

This study examines the relationship between firm characteristics and tax avoidance strategies. Based on unbalanced panel data of 517 companies listed on the stock market for three years with 1449 observations, running a multiple linear regression analysis shows that larger company size, profitability, and capital invested in fixed assets are positively associated with the ability to engage in tax avoidance. The results also indicate an influence of industries, although not entirely, on tax avoidance. This evidence suggests the importance of understanding the role of corporate characteristics in shaping tax avoidance behaviors, providing valuable insights for policymakers and researchers in the field of taxation.

**Keywords:** Tax avoidance, Measuring tax avoidance, Book-Tax difference, Effective tax rate, Company characteristics.

**JEL code:** M4

---

## 1. Giới thiệu

Tránh thuế (tax avoidance) của các công ty đã trở thành vấn đề ngày càng đáng lo ngại trong những năm gần đây ở bất kỳ quốc gia nào. Khác với hành vi trốn thuế (tax evasion) được xem là không hợp pháp, tránh thuế đề cập đến các phương pháp hợp pháp được sử dụng để giảm nghĩa vụ thuế. Với tránh thuế, các công ty tham gia vào các chiến lược hoạch định thuế phức tạp để khai thác các lỗ hổng và mơ hồ trong luật thuế và quy định để giảm thiểu nghĩa vụ thuế của họ. Hiểu được những đặc điểm nào của công ty có liên quan đến mức độ tránh thuế cao hơn có thể cung cấp thông tin hữu ích về hiện tượng này và giúp định hình các phản ứng chính sách.

Kết quả nghiên cứu trước đây ở các nước đã tìm thấy một số bằng chứng về mối liên hệ giữa các đặc điểm của công ty và tránh thuế (như nghiên cứu của Armstrong & cộng sự, 2012; Dyreng & cộng sự, 2008; Rego & Wilson, 2012). Bên cạnh đó một số bằng chứng chưa rõ ràng về mối liên hệ này cho thấy hành vi tránh thuế còn phụ thuộc vào cơ chế nguyên nhân và ngữ cảnh (ví dụ như Armstrong, 2012; Lanis & Richardson, 2012; Rego & Wilson, 2012).

Tồn tại một số nghiên cứu về tránh thuế hoặc tuân thủ thuế trong bối cảnh Việt Nam trong thời gian qua. Các nghiên cứu này một mặt cung cấp một số bằng chứng về một số nhân tố có ảnh hưởng đến tránh thuế như nghiên cứu của (Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021; Nguyen & cộng sự, 2020; Trương Thùy Vân, 2022). Bên cạnh đó, các nghiên cứu này chỉ sử dụng một đo lường tránh thuế (thông qua tỷ suất thuế thực tế hoặc chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế), chưa xem xét ảnh hưởng của lĩnh vực hoạt động, hoặc dữ liệu nghiên cứu trên thị trường Upcom (như nghiên cứu của Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021) hoặc dữ liệu trong khoảng thời gian khá xa thời điểm hiện tại và có số quát sát không lớn (nghiên cứu của Nguyen, 2020; Trương Thùy Vân, 2022). Tiếp tục tìm kiếm bằng chứng về các đặc điểm chính của công ty có ảnh hưởng đến tránh thuế ở Việt Nam một mặt cung cấp thêm bằng chứng và góp phần bổ sung vào khuôn khổ lý thuyết về tránh thuế, mặt khác có thể giúp dự đoán công ty nào có khả năng thể hiện hành vi tránh thuế mạnh mẽ hơn ở Việt Nam.

Mục tiêu của nghiên cứu này là tìm kiếm bằng chứng về mối liên hệ giữa đặc điểm của công ty niêm yết và hành vi tránh thuế. Kết quả cho thấy tồn tại mối liên hệ giữa một số các thuộc tính của công ty và mức độ tránh thuế của công ty: quy mô công ty, khả năng sinh lời, mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định lớn thì khả năng tránh thuế càng lớn. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng tìm thấy lĩnh vực hoạt động của công ty có ảnh hưởng những không đồng nhất đến tránh thuế. Ngược lại, nghiên cứu không tìm thấy mối ảnh hưởng của tỷ lệ nợ và mức độ đầu tư vốn vào hàng tồn kho đến tránh thuế của công ty. Kết quả nghiên cứu phần nào tương đồng với các nghiên cứu trước, nhưng cũng thể hiện sự khác biệt do đặc điểm riêng của môi trường kinh doanh Việt Nam; qua đó cung cấp thêm bằng chứng về mối liên hệ giữa các nhân tố thuộc về đặc điểm công ty và hành động tránh thuế. Những bằng chứng này gợi ý về tầm quan trọng của việc hiểu rõ vai trò của đặc điểm doanh nghiệp trong việc hình thành các hành vi tránh thuế, cung cấp những sự hiểu biết cho các nhà hoạch định chính sách và các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực thuế.

Kết cấu của bài viết được tổ chức như sau. Mục hai tổng lược các nghiên cứu liên quan và giả thuyết. Phương pháp nghiên cứu được trình bày ở nội dung thứ ba. Nội dung thứ tư liên quan đến kết quả phân tích. Cuối cùng là kết luận và hàm ý.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết

Tránh thuế là một chủ đề thu hút sự quan tâm của nhiều nghiên cứu trên thế giới. Lý thuyết và kết quả từ các nghiên cứu trước đây nêu rõ một số đặc điểm chính của công ty có liên quan đến việc tránh thuế của công ty. Theo đó, nhiều nghiên cứu cho thấy công ty có quy mô lớn, lợi nhuận cao, tỷ lệ nợ cao và sở hữu cổ phần phân tán đều có mối liên hệ thuận chiều với các biện pháp tránh thuế. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu không tìm thấy bằng chứng về mối liên hệ này. Một số đặc điểm của công ty có liên quan đến tránh thuế được phát hiện trong các nghiên cứu trước đây được tổng lược dưới đây.

### 2.1. Quy mô công ty

Nhiều nghiên cứu trước đây tìm thấy bằng chứng rõ nét về mối liên hệ giữa quy mô công ty và hành động tránh thuế, theo đó các công ty lớn hơn có hoạt động tránh thuế nhiều hơn so với các công ty nhỏ hơn. Các tập đoàn đa quốc gia có nhiều nguồn lực và chuyên môn hơn để có thể thực hiện hoạch định thuế

---

(Armstrong, 2012; Dyreng, 2008). Họ có thể thực hiện các chiến lược tinh vi như dịch chuyển lợi nhuận/thu nhập tính thuế sang các khu vực có thuế thấp hơn thông qua chuyển giá và chuyển giao tài sản trí tuệ ở các thiên đường thuế. Các công ty lớn cũng có quy mô kinh tế lớn khiến việc đầu tư nhiều vào hoạch định thuế trở nên dễ dàng hơn. Một số nghiên cứu sử dụng quy mô công ty, được đo lường qua tổng tài sản hoặc doanh thu, để xem xét hành động tránh thuế khác nhau, cho thấy có một mối liên hệ thuận chiều giữa quy mô công ty và tránh thuế (Chen & cộng sự, 2010; Lanis & Richardson, 2011; Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021; Rego & Wilson, 2012). Nghiên cứu của Trương Thùy Vân (2022) cung cấp bằng chứng về mối liên hệ ngược chiều giữa quy mô và tránh thuế (thông qua chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế). Điều này cho thấy nhìn chung quy mô công ty là một trong các yếu tố quyết định có ảnh hưởng thuận chiều đến hành động tránh thuế của công ty.

Việt Nam là một nước có mối liên hệ chặt chẽ giữa kế toán và thuế (Nguyễn Công Phương, 2010, 2011), ngay cả doanh nghiệp vừa và nhỏ có xu hướng tránh thuế (Nguyễn Công Phương & Huỳnh Nhã Thi, 2021). Với công ty lớn khả năng tránh thuế sẽ nhiều hơn. Từ đó giả thuyết đặt ra như sau:

*H1: Quy mô công ty có ảnh hưởng thuận chiều đến mức độ tránh thuế của công ty.*

## **2.2. Hiệu quả kinh doanh**

Các công ty có hiệu quả kinh doanh cao hơn cũng có xu hướng tham gia vào mức độ tránh thuế cao hơn. Các công ty có lợi nhuận cao có động lực mạnh mẽ để giảm thuế nhằm gia tăng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu đo lường hiệu quả kinh doanh được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu trước đây là khả năng sinh lời của tài sản (ROA). Một số nghiên cứu tìm thấy tồn tại mối liên quan thuận chiều giữa hiệu quả kinh doanh và tránh thuế (thông qua chuyển thuế và tỷ suất thuế thực tế) (Armstrong, 2012; Lanis & Richardson, 2012; Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021) hay chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế (Trương Thùy Vân, 2022). Ngoài ra, một số nghiên cứu đã tìm thấy các mối quan hệ phi tuyến, thể hiện tránh thuế tăng lên đến một mức độ lợi nhuận nhất định và sau đó giảm ở các công ty có lợi nhuận cao nhất (Rego & Wilson, 2012).

Lập luận và bằng chứng trên ở các nước phát triển cần được kiểm chứng ở Việt Nam. Giả thuyết được đặt ra như sau:

*H2: Công ty có khả năng sinh lời cao, hoạt động tránh thuế càng lớn.*

## **2.3. Mức độ nợ**

Do lãi vay được khấu trừ thuế, giá trị khoản nợ lớn hơn sẽ làm giảm thu nhập chịu thuế, các công ty có thể giảm thấp thuế một cách hiệu quả bằng cách sử dụng tài trợ nợ và yêu cầu khấu trừ lãi vay, do chi phí lãi vay được tính vào chi phí trừ thuế. Một số nghiên cứu tìm thấy rằng các công ty có tỷ lệ nợ cao hơn thì tránh thuế nhiều hơn. Các đo lường đại diện cho mức nợ của công ty là tỷ lệ nợ/vốn chủ sở hữu và tỷ lệ nợ/tài sản được sử dụng trong các nghiên cứu cho thấy tồn tại mối liên hệ cùng chiều với biện pháp tránh thuế (Francis & cộng sự, 2014; Richardson & cộng sự, 2013). Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác đã tìm thấy mối quan hệ không đáng kể hoặc nghịch chiều (Armstrong, 2012; Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021; Rego & Wilson, 2012) cho thấy yếu tố này có thể phụ thuộc vào ngữ cảnh. Từ đó, mối liên hệ giữa mức độ nợ và tránh thuế ở Việt Nam có thể phụ thuộc vào ngữ cảnh và cần được kiểm chứng. Giả thuyết được đặt ra như sau:

*H3: Tồn tại mối liên hệ giữa mức độ nợ và tránh thuế của công ty*

## **2.4. Cấu trúc tài sản**

Mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định và hàng tồn kho của một công ty cũng là đặc trưng cấu trúc tài sản có thể ảnh hưởng đến hành vi hoạch định thuế. Một số nghiên cứu đặt ra giả thuyết và tìm thấy bằng chứng về mối quan hệ ngược chiều giữa mức độ vốn đầu tư cho tài sản cố định và tránh thuế. Các công ty có nhiều tài sản cố định thường ít linh hoạt hơn để chuyển lợi nhuận hoặc di dời sản xuất đến các khu vực thuế thấp (Richardson, 2013; Taylor & Richardson, 2014). Khả năng di chuyển của tài sản hữu hình như bất động sản, nhà máy và thiết bị hạn chế hơn. Mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định thường được đo lường bằng tỷ lệ tài sản cố định hoặc chi tiêu cho tài sản cố định so với doanh thu. Kết quả nghiên cứu trước đây cho thấy mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định cao hơn có liên quan đến tránh thuế ít hơn và tỷ suất thuế thực tế thấp hơn.

(Francis, 2014; Law & Mills, 2015). Điều này hỗ trợ quan điểm rằng các công ty có đầu tư nhiều vào tài sản cố định ít tránh thuế hơn. Tuy nhiên, một số nghiên cứu không tìm thấy mối liên hệ đáng kể, cho thấy yếu tố quyết định này có thể phụ thuộc vào các yếu tố ngữ cảnh (Dyreg, 2008).

Với hàng tồn kho, một số nghiên cứu đưa ra giả thuyết rằng các công ty có mức độ đầu tư vào hàng tồn kho cao hơn sẽ tránh ít thuế hơn, tương tự như các công ty có mức độ đầu tư cao vào tài sản cố định. Việc giữ nhiều hàng tồn kho khiến việc chuyển lợi nhuận trở nên khó khăn hơn vì các địa điểm sản xuất liên quan đến cơ sở kho hàng. Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm chưa rõ ràng. Trong khi một số nghiên cứu tìm thấy mối quan hệ nghịch chiều giữa mức độ hàng tồn kho và tránh thuế (Rego, 2003; Richardson, 2013), một số khác cho thấy kết quả của mối liên hệ này không đáng kể (Francis, 2014). Những bằng chứng còn chưa rõ ràng từ các nghiên cứu trước đây về mức độ đầu tư vốn vào hàng tồn kho phản ánh sự khác biệt ngành trong khả năng dịch chuyển hàng tồn kho. Nhìn chung, có bằng chứng hạn chế và mâu thuẫn về mức độ hàng tồn kho và tránh thuế. Từ đó cần thực hiện thêm nghiên cứu về các cơ chế đang hoạt động trong các bối cảnh khác nhau như ở Việt Nam. Giả thuyết đặt ra như sau:

*H4: Tồn tại mối liên hệ giữa mức độ đầu tư vào tài sản cố định và tránh thuế của công ty.*

*H5: Tồn tại mối liên hệ giữa mức độ đầu tư vào hàng tồn kho và tránh thuế của công ty.*

### 2.5. Lĩnh vực hoạt động

Các nghiên cứu đã đưa ra một số giải thích lý thuyết bổ sung cho sự khác biệt trong hành vi tránh thuế giữa các ngành/lĩnh vực hoạt động. Lập luận cho rằng một số ngành/lĩnh vực hoạt động nhất định có các đặc điểm mang tính đặc thù tạo ra nhiều cơ hội hơn cho hành động tránh thuế như tính linh hoạt và phức tạp của hoạt động kinh doanh, tính dao động của lợi nhuận và mức độ phụ thuộc vào tài sản vô hình (Frank & cộng sự, 2009, tr.258; Noor & cộng sự, 2010; Wilson, 2009, tr.480). Động lực cạnh tranh và rào cản gia nhập thị trường cũng khác nhau đáng kể giữa các ngành tiện ích cộng đồng so với các công ty công nghệ sáng tạo định hình các chiến lược thuế khác nhau (Hines Jr, 2005; Slemrod, 2004, tr.174). Các ngành công nghiệp có mô hình kinh doanh phức tạp, chẳng hạn như công nghệ và dược phẩm, thường phải đối mặt với vô số ràng buộc pháp lý và áp đặt thuế liên quan đến an toàn và chuyển nhượng sở hữu trí tuệ, ngay cả ở Việt Nam. Những phức tạp này cung cấp cho các công ty trong các ngành này một loạt các cơ hội lập kế hoạch thuế.

Mặc dù các nghiên cứu làm rõ về ảnh hưởng của ngành/lĩnh vực hoạt động đến tránh thuế, nhiều nghiên cứu sử dụng bối cảnh, dữ liệu của nước Mỹ và từ đó cần nhiều tiếp tục kiểm chứng thêm trong bối cảnh quốc tế ở các môi trường thể chế khác nhau. Xuất phát từ những lập luận và bằng chứng từ các nghiên cứu, giả thuyết được đặt ra như sau:

*H6: Tồn tại mối liên hệ giữa tránh thuế và lĩnh vực hoạt động của công ty.*

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### 3.1. Dữ liệu

Để kiểm định các giả thuyết đặt ra, dữ liệu báo cáo tài chính đã kiểm toán của các công ty phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam được thu thập từ cơ sở dữ liệu FiinPro trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2022. Sau khi loại trừ các dữ liệu không đầy đủ số liệu, và các công ty có lợi nhuận kế toán âm (do lợi nhuận âm không thể dùng đo lường tránh thuế), dữ liệu cuối cùng gồm 517 công ty trong ba năm với số quan sát 1.449 (sau khi loại tiếp 2 quan sát lỗi dữ liệu) đại diện cho 9 ngành khác nhau (mã ngành cấp 1) như được trình bày ở Bảng 1.

**Bảng 1. Số lượng công ty phân theo ngành**

Ngành	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Ngành	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Hàng tiêu dùng	230	15,9	Dầu khí	13	0,9
Tiện ích	138	9,5	Dịch vụ tiêu dùng	132	9,1
Nguyên vật liệu	236	16,3	Viễn thông	3	0,2
Dược phẩm và y tế	62	4,3	Công nghệ thông tin	42	2,9
Công nghiệp	593	40,9	Tổng	1449	

Các công ty thuộc ngành Công nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất với 40,9% quan sát. Tiếp theo là các ngành Nguyên vật liệu (16,3%) và Hàng tiêu dùng (15,9%). Mẫu cũng có đại diện đáng kể từ các ngành Tiện ích (9,5%) và Dịch vụ tiêu dùng (9,1%). Các ngành có sự hiện diện ít hơn là Dược phẩm và y tế (4,3%), Công

---

nghe thông tin (2,9%), Dầu khí (0,9%), và Viễn thông (0,2%).

Sự đa dạng về thành phần ngành này cho phép nghiên cứu các nhân tố quyết định sự khác biệt về tránh thuế trên nhiều lĩnh vực kinh tế, bao gồm các yếu tố đặc thù của ngành có thể ảnh hưởng đến hành vi tránh thuế của công ty.

Dữ liệu báo cáo tài chính của các công ty trong mẫu liên quan đến tính các biến được chọn để tính toán biến phụ thuộc “tránh thuế”.

### 3.2. Đo lường tránh thuế

Tồn tại một số cách đo lường tránh thuế khác nhau được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây (xem Hanlon & Heitzman, 2010), trong đó có hai cách đo lường phổ biến nhất là tỷ suất thuế thực tế kế toán (TSTKT) và chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập chịu thuế. TSTKT là thước đo thường được sử dụng để đo lường tránh thuế của một công ty (ví dụ như Dyreng & cộng sự, 2010; Rego, 2003; Robinson & cộng sự, 2010), phản ánh các hoạt động tránh thuế có ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận, không phản ánh sự trì hoãn nộp thuế ở kỳ sau (Hanlon & Heitzman, 2010). Nghiên cứu trước đây cho thấy giá trị TSTKT thấp hơn phản ánh mức độ tránh thuế ngày càng cao (Gupta & King, 1997; Rego, 2003).

Đo lường tránh thuế thứ hai là chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán trước thuế và thu nhập tính thuế (CLKT), phản ánh các hành động tránh thuế tạo ra chênh lệch vĩnh viễn và tạm thời giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế. Nghiên cứu trước đây cho thấy CLKT lớn hơn có liên quan đến những báo cáo điều chỉnh thuế phải nộp cao hơn qua kiểm tra thuế ở Mỹ đề xuất cao hơn cũng như khả năng tránh thuế cao hơn (Mills, 1998; Wilson, 2009). Theo đó, giá trị CLKT lớn hơn thể hiện mức độ tránh thuế cao hơn.

Nghiên cứu này sử dụng hai đo lường phổ biến để đo lường tránh thuế. Tỷ suất thuế thực tế kế toán của công ty được tính bằng cách lấy chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp chia cho tổng lợi nhuận kế toán trước thuế. CLKT được tính bằng cách lấy chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán trước thuế và thu nhập tính thuế chia cho tổng tài sản.

### 3.3. Mô hình hồi quy

Để kiểm định các giả thuyết đặt ra, mô hình được thiết kế như sau:

$$\text{Taxavoidance}_{it} = \beta_0 + \beta_1 * \text{Size}_{it} + \beta_2 * \text{ROA}_{it} + \beta_3 * \text{Leverage}_{it} + \beta_4 * \text{Capit}_{it} + \beta_5 * \text{Invit}_{it} + \beta_6 * \text{Indu}_{it} + \varepsilon$$

Trong đó:

Taxavoidance: Biến phụ thuộc thể hiện tránh thuế. Nghiên cứu sử dụng hai đo lường tránh thuế phổ biến trong các nghiên cứu trước đây là biến tỷ suất thuế thực tế (ETR\_acc) và chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế (Btd). Cụ thể:

Mô hình 1: Biến tránh thuế “Etr\_Acc<sub>it</sub>”: Tỷ suất thuế thực tế kế toán của công ty *i* ở năm *t*, được tính bằng cách lấy chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp chia cho tổng lợi nhuận kế toán trước thuế;

Mô hình 2: Biến tránh thuế “Btd<sub>it</sub>”: Chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán trước thuế và thu nhập tính thuế chia cho tổng tài sản của công ty *i* ở năm *t*.

Size<sub>it</sub>: Quy mô của công ty *i* năm *t*, được đo lường theo logarit tự nhiên của tài sản

ROA<sub>it</sub>: Tỷ suất sinh lời của tài sản của công ty *i* năm *t*.

Leverage<sub>it</sub>: Đòn bẩy của công ty *i* năm *t*, được đo lường bằng nợ chia cho tài sản

Capit<sub>it</sub>: Tập trung vốn thông qua tỷ trọng tài sản cố định/doanh thu của công ty *i* năm *t*.

Invit<sub>it</sub>: Tỷ trọng hàng tồn kho/doanh thu của công ty *i* năm *t*.

Indu<sub>it</sub>: Biến kiểm soát lĩnh vực hoạt động. Biến này là biến nhị phân, có giá trị bằng 1 nếu thuộc ngành *i* trong nhóm các ngành theo phân loại ngành trên thị trường chứng khoán, nếu không có giá trị bằng 0. Dữ liệu thu thập gồm 9 ngành cấp 1.

### 3.4. Kỹ thuật phân tích

Kỹ thuật hồi quy tuyến tính bội được sử dụng để kiểm định các giả thuyết. Hai mô hình hồi quy tuyến tính được vận dụng tương ứng với hai đo lường biến phụ thuộc “tránh thuế”. Những kiểm định về điều kiện của mô hình hồi quy tuyến tính cũng được thực hiện nhằm cung cấp tính hiệu lực của mô hình hồi quy.

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Nghiên cứu sử dụng hồi quy tuyến tính bội kiểm chứng các yếu tố thuộc đặc điểm công ty ảnh hưởng đến hành vi tránh thuế của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Mô hình hồi quy bao gồm các biến giải thích liên quan đến đặc điểm cụ thể của công ty như quy mô (size), khả năng sinh lời (ROA), đòn bẩy (leverage), tỷ lệ đầu tư vào tài sản cố định (Capit), đầu tư vốn vào hàng tồn kho (Invit) và các biến giải thích liên quan đến lĩnh vực (ngành) hoạt động. Biến phụ thuộc “tránh thuế” được đo lường theo hai cách khác nhau nhằm kiểm chứng/khẳng định thêm kết quả phân tích. Kết quả hồi quy của hai mô hình được trình bày ở Bảng 2, Bảng 3 và Bảng 4.

**Bảng 2. Model Summary<sup>b</sup>**

Mô hình	R	R bình phương	R bình phương điều chỉnh	Sai số chuẩn	Durbin-Watson
1. Biến phụ thuộc: BTĐ	0,442 <sup>a</sup>	0,195	0,188	0,02985784089	1,246
2. Biến phụ thuộc: ETR_Acc	0,502 <sup>a</sup>	0,252	0,245	0,16979866854	1,686

*Biến độc lập: (Constant), Công nghệ thông tin, Capit, Leverage, Viễn thông, Dầu khí, Dược phẩm và y tế, Dịch vụ tiêu dùng, ROA, Hàng tiêu dùng, Invent, Tiện ích, Size, Nguyên vật liệu. Biến ngành “công nghiệp” bị loại khỏi mô hình hồi quy vì không phù hợp.*

**Bảng 3. ANOVA**

Mô hình		Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
1. Biến phụ thuộc: BTĐ	Regression	0,310	13	0,024	26,752	0,000
	Residual	1,279	1435	0,001		
	Total	1,589	1448			
2. Biến phụ thuộc: ETR_Acc	Regression	2,255	13	0,173	6,017	0,000
	Residual	41,373	1435	0,029		
	Total	43,629	1448			

**Bảng 4. Hệ số hồi quy các biến độc lập**

Biến độc lập	Mô hình 1: Biến phụ thuộc: BTĐ					Mô hình 2: Biến phụ thuộc: ETR_Acc				
	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa		Sig.	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa		Sig.
	B	Error Std.	Beta	t		B	Error Std.	Beta	t	
(Constant)	-0,028	0,015		-1,918	0,055	0,094	.083		1,143	0,253
Size	0,001	0,001	0,051	2,024	0,043	0,006	0,003	0,052	1,907	0,047
ROA	0,162	0,010	0,404	16,754	0,000	0,301	0,055	0,143	-5,464	0,000
Leverage (tỷ lệ nợ)	-0,000	0,000	-0,022	-0,907	0,365	0,000	0,000	0,004	0,161	0,872
Capit (tỷ trọng tscđ)	0,001	0,001	-0,052	2,070	0,039	0,016	0,003	-0,128	-4,712	0,000
Invit (tỷ trọng HTK)	-0,000	0,000	-0,011	-0,462	0,644	0,000	0,000	0,037	1,400	0,162
Hàng tiêu dùng	0,003	0,002	0,036	1,372	0,170	0,049	0,013	0,103	-3,659	0,000
Tiện ích	0,011	0,003	-0,094	3,664	0,000	-0,047	.016	-0,079	-2,848	0,004
Nguyên vật liệu	0,011	0,002	-0,117	4,518	0,000	-0,042	.013	-0,089	-3,175	0,002
Dược phẩm và y tế	0,005	0,004	.033	1,337	0,182	-0,044	.023	-0,052	-1,943	0,052
Dầu khí	-0,001	0,008	-0,003	-0,136	0,892	-0,010	.048	-0,006	-0,211	0,833
Dịch vụ tiêu dùng	0,009	0,003	-0,077	3,038	0,002	-0,013	.017	-0,022	-0,792	0,429
Viễn thông	-0,011	0,017	-0,015	-0,650	0,516	0,005	0,099	0,001	0,049	0,961
Công nghệ thông tin	0,001	0,005	0,003	0,125	0,901	-0,022	0,027	-0,022	-0,813	0,416
Dầu khí	-0,001	0,008	-0,003	-0,136	0,892	-0,010	0,048	-0,006	-0,211	0,833



---

#### **4.1. Kết quả phân tích với đo lường tránh thuế bằng chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế**

Mô hình hồi quy thứ nhất với đo lường tránh thuế là chênh lệch lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế (biến BTĐ). Kết quả phân tích ở ba bảng 2, 3, và 4 cho thấy mô hình giải thích được 19,5% hành vi tránh thuế của các công ty ( $R^2$  điều chỉnh = 0,188). Hồi quy tổng thể có ý nghĩa thống kê ( $F = 26,752, p < 0,001$ ) như được trình bày trong bảng ANOVA. Thống kê Durbin-Watson là 1.246, nhỏ hơn 2, cho thấy không có hiện tượng tự tương quan đáng kể trong các sai số dư (residuals).

Các hệ số hồi quy (Bảng 4, mô hình 1) dương cho thấy các công ty quy mô lớn hơn (Size,  $\beta = 0.051, p = 0.043$ ), công ty có lợi tỷ suất sinh lời cao hơn (ROA,  $\beta = 0.404, p < 0.001$ ) và các công ty hoạt động trong ngành dịch vụ tiêu dùng ( $\beta = 0.094, p < 0.001$ ) có xu hướng tránh thuế cao hơn. Ngược lại, hệ số hồi quy âm cho thấy những công ty có đầu tư vốn nhiều hơn vào tài sản cố định (Capit,  $\beta = -0.052, p = 0.039$ ), ở các công ty hoạt động trong ngành nguyên vật liệu ( $\beta = -0.117, p < 0.001$ ) và dịch vụ tiêu dùng ( $\beta = -0.077, p = 0.002$ ) cho thấy các công ty hoạt động ở các ngành này có xu hướng tránh thuế thấp hơn. Các biến độc lập không có ý nghĩa thống kê là tỷ lệ nợ (leverage), tỷ trọng hàng tồn kho (Invit), và các biến ngành Hàng tiêu dùng, Dược phẩm và y tế, Dầu khí, Viễn thông và Công nghệ thông tin.

Kết quả phân tích của mô hình này cũng cho thấy không có vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng nào được phát hiện dựa trên dung sai (tolerances, đều lớn hơn 0,8) và giá trị VIF (tất cả đều nhỏ hơn 2). Chẩn đoán phần dư (normality homoscedasticity, and linearity of residuals, không được trình bày trong bài viết) cho thấy không có vi phạm lớn nào về các giả định hồi quy.

#### **4.2. Kết quả phân tích với đo lường tránh thuế bằng tỷ suất thuế thực tế kế toán-ETR\_Acc**

Mô hình hồi quy thứ hai sử dụng đo lường tránh thuế là tỷ suất thuế thực tế kế toán (Biến ETR\_Acc) là biến phụ thuộc. Kết quả cho thấy mô hình giải thích được 24,3 % hành vi tránh thuế ( $R^2$  điều chỉnh = 0,245). Kết quả phân tích ANOVA cho thấy mô hình có ý nghĩa thống kê với giá trị F là 6,017 (với mức ý nghĩa  $p < 0,001$ ). Giá trị Durbin-Watson là 1,686, nhỏ hơn 2, cho thấy không có vấn đề tự tương quan trong phần dư (residuals).

Hệ số hồi quy dương của các biến giải thích được trình bày ở bảng 4 (mô hình 2) cho thấy công ty có quy mô lớn (Size,  $\beta = 0,052, p < 0,0047$ ), khả năng sinh lời lớn (ROA,  $\beta = 0,143, p < 0,001$ ), công ty hoạt động trong các Ngành tiêu dùng có xu hướng tránh thuế cao ( $\beta = 0,103, p < 0,001$ ) có xu hướng tránh thuế cao. Ngược lại, những công ty có mức độ đầu tư vốn lớn vào tài sản cố định (Capit,  $\beta = -0,128, p < 0,001$ ), các công ty hoạt động trong ngành Tiện ích ( $\beta = -0,079, p = 0,004$ ) và Nguyên vật liệu ( $\beta = -0,089, p = 0,002$ ) có xu hướng tránh thuế thấp. Các biến độc lập không có ý nghĩa thống kê là tỷ lệ nợ (leverage), tỷ trọng hàng tồn kho (Invit), và các biến ngành Dược phẩm và y tế, Dầu khí, và dịch vụ tiêu dùng.

Kết quả phân tích mô hình hai cũng không có vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng dựa trên giá trị Tolerance (đều lớn hơn 0,8) và VIF (tất cả đều nhỏ hơn 2). Chẩn đoán phần dư (không được trình bày trong bài viết) cho thấy không có vi phạm lớn nào về các giả định hồi quy.

Kết quả kiểm định hai mô hình tìm thấy phần lớn có kết quả tương đồng về các biến giải thích tránh thuế. Điểm khác biệt lớn giữa hai mô hình hồi quy với hai đo lường biến phụ thuộc là biến ngành Dịch vụ tiêu dùng chỉ có ý nghĩa trong việc giải thích tránh thuế ở mô hình thứ nhất (biến BTĐ), trong khi biến ngành Hàng tiêu dùng chỉ có ý nghĩa trong giải thích tránh thuế (biến ETR\_Acc) ở mô hình thứ hai. Kết quả này có thể khác biệt giữa hai đo lường tránh thuế.

Quy mô công ty có tác động dương đáng kể đối với cả hai đo lường tránh thuế (BTĐ và ETR\_Acc). Kết quả này phù hợp với giả thuyết đặt ra và với các nghiên cứu của Rego (2003), Richardson & Lanis (2007) (Nasir & cộng sự, 2021), theo đó công ty lớn có xu hướng tránh thuế nhiều hơn do có nhiều nguồn lực và chuyên môn hơn để có thể thực hiện hoạch định thuế. Tuy nhiên, kết quả này trái ngược với kết quả nghiên cứu ở Việt Nam của Nguyen và cộng sự (2020) theo đó nghiên cứu này không tìm thấy mối liên hệ giữa quy mô và tránh thuế (được đo lường thông qua tỷ suất thuế thực tế).

Khả năng sinh lời có tác động dương mạnh đến cả hai đo lường tránh thuế (BTĐ và ETR\_Acc). Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của (Hassan & cộng sự, 2022; Mills, 1998; Nguyen, 2020; Rego, 2003) vì doanh nghiệp có lợi nhuận cao sẽ nỗ lực hoạch định thuế phải nộp thấp. Kết quả này trái ngược về chiều

---

ảnh hưởng so với nghiên cứu ở Việt Nam của Trương Thùy Vân (2022), theo đó khả năng sinh lời có ảnh hưởng ngược chiều đến tránh thuế (đo lường qua chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế).

Mức độ đầu tư lớn vào tài sản cố định có ảnh hưởng tiêu cực đến tránh thuế của công ty theo cả hai đo lường. Điều này có thể giải thích là tài sản cố định có thể tạo ra lợi ích từ khấu hao thuế. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Derashid & Zhang (2003).

Về ảnh hưởng của lĩnh vực hoạt động, các doanh nghiệp hoạt động trong ngành Tiện ích và Nguyên vật liệu có tránh thuế thấp ở cả hai mô hình đo lường tránh thuế, trong khi doanh nghiệp hoạt động trong ngành Dịch vụ tiêu dùng có xu hướng ít tránh thuế ở mô hình thứ nhất trong khi các doanh nghiệp thuộc Hàng tiêu dùng có xu hướng tránh thuế cao hơn ở mô hình thứ 2. Kết quả chưa rõ ràng này đòi hỏi cần kiểm chứng và cân nhắc thêm.

Nghiên cứu không tìm thấy mối liên hệ giữa tỷ lệ nợ và tránh thuế, điều này khác biệt so với một số nghiên cứu trước đây tìm thấy mối liên hệ cùng chiều (Francis, 2014; Richardson, 2013), không đáng kể hoặc ngược chiều (Armstrong, 2012; Nguyễn Hoàng Anh & Vũ Hoàng Phúc, 2021; Rego & Wilson, 2012) Kết quả cũng không tìm thấy mối liên hệ giữa mức đầu tư vào hàng tồn kho với tránh thuế. Kết quả có thể do đặc thù môi trường thuế tại Việt Nam. Điều này có thể do chính sách kế toán và thuế về hàng tồn kho khó được vận dụng linh hoạt để tránh thuế.

## 5. Kết luận và hàm ý

Kết quả phân tích cho thấy quy mô công ty, khả năng sinh lời, mức độ đầu tư vốn vào tài sản cố định lớn thì khả năng tránh thuế càng lớn theo cả hai mô hình. So sánh với các nghiên cứu trước cả trong và ngoài nước cho thấy kết quả nghiên cứu này vẫn còn những điểm tương đồng và khác biệt nhất định. Những khác biệt này có thể do sự khác nhau về thời điểm, phạm vi và quy mô mẫu, phương pháp nghiên cứu được áp dụng (sử dụng hai đo lường tránh thuế).

Kết quả phân tích hồi quy đa biến cho thấy mô hình định lượng hóa mối quan hệ giữa các yếu tố công ty với CLKT và TSTKT là phù hợp và có ý nghĩa thống kê. Điều này giúp hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến khoản cách giữa lợi nhuận kế toán và thuế. Kết quả nghiên cứu phần nào tương đồng với các nghiên cứu trước, nhưng cũng thể hiện sự khác biệt do đặc điểm riêng của môi trường kinh doanh Việt Nam. Những phát hiện này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu rõ vai trò của đặc điểm doanh nghiệp trong việc hình thành các hành vi tránh thuế, cung cấp những sự hiểu biết cho các nhà hoạch định chính sách, những người thực hiện và các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực thuế.

Mẫu và phương pháp nghiên cứu còn hạn chế, chưa phân tích chi tiết theo ngành nghề hay quy mô doanh nghiệp. Kết quả cần được kiểm tra thêm trong tương lai để tăng độ chính xác kết luận. Nghiên cứu mở rộng các biến giải thích tiềm năng như cấu trúc sở hữu, quản trị công ty cũng có thể mang lại góc nhìn mới.

## Tài liệu tham khảo

- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., & Larcker, D. F. (2012), 'The incentives for tax planning', *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 391-411. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2011.04.001>.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010), 'Are family firms more tax aggressive than non-family firms?', *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003>.
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2008), 'Long-run corporate tax avoidance', *The Accounting Review*, 83(1), 61-82. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003>.
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2010), 'The effects of executives on corporate tax avoidance', *The Accounting Review*, 85(4), 1163-1189. DOI: <https://doi.org/10.2308/accr.2010.85.4.1163>.
- Francis, B. B., Hasan, I., Wu, Q., & Yan, M. (2014), 'Are female CFOs less tax aggressive? Evidence from tax aggressiveness', *The Journal of the American Taxation Association*, 36(2), 171-202. DOI: <https://doi.org/10.2308/atax-50819>.
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009), 'Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting', *The Accounting Review*, 84(2), 467-496. DOI: <https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.2.467>.

- Gupta, M., & King, R. R. (1997), 'An experimental investigation of the effect of cost information and feedback on product cost decisions', *Contemporary Accounting Research*, 14(1), 99-127. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.1997.tb00521.x>.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010), 'A review of tax research', *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 127-178. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.002>.
- Hassan, N., Masum, M. H., & Sarkar, J. B. (2022), 'Ownership structure and corporate tax avoidance: Evidence from the listed companies of Bangladesh', *Polish Journal of Management Studies*, 25(1), 147-161. DOI: 10.17512/pjms.2022.25.1.09.
- Hines Jr, J. R. (2005), 'Corporate taxation and international competition', *Ross School of Business Paper No. 1026*. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.891233>.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2011), 'The effect of board of director composition on corporate tax aggressiveness', *Journal of Accounting and Public Policy*, 30(1), 50-70. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2010.09.003>.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012), 'Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis', *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86-108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>.
- Law, K. K., & Mills, L. F. (2015), 'Taxes and financial constraints: Evidence from linguistic cues', *Journal of Accounting Research*, 53(4), 777-819. DOI: <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12081>.
- Mills, L. F. (1998), 'Book-tax differences and Internal Revenue Service adjustments', *Journal of Accounting Research*, 36(2), 343-356. DOI: <https://doi.org/10.2307/2491481>.
- Nasir, N. E. M., Zainazor, Z., Rashid, N., Yaacob, N. M., & Kamarudin, S. N. (2023), 'Corporate Tax Avoidance: Evidence From Trading and Services Companies', In N. M. Suki, A. R. Mazlan, R. Azmi, N. A. Abdul Rahman, Z. Adnan, N. Hanafi, & R. Truell (Eds.), *Strengthening Governance, Enhancing Integrity and Navigating Communication for Future Resilient Growth*, Vol 132, European Proceedings of Social and Behavioural Sciences, 416-425, European Publisher. DOI: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2023.11.02.31>.
- Nguyễn Công Phương (2010), 'Liên kết giữa kế toán và thuế ở Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 239, 22-26.
- Nguyễn Công Phương (2011), 'Công tác kế toán-thuế ở doanh nghiệp: nghiên cứu thực tế các doanh nghiệp trên địa bàn Đà Nẵng', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 163(II), 42-47.
- Nguyễn Công Phương & Huỳnh Nhã Thi (2021), 'Xu hướng tránh thuế thu nhập doanh nghiệp ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Một số bằng chứng ban đầu', *Tạp chí Khoa học Kinh tế*, 9(02), 12-22.
- Nguyễn Hoàng Anh, & Vũ Hoàng Phúc (2021), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tránh thuế của doanh nghiệp niêm yết trên sàn UPCOM', *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 234, 70-80.
- Nguyen, L. T., Nguyen, A. H. V., Le, H. D., Le, A. H., & Truong, T. T. V. (2020), 'The factors affecting corporate income tax non-compliance: A case study in Vietnam', *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 103-115. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.103>.
- Noor, R. M., Fadzillah, N. S. M., & Mastuki, N. A. (2010), 'Tax planning and corporate effective tax rates', in 2010 *International Conference on Science and Social Research (CSSR 2010)*, IEEE, 1238-1242.
- Rego, S. O. (2003), 'Tax-Avoidance Activities of U.S. Multinational Corporations', *Contemporary Accounting Research*, 20(4), 805-833. DOI: <https://doi.org/10.1506/VANN-B7UB-GMFA-9E6W>.
- Rego, S. O., & Wilson, R. (2012), 'Equity risk incentives and corporate tax aggressiveness', *Journal of Accounting Research*, 50(3), 775-810. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2012.00438.x>.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013), 'The impact of board of director oversight characteristics on corporate tax aggressiveness: An empirical analysis', *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(3), 68-88. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.02.004>.
- Robinson, J. R., Sikes, S. A., & Weaver, C. D. (2010), 'Performance measurement of corporate tax departments', *The Accounting Review*, 85(3), 1035-1064. DOI: <https://doi.org/10.2308/accr.2010.85.3.1035>.
- Slemrod, J. (2004), 'The economics of corporate tax selfishness', *National Tax Journal*, 57(4), 877-899. DOI: 10.17310/ntj.2004.4.06.
- Taylor, G., & Richardson, G. (2014), 'Incentives for corporate tax planning and reporting: Empirical evidence from Australia', *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 10(1), 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2013.11.003>.
- Truong Thùy Vân (2022), 'Sử dụng GMM nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập chịu thuế của các doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam', *Tạp chí Khoa học Kinh tế*, 10(01), 63-71.
- Wilson, R. J. (2009), 'An examination of corporate tax shelter participants', *The Accounting Review*, 84(3), 969-999. DOI: <https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.3.969>.

---

# ẢNH HƯỞNG CỦA HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TỚI SỰ HÀI LÒNG VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

**Đặng Thành Cường**

*Trường Kinh tế - Trường Đại học Vinh*

*Email: dangthanhuongvuni@gmail.com*

Mã bài: JED-1663

Ngày nhận bài: 13/03/2024

Ngày nhận bài sửa: 21/05/2024

Ngày duyệt đăng: 02/06/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1663

## **Tóm tắt**

Sự hài lòng và trung thành trong sử dụng dịch vụ của khách hàng là mục tiêu mà bất kỳ ngân hàng thương mại nào cũng muốn hướng tới. Nghiên cứu đánh giá mối quan hệ giữa hình ảnh thương hiệu, chất lượng dịch vụ với sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Trên cơ sở kết quả điều tra, khảo sát 458 khách hàng từ các ngân hàng thương mại Việt Nam, tác giả đã sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính cùng sự hỗ trợ của Smart PLS 4 để xem xét các mối quan hệ này. Kết quả nghiên cứu cho thấy, hình ảnh thương hiệu cải thiện thì sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng càng tăng và chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Đây chính là gợi ý để các ngân hàng thương mại Việt Nam có thể đưa ra những chính sách phù hợp nhằm gia tăng lòng trung thành của khách hàng.

**Từ khóa:** Hình ảnh thương hiệu, Lòng trung thành, Ngân hàng thương mại, Sự hài lòng.

**Mã JEL:** G21, G3, M31

## **The Influence of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty at Vietnamese Commercial Banks**

### **Abstract**

Satisfaction and loyalty in the use of services by customers are the goals that any commercial bank aims to achieve. A study evaluates the relationship between brand image, service quality, customer satisfaction, and loyalty in Vietnamese commercial banks. Based on the survey results gathered from 458 customers of various Vietnamese commercial banks, the author employed a Structural Equation Modeling framework with the support of Smart PLS 4 to examine these relationships. The research findings indicate that an improved brand image leads to increased customer satisfaction and loyalty, while service quality remains the primary determinant of customer satisfaction and loyalty. This suggests that Vietnamese commercial banks can implement appropriate policies to enhance customer loyalty.

**Keywords:** Brand image, Commercial bank, Customer satisfaction, Loyalty.

**JEL Codes:** G21, G3, M31

---

## 1. Giới thiệu

Sự hài lòng của khách hàng là một trong những công cụ quan trọng để vận hành doanh nghiệp, là cơ sở để bảo vệ vị trí trên thị trường và đạt được các mục tiêu khác có ý nghĩa quan trọng đối với tương lai của doanh nghiệp. Do đó, đạt được mức độ cao của dịch vụ là một phương pháp để giữ cho khách hàng cảm thấy hài lòng và duy trì sự trung thành (Perng, 2007). Hình ảnh thương hiệu suy giảm có thể làm suy yếu niềm tin của khách hàng, trong khi chất lượng dịch vụ kém có thể gây tổn thương cho hình ảnh thương hiệu và suy giảm sự trung thành của khách hàng.

Sự hài lòng của khách hàng là trung tâm của mọi doanh nghiệp thành công, tuy nhiên, ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đối với vai trò định hướng khách hàng trong ngành ngân hàng từ góc độ của khách hàng vẫn chưa nhận được sự chú ý cần thiết. Để đóng góp vào cơ sở lý luận và thực tiễn trong việc xác định mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng và lòng trung thành tại các ngân hàng thương mại, tác giả đã tập trung nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và lòng trung thành thông qua sự hài lòng, xem xét hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng với lòng trung thành của khách hàng và hình ảnh thương hiệu đối với lòng trung thành của khách hàng tại các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam. Có thể xem đây là một nghiên cứu mở rộng, tích hợp và đánh giá các mối quan hệ giữa hình ảnh thương hiệu, chất lượng dịch vụ với sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng về mặt lý thuyết, mở rộng hiểu biết về bản chất của các mối quan hệ này. Tất cả các biến quan tâm đều có ảnh hưởng trực tiếp, quan trọng đến sự trung thành của khách hàng. Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng nhằm thu hút khách hàng, gia tăng thị phần và lợi nhuận là vô cùng khốc liệt. Điều này đã khiến các ngân hàng thương mại nhanh chóng phát triển các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng để cung cấp cho thị trường. Nghiên cứu đã cung cấp các giải thích thực nghiệm về cách phát triển sự trung thành của khách hàng. Các phát hiện từ nghiên cứu cũng mang lại những ý nghĩa quan trọng cho các nhà quản lý, đề xuất những gợi ý để các ngân hàng thương mại Việt Nam có thể đưa ra những chính sách phù hợp nhằm gia tăng sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Tổng quan nghiên cứu

#### 2.1.1. Hình ảnh thương hiệu

Keller (1993) định nghĩa hình ảnh thương hiệu là những cảm nhận về thương hiệu khi được phản ánh bởi các liên kết thương hiệu được sắp xếp trong bộ nhớ của khách hàng. Hình ảnh thương hiệu đề cập đến ấn tượng chung được tạo ra trong tâm trí khách hàng hoặc công chúng về một tổ chức cụ thể được tạo ra thông qua quá trình tương tác giữa khách hàng và nhân viên ngân hàng (Omorieg & cộng sự, 2019).

#### 2.1.2. Chất lượng dịch vụ

Parasuraman & cộng sự (1985) định nghĩa chất lượng dịch vụ là một khái niệm riêng biệt với sự hài lòng, phản ánh tương quan hiệu suất và kỳ vọng của khách hàng và khi cảm nhận chất lượng gia tăng thì khách hàng có xu hướng hài lòng hơn. Vận dụng lý thuyết khung khoảng cách, ông đã đề xuất thang đo SERVQUAL với 22 phát biểu đại diện cho 5 yếu tố đo lường kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng. Chất lượng dịch vụ đề cập đến một ấn tượng chung về đánh giá của khách hàng liên quan đến dịch vụ được cung cấp bởi tổ chức (Hussain & cộng sự, 2015).

#### 2.1.3. Sự hài lòng

Sự hài lòng là một trạng thái cảm xúc tích cực đạt được từ việc đánh giá một doanh nghiệp dưới góc độ tất cả các giao tiếp với tất cả các bên liên quan. Việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao dẫn đến sự hài lòng của khách hàng là động lực đằng sau lợi thế cạnh tranh lâu dài trong môi trường kinh doanh đầy động lực và cạnh tranh ngày nay. Cho dù tốt hay xấu, sự hài lòng của khách hàng là điều kiện tiên quyết để “giữ chân” lòng trung thành của khách hàng, giúp tăng lợi nhuận và thị phần, cũng như lợi nhuận đầu tư. Murad (2021) giả định rằng có ba yếu tố chính của sự hài lòng của khách hàng, đó là: nhận thức, cảm xúc hoặc ý thức; phản ứng được hướng đến; và độ dài của đánh giá. Tuy nhiên, trong văn học, có hai cách hiểu chính về sự hài lòng: hài lòng như một quá trình và hài lòng như một kết quả (Gustafsson & cộng sự, 2015). Do đó, sự hài lòng có thể được đặc trưng là một đánh giá ưu tiên liên quan đến một quyết định mua hàng cụ thể.

#### 2.1.4. Lòng trung thành

Trung thành là một khái niệm đa chiều bao gồm cả phản ứng tích cực và tiêu cực (Zeithaml & cộng sự, 1996). Lòng trung thành của khách hàng là cả xu hướng về thái độ và hành vi ủng hộ một thương hiệu nhiều

---

hơn tất cả các thương hiệu khác, vì sự yêu thích hay thói quen với thương hiệu (Keh & Lee, 2006). Sự trung thành của khách hàng có thể đóng góp một cách tích cực đến mục tiêu cơ bản của các ngân hàng, vì đó là một công cụ hiệu quả để tạo ra các giao dịch mua sắm lặp lại từ phía khách hàng.

## **2.2. Mô hình nghiên cứu**

### **2.2.1. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng**

Mặc dù có đủ bằng chứng để ủng hộ mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ, nhưng vẫn có những luận điểm tranh cãi về mối quan hệ nhân quả giữa hai khái niệm này. Zeithaml & cộng sự (1996) cho rằng tồn tại một mối quan hệ tiêu cực giữa chất lượng dịch vụ và sự không trung thành của khách hàng. Một số nghiên cứu đã tìm thấy một mối liên hệ mạnh mẽ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Kadir & cộng sự (2017) cho rằng khi một số khách hàng cảm nhận được chất lượng dịch vụ cao, họ có xu hướng cảm thấy hài lòng hơn. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng được liên kết một cách không thể tách rời, với một mối quan hệ tích cực đáng kể. Chất lượng dịch vụ cao trực tiếp góp phần vào việc tăng sự hài lòng của khách hàng và đóng một vai trò then chốt trong việc duy trì mối quan hệ tích cực với khách hàng (Sani, 2024). Khách hàng có những kỳ vọng cụ thể liên quan đến các dịch vụ hoặc sản phẩm họ mua. Khi các công ty có thể đáp ứng hoặc thậm chí vượt qua những kỳ vọng này, sự hài lòng của khách hàng có xu hướng tăng lên.

Giả thuyết nghiên cứu được tác giả đề xuất là:

*H1. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng tại NHTM Việt Nam*

### **2.2.2. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến lòng trung thành**

Có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và lòng trung thành của khách hàng trong nhiều ngành công nghiệp, nhưng không có sự đồng thuận chung về sự tồn tại của mối quan hệ tích cực và đáng kể giữa hai cấu trúc này. Nghiên cứu thực nghiệm của Arun & cộng sự (2010) đã chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ cảm nhận có ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng. Tuy nhiên, He & Jun (2010) không tìm thấy ảnh hưởng rõ ràng của chất lượng dịch vụ đối với lòng trung thành của khách hàng trong nghiên cứu của họ về người dùng đường sắt ở Trung Quốc. Tương tự, Desiyanti & cộng sự (2018) đã phát hiện ra trong các nghiên cứu riêng biệt của họ rằng chất lượng dịch vụ không có ảnh hưởng đáng kể đến lòng trung thành của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đối với sự trung thành của khách hàng, điều này có nghĩa là nếu chất lượng dịch vụ được cải thiện, khách hàng sẽ trở nên trung thành hơn với ngân hàng. Trên cơ sở, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*H2. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng tại NHTM Việt Nam*

### **2.2.3. Sự hài lòng ảnh hưởng đến lòng trung thành**

Sự hài lòng là một tiền đề khác của lòng trung thành của khách hàng, được xem như thành công đáng kể cho doanh nghiệp. Anderson & Srinivasan (2003) cho rằng khách hàng không hài lòng có xu hướng tìm kiếm thông tin về các lựa chọn khác và dễ bị ảnh hưởng bởi các ưu đãi từ các đối thủ cạnh tranh, so với những khách hàng hài lòng. Các kết quả của Padrón-Ávila & cộng sự (2022) và Silalahi & cộng sự (2017) chỉ ra rằng có một ảnh hưởng tích cực của sự hài lòng của khách hàng đối với sự trung thành của khách hàng. Sani (2024) cho rằng sự hài lòng của khách hàng đối với sự trung thành của khách hàng có một ảnh hưởng vừa tích cực vừa không đáng kể. Trên cơ sở đó, giả thuyết nghiên cứu được tác giả đề xuất là:

*H3. Sự hài lòng ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng tại NHTM Việt Nam*

### **2.2.4. Hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng đến sự hài lòng**

Kotler & Armstrong (2018) xem hình ảnh thương hiệu như là yếu tố khác biệt của sản phẩm dịch vụ do một tổ chức cung cấp. Hình ảnh thương hiệu được coi là một tài sản cho phép một tổ chức tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Nghiên cứu của Wu & cộng sự (2011), Tu & cộng sự (2012) đã chỉ ra rằng các tổ chức tạo ra hình ảnh thương hiệu tốt sẽ gia tăng được sự hài lòng của khách hàng. Theo nghiên cứu của Ofori & cộng sự (2017), hình ảnh thương hiệu có mối quan hệ chặt chẽ với sự hài lòng của khách hàng. Sự cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng đang diễn ra khốc liệt, sự đổi mới các sản phẩm, dịch vụ chưa đủ để nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà thêm vào đó, các ngân hàng cần tạo dựng hình ảnh tốt đẹp hơn nữa với khách hàng, do đó, hình ảnh thương hiệu ngày càng được đánh giá cao trong việc gia tăng sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng (Pérez & Rodríguez del Bosque, 2015). Chính vì vậy, tác giả đề xuất giả thuyết H4 như sau:

---

*H4. Hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng tại NHTM Việt Nam*

#### *2.2.5. Hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng đến lòng trung thành*

Hình ảnh thương hiệu đóng một phần quan trọng trong việc tiếp thị, nó giúp các tổ chức thu hút và giữ chân khách hàng (Tu & cộng sự, 2012). Tương tự như vậy, Hussain & cộng sự (2015) đề xuất rằng một tổ chức có hình ảnh thương hiệu tốt có khả năng thu hút và giữ chân khách hàng. Hình ảnh thương hiệu có ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng (Omoriegie & cộng sự, 2019), nếu hình ảnh thương hiệu được cải thiện, sự trung thành của khách hàng đối với ngân hàng sẽ tăng lên. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*H5. Hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của khách hàng tại NHTM Việt Nam.*

#### *2.2.6. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến lòng trung thành thông qua sự hài lòng*

Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự hài lòng và sự trung thành của người tiêu dùng, và sự hài lòng của khách hàng một phần làm trung gian cho tác động của chất lượng dịch vụ đối với sự trung thành của khách hàng (Zameer & cộng sự, 2019). Shamsudin & cộng sự (2020) quan sát thấy rằng tại các nhà hàng hải sản, sự hài lòng và chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng lớn đối với sự trung thành của người tiêu dùng. Sani (2024) cho rằng chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực nhưng không đáng kể đối với sự trung thành của khách hàng thông qua sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, không có mối quan hệ đáng kể giữa chất lượng dịch vụ và sự trung thành của khách hàng theo (Pratiwi & Robbian, 2022).

Dựa trên những nghiên cứu trên, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*H6. Có mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đến lòng trung thành của khách hàng tại NHTM Việt Nam thông qua sự hài lòng*

#### *2.2.7. Hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng đến lòng trung thành thông qua sự hài lòng*

Mối liên kết giữa hình ảnh thương hiệu và lòng trung thành của khách hàng cũng đã được tiết lộ trong một số nghiên cứu trước đó. Tu & cộng sự (2012) cho rằng hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng của khách hàng và lòng trung thành của khách hàng và sự hài lòng của khách hàng ảnh hưởng mạnh đến lòng trung thành của khách hàng. Theo Ngô Đức Chiến (2020) hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng tác động tích cực đến lòng trung thành.

Dựa trên những nghiên cứu trên, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*H7. Có mối quan hệ giữa hình ảnh thương hiệu đến lòng trung thành của khách hàng tại NHTM Việt Nam thông qua sự hài lòng.*

### **3. Dữ liệu và phương pháp phân tích**

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 cấp độ (Hoàn toàn không đồng ý, Không đồng ý, Trung lập, Đồng ý, Hoàn toàn đồng ý) để khách hàng của các ngân hàng đánh giá. Phiếu khảo sát được hoàn thiện sau khi đã tham vấn ý kiến của các chuyên gia. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ khách hàng của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Thời gian thực hiện khảo sát được tiến hành từ tháng 12 năm 2023 đến tháng 2 năm 2024. Tác giả đã gửi đi 600 phiếu khảo sát nhưng sau khi tổng hợp và chọn lọc số phiếu hợp lệ thu về là 458 phiếu đạt tỷ lệ 76%. Theo giới tính, 65,9% số người phản hồi là nam; với hơn một nửa (56,3%) ở độ tuổi từ 35 đến 45 và gần một phần ba (32,3%) thuộc nhóm tuổi từ 45-55; 42% khách hàng được khảo sát là doanh nghiệp, chiếm 42%. Hầu hết khách hàng có bằng cử nhân (68,5%) hoặc bằng trung học (23,8%), với 16,5% có bằng sau đại học. Thời gian giao dịch của họ với ngân hàng biến đổi như sau: dưới một năm (21,8%), giữa một và hai năm (33,7%), giữa ba và bốn năm (24,6%), giữa năm và sáu năm (19,1%), và hơn bảy năm (13,6%). Số lượng mẫu phản hồi thích hợp cho nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố, cỡ mẫu được xác định dựa vào  $n = k$ , trong đó  $k=5$  hoặc 10 tùy vào nguồn lực khảo sát,  $P_j$  là số biến quan sát trong thang đo,  $m$ : số thang đo từ 1 đến  $m$ . Mô hình nghiên cứu với 8 thang đo, 28 biến quan sát, chọn  $k=10$ ,  $n= 10^*$ .  $28=280$  (mức tối thiểu). Sau khi mã hóa các biến, nghiên cứu sẽ sử dụng phương pháp mô tả và phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) để mô tả và đưa ra suy luận về mối quan hệ giữa các biến trên phần mềm SmartPLS 4.

### **4. Kết quả nghiên cứu**

#### **4.1. Đánh giá mô hình đo lường**

Đánh giá mô hình đo lường cho biến tiềm ẩn bậc một (CLDV), kết quả cho thấy hệ số tải nhân tố đơn lẻ (Outer loading-  $\lambda$ ) của các thang đo lớn hơn 0,5 và tổng phương sai trích (Average Variance Extracted-AVE)

cũng đều lớn hơn ngưỡng khuyến nghị là 0,5. Những kết quả này chứng tỏ được tính hội tụ của các nhân tố. Ngoài ra, tất cả các giá trị độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability-CR) đều vượt mức 0,7. Do đó, độ tin cậy trong thang đo của các nhân tố cũng được thiết lập và với các chỉ số HTMT thấp hơn 0,85 nên đảm bảo sự phân biệt.

#### 4.1.1. Độ tin cậy của từng chỉ báo

**Bảng 1: Hệ số tải của mô hình đo lường (Outer loading-  $\lambda$ )**

	DB	DU	HH	TC	HA	LOY	SAT
DB1	0,812						
DB2	0,823						
DB3	0,813						
DB4	0,847						
DU1		0,776					
DU2		0,794					
DU3		0,784					
DU4		0,757					
HH1			0,86				
HH2			0,838				
HH3			0,781				
HH4			0,776				
TC1				0,788			
TC2				0,817			
TC3				0,826			
TC4				0,783			
TC5				0,823			
HA1					0,678		
HA2					0,772		
HA3					0,786		
HA4					0,821		
HA5					0,798		
LOY1						0,85	
LOY2						0,885	
LOY3						0,86	
SAT1							0,881
SAT2							0,829
SAT3							0,872

#### 4.1.2. Mức độ tin cậy tổng hợp và sự hội tụ

**Bảng 2: Sự tin cậy và chính xác của mô hình cấu trúc**

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho c)	Average variance extracted (AVE)
DB	0,842	0,825	0,679
DU	0,782	0,894	0,542
HH	0,83	0,853	0,663
TC	0,866	0,887	0,652
HA	0,831	0,84	0,881
LOY	0,832	0,832	0,899
SAT	0,825	0,829	0,896

#### 4.1.3. Đánh giá chỉ số tương quan HTMT

Chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait (Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations: HTMT) dùng để đánh giá giá trị phân biệt giữa các thang đo trong mô hình có giá trị từ 0,268 đến 0,826, có giá trị thấp hơn  $\leq 0,85$ , đạt được giá trị phân biệt giữa các cặp biến tiềm ẩn trong mô hình.

### 4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

#### 4.2.1. Đánh giá mức độ đa cộng tuyến

#### 4.2.2. Kết quả phân tích mối quan hệ giữa các biến

#### 4.2.3. Kết quả mô hình SEM



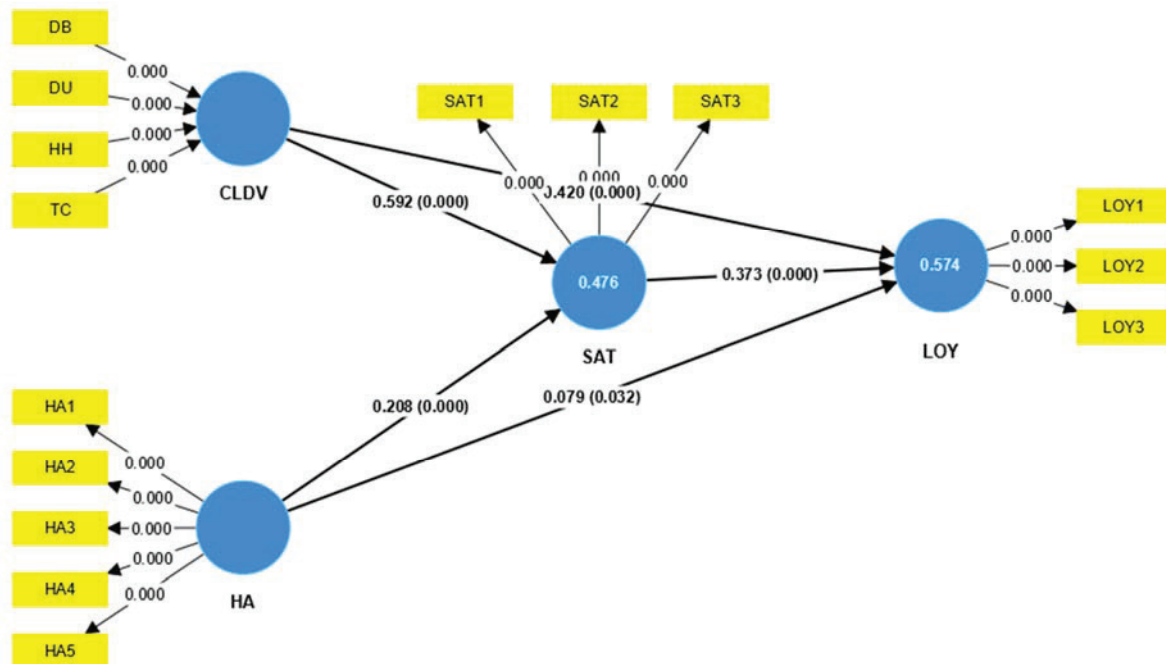
**Bảng 3: Kết quả của chỉ số VIF**

	VIF
DB	1,381
DU	1,365
HH	1,089
TC	1,112
CLDV -> LOY	1,813
CLDV -> SAT	1,14
HA -> LOY	1,223
HA -> SAT	1,14
SAT -> LOY	1,921

**Bảng 4: Kết quả mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp**

	Dữ liệu gốc (O)	Trung bình (M)	Phân phối chuẩn (STDEV)	Thống kê T ((O/STDEV))	Hệ số P
Mối quan hệ trực tiếp					
DB -> CLDV	0,284	0,282	0,061	4,684	0,000
DU -> CLDV	0,377	0,376	0,054	6,948	0,000
HH -> CLDV	0,375	0,375	0,056	6,644	0,000
TC -> CLDV	0,452	0,45	0,048	9,404	0,000
CLDV -> LOY	0,231	0,24	0,067	3,463	0,001
CLDV -> SAT	0,59	0,608	0,121	4,873	0,000
HA -> LOY	0,012	0,015	0,012	0,975	0,329
HA -> SAT	0,073	0,077	0,032	2,297	0,022
SAT -> LOY	0,172	0,173	0,049	3,496	0,000
Mối quan hệ gián tiếp					
CLDV -> SAT -> LOY	0,221	0,22	0,034	6,451	0,000
HA -> SAT -> LOY	0,078	0,077	0,02	3,935	0,000

**Hình 1: Kết quả thực nghiệm mô hình SEM**



## 5. Thảo luận kết quả

*Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng:* Theo kết quả phân tích Chất lượng dịch vụ đối với Sự

---

hài lòng của khách hàng, có giá trị mẫu ban đầu là 0,59 và giá trị thống kê  $t >$  giá trị t-table ( $4,873 > 1,96$ ) nên có thể kết luận rằng giả thuyết thứ nhất (H1) được chấp nhận, tức là Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đối với Sự hài lòng của khách hàng trong nghiên cứu này. Dựa trên kết quả này, có thể hiểu rằng chất lượng dịch vụ càng tốt, thì sự hài lòng của khách hàng càng cao. Các kết quả của nghiên cứu này được hỗ trợ bởi nghiên cứu trước đó của (Zeithaml & cộng sự, 1996; Sani, 2024), mà đã phát hiện ra rằng biến số Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đối với Sự hài lòng của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi chất lượng dịch vụ cao. Khách hàng cảm thấy hạnh phúc khi họ nhận được dịch vụ tốt, như phản hồi nhanh chóng, giao tiếp hiệu quả và trải nghiệm dễ chịu.

*Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến lòng trung thành:* Dựa trên kết quả kiểm tra ảnh hưởng của Chất lượng dịch vụ đối với Sự trung thành của khách hàng, giá trị mẫu ban đầu là 0,231 và có P-value = 0,001 nên có thể kết luận rằng giả thuyết thứ hai (H2) được chấp nhận, cho thấy rằng Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực, đáng kể đối với Sự trung thành của khách hàng trong nghiên cứu này. Các kết quả của nghiên cứu này được hỗ trợ bởi nghiên cứu trước đó của Anderson & Srinivasan (2003), Padrón-Ávila & cộng sự (2022) và Silalahi & cộng sự (2017) đã phát hiện ra rằng Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đối với Sự trung thành của khách hàng. Sự trung thành của khách hàng không luôn tỷ lệ thuận với xuất sắc dịch vụ nhưng ngược với phát hiện của Sani (2024) khi cho rằng chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng vừa tích cực đến lòng trung thành nhưng không đáng kể. Khách hàng có thể hài lòng với dịch vụ, điều đó có nghĩa là họ sẽ duy trì trung thành đối với ngân hàng thương mại.

*Ảnh hưởng của Sự hài lòng đến lòng trung thành:* Dựa trên kết quả phân tích về ảnh hưởng của khách hàng hài lòng đến việc giữ chân khách hàng, giá trị mẫu cơ sở là 0,079 và có P-value = 0,001, vì vậy giả thuyết thứ 3 (H3) đã được chấp nhận, điều này chứng tỏ rằng Sự hài lòng của khách hàng đối với Sự trung thành của khách hàng có ảnh hưởng tích cực nhưng mức độ không đáng kể trong nghiên cứu này khác với các kết quả của nghiên cứu trước đó của Anderson & Srinivasan (2003), Padrón-Ávila & cộng sự (2022) và Silalahi & cộng sự (2017) đã phát hiện ra rằng Sự hài lòng của khách hàng có ảnh hưởng tích cực đối với Sự trung thành của khách hàng và đồng thuận với nghiên cứu của Sani (2024) cho rằng Sự hài lòng của khách hàng đối với Sự trung thành của khách hàng có một ảnh hưởng vừa tích cực vừa không đáng kể. Thường thì, sự hài lòng của khách hàng thêm vào sự trung thành một cách tích cực; tuy nhiên, mối quan hệ trực tiếp giữa hai yếu tố này không phải lúc nào cũng đặc biệt quan trọng trong một số trường hợp cụ thể như hư hỏng sản phẩm, hoặc trải nghiệm bổ sung cũng đóng vai trò quan trọng trong việc định hình sự trung thành.

*Ảnh hưởng của Hình ảnh thương hiệu đối với sự hài lòng:* Dựa trên các thử nghiệm đã thực hiện cho nghiên cứu này, kết quả cho thấy giá trị P < 0,05, hệ số đường dẫn cao 0,208 điều này chứng tỏ rằng hình ảnh thương hiệu có ảnh hưởng và mức độ cao đến sự hài lòng của khách hàng, giả thuyết H5 được chấp nhận. Nghiên cứu này chứng minh rằng hình ảnh sự hài lòng của khách hàng tại các ngân hàng thương mại được ảnh hưởng tích cực và đáng kể bởi thương hiệu của ngân hàng. Trong nghiên cứu của Wu & cộng sự (2011), Arshad & cộng sự (2016) và Ofori & cộng sự (2017) cũng từng có đề xuất hình ảnh thương hiệu đã có tác động tích cực và đáng kể đối với sự hài lòng của khách hàng.

*Ảnh hưởng của Hình ảnh thương hiệu đối với Lòng trung thành:* Kết quả của việc kiểm tra tác động của yếu tố niềm tin của khách hàng đối với sự trung thành của khách hàng trong nghiên cứu này đã hệ số đường dẫn là 0,709 và giá trị t là 2,142. Giá trị t, lớn hơn 1,96, chứng tỏ rằng yếu tố Hình ảnh thương hiệu có ảnh hưởng nhưng mức độ không đáng kể đối với biến trung thành của khách hàng, do đó có thể kết luận rằng H5 trong nghiên cứu này được chấp nhận. Ngoài ra, hệ số đường dẫn dương cho thấy rằng Hình ảnh thương hiệu càng tốt, thì mức độ trung thành của khách hàng càng tăng. Kết quả này, được hỗ trợ bởi kết quả của nghiên cứu của (Omorieg & cộng sự, 2019), cho biết hình ảnh thương hiệu có tác động tích cực đáng kể đối với sự trung thành của khách hàng. Điều này tạo ra một cái nhìn tích cực về thương hiệu hoặc công ty, cải thiện hình ảnh thương hiệu và xây dựng mối quan hệ mạnh mẽ hơn với khách hàng. Khách hàng hài lòng có xu hướng duy trì trung thành, trở lại sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ và có khả năng cao hơn trong việc đưa ra các đề xuất tích cực cho người khác.

*Ảnh hưởng của Chất lượng dịch vụ - Sự hài lòng - Lòng trung thành:* Dựa trên phương pháp bootstrap được hiệu chỉnh sai số (sử dụng một mẫu bootstrap với 5.000 lượt). Kết quả cho thấy hiệu ứng gián tiếp của chất lượng dịch vụ có mối quan hệ tích cực và đáng kể đối với lòng trung thành thông qua sự hài lòng ( $\beta = 0,221$ ,  $p < 0,01$ ), ủng hộ cho giả thuyết H7. Tức là, có sự tồn tại của hiệu ứng trung gian của sự hài lòng thông qua đó sự ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến lòng trung thành của khách hàng. Nghiên cứu trước đó của Zameer & cộng sự (2019) cho thấy Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực nhưng đáng kể đối

---

với Sự trung thành của khách hàng, được trung gian thông qua Sự hài lòng của Khách hàng. Khi sự hài lòng của khách hàng làm trung gian giữa chất lượng dịch vụ và sự trung thành của khách hàng, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự trung thành của khách hàng là gián tiếp hoặc đáng kể. Chất lượng dịch vụ xuất sắc thường tăng cường sự hài lòng của khách hàng, mối liên hệ giữa sự hài lòng cao và sự trung thành mạnh mẽ luôn rõ ràng. Chất lượng dịch vụ có thể thực sự nâng cao sự hài lòng của khách hàng và sự hài lòng một mình là yếu tố quan trọng quyết định sự trung thành của khách hàng.

*Ảnh hưởng của Hình ảnh thương hiệu - Sự hài lòng - Lòng trung thành:* Dựa trên phương pháp bootstrap được hiệu chỉnh sai số (sử dụng một mẫu bootstrap với 5.000 lượt). Kết quả xác nhận hiệu ứng trung gian của sự hài lòng, cho thấy rằng hiệu ứng gián tiếp của hình ảnh thương hiệu có mối quan hệ tích cực và đáng kể đối với lòng trung thành thông qua sự hài lòng ( $\beta = 0.078$ ,  $p < 0.01$ ), ủng hộ cho giả thuyết H7. Tức là, những kết quả này cho thấy sự tồn tại của hiệu ứng trung gian của niềm tin vào thương hiệu thông qua đó sự gắn kết thương hiệu trên mạng xã hội ảnh hưởng đến lòng trung thành với thương hiệu.

## 6. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu đã kiểm tra mối liên kết giữa chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng của khách hàng và sự trung thành của khách hàng tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam. Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng mạnh mẽ về tính quan trọng của sự hài lòng vào lòng trung thành như một yếu tố trung gian. Khác biệt so với mối quan hệ trực tiếp giữa sự Chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, hay sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng ở các nghiên cứu trước đó (Arun & cộng sự, 2010). Kết quả nghiên cứu này gợi ra một mối liên kết lý thuyết của chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu với lòng trung thành thông qua sự hài lòng của khách hàng tại ngân hàng thương mại. 7 giả thuyết đề xuất trong mô hình nghiên cứu lý thuyết đều được ủng hộ, giúp hiểu sâu hơn về hành vi và lòng trung thành của khách hàng. Đây là cơ sở để các ngân hàng thương mại đề xuất các biện pháp tăng cường lòng trung thành của khách hàng: (1) Các ngân hàng thương mại cần đẩy mạnh chất lượng dịch vụ của mình điều này sẽ có tác động tích cực đối với sự sự hài lòng của khách hàng, có nghĩa là nếu chất lượng dịch vụ được cải thiện, sự hài lòng của các ngân hàng thương mại sẽ tăng và chính sự hài lòng của khách hàng tăng cũng sẽ làm cho lòng trung thành của khách hàng tại ngân hàng thương mại càng cao, (2) Chất lượng dịch vụ của các ngân hàng thương mại được cải thiện, khách hàng sẽ trung thành hơn tại các ngân hàng thương mại, (3) Khi các ngân hàng thương mại tăng cường được sự hài lòng của khách hàng thì sự trung thành của khách hàng cũng sẽ tăng lên, (4) Hình ảnh thương hiệu của ngân hàng thương mại có tác động tích cực đối với sự hài lòng của khách hàng vì vậy các ngân hàng thương mại cần có các biện pháp nâng cao hình ảnh thương hiệu. Tuy nhiên, hình ảnh thương hiệu tác động không đáng kể đối với lòng trung thành khi sự hài lòng được cải thiện.

Mặc dù nghiên cứu hiện tại đã có những đóng góp về mặt lý luận và thực tiễn, nhưng vẫn cũng có một số hạn chế như sau: do chỉ tập trung vào các ngân hàng thương mại, nên có thể không có tính phổ quát đối với tất cả các ngành khác như tài chính và mua sắm. Thứ hai, nghiên cứu này chỉ phân tích và kiểm tra mối liên kết giữa chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, sự hài lòng của khách hàng và lòng trung thành của khách hàng do đó, các nghiên cứu trong tương lai tác giả sẽ tập trung vào các yếu tố khác như sự tin tưởng, giá trị được nhận thức, và trải nghiệm thương hiệu.

## Tài liệu tham khảo

- Anderson, R. E. & Srinivasan, S. S. (2003), 'E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework', *Psychology & Marketing*, 20(2), 123-138.
- Arshad, T., Zahra, R. & Draz, U. (2016), 'Impact of customer satisfaction on image, trust, loyalty and the customer switching behavior in conventional and Islamic banking: Evidence from Pakistan', *American Journal of Business and Society*, 1(3), 154-165.
- Arun, K. S., Tamilmani, B., Mahalingam, S. & Vanjikovan, M. (2010), 'Influence of service quality on attitudinal loyalty in private retail banking: an empirical study', *The IUP Journal of Management Research*, 9(4), 21-38.
- Desiyanti, N. L., Sudja, I. N. & Martini, L. K. B. (2018), 'Effect of service quality on customer satisfaction, customer delight and customer loyalty (Study on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh)', *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(3), 20660-20668.
- Gustafsson, A., Johnson, M. D. & Inger, R. (2015), 'The effects of customer satisfaction, relationship commitment

- 
- dimensions, and triggers on customer retention', *American Marketing Association*, 13(2), 12-29.
- He, G., & Jun, L. (2010), 'Study of the Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavior Intention', 3rd International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, IEEE, Henan, China.
- Hussain, R., Nasser, A. A. & Hussain, Y. K. (2015), 'Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation', *Journal of Air Transport Management*, 42(1), 167-175.
- Kadir, A.R., Kamariah, N. & Saleh, A. (2017), 'The effect of role stress, job satisfaction, self-efficacy and nurses' adaptability on service quality in public hospitals of Wajo', *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(2), 184-202.
- Keh, H.T. & Lee, Y.H. (2006), 'Do reward programs build loyalty for services? The moderating effect of satisfaction on type and timing of rewards', *Journal of Retailing*, 82(2), 127-136
- Keller, K. L. (1993), 'Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity', *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018), *Principles of Marketing, 17th edition*, The University of Minnesota Libraries Publishing, USA.
- Murad, S. (2021), 'The effect of E-Retail on customer satisfaction: case study from Jordan', *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(5), 989-999.
- Ngô Đức Chiến (2020), 'Nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, giá trị nhận được, niềm tin, sự hài lòng, và lòng trung thành của khách hàng cá nhân trong ngành ngân hàng', *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, 16(2), 76-98.
- Ofori, K. S., Boateng, H., Okoe, A. F. & Gvozdanovic, I. (2017), 'Examining customers' continuance intentions towards internet banking usage', *Marketing Intelligence and Planning*, 35(6), 756-773.
- Omoriegbe, O. K., Addae, J. A., Coffie, S., Ampong, G. O. A. & Ofori, K. S. (2019), 'Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry', *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), 798-820.
- Padrón-Ávila, H., Croes, R. & Rivera, M. (2022), 'Activities, destination image, satisfaction and loyalty in a small island destination', *Tourism Review*, 77(1), 302-321.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985), 'A conceptual model of service quality and its implications for future research', *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Pérez, A. & Rodríguez del Bosque, I. (2015), 'Corporate social responsibility and customer loyalty: exploring the role of identification, satisfaction and type of company', *Journal of Services Marketing*, 29(1), 15-25.
- Perng, Y. H. (2007), 'A service quality improvement dynamic decision support system for refurbishment contractors', *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(7), 731-749.
- Pratiwi, N. E., & Robbian, D. (2022), 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di SMP IT Izzuddin Palembang', *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 50-58.
- Sani, I. (2024), 'The Impact of Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of PT Multicom Persada International Jakarta', *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(3), 475-485.
- Shamsudin, M. F., Yazid, M. F. M., Hasan, S. & Kadir, B. (2020), 'Review on service quality in fast food restaurant. Customer satisfaction as mediator', *Journal of Critical Reviews*, 7(16), 997-1006.
- Silalahi, S. L. B., Handayani, P. W. & Munajat, Q. (2017), 'Service quality analysis for online transportation services: Case study of GO-JEK', *Procedia Computer Science*, 124, 487-495.
- Tu, Y. T., Wang, C. M. & Chang, H. C. (2012), 'Corporate brand image and customer satisfaction on loyalty: An empirical study of Starbucks Coffee in Taiwan', *Journal of Social and Development Sciences*, 3(1), 24-32.
- Wu, C. C., Liao, S. H., Chen, Y. J. & Hsu, W. L. (2011), 'Service quality, brand image and price fairness impact on the customer satisfaction and loyalty', *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management, Singapore*, 1160-1164.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1996), 'The Behavioral Consequences of Service Quality', *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zameer, H., Wang, Y., Yasmeen, H. & Ahmed, W. (2019), 'Modeling the Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Building Service Brand Equity', *International Journal of Asian Business and Information Management*, 10(2), 55-72.

---

# LỰA CHỌN DỊCH VỤ TƯ VẤN ĐẦU TƯ CHỨNG KHOÁN VÀ CÁC HÀNH VI LỆCH LẠC CỦA NHÀ ĐẦU TƯ CÁ NHÂN: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TẠI SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**Nguyễn Thị Ngọc Loan**

*Trường Đại học Tài chính - Marketing*

*Email: nguyenloan@ufm.edu.vn*

**Nguyễn Thị Mỹ Linh**

*Trường Đại học Tài chính - Marketing*

*Email: ntmylinh@ufm.edu.vn*

**Phan Chung Thủy**

*Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh*

*Email: phanthuy@ueh.edu.vn*

Mã bài báo: JED-1455

Ngày nhận: 27/10/2023

Ngày nhận bản sửa: 10/01/2024

Ngày duyệt đăng: 31/01/2024

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.1455

## **Tóm tắt**

*Dựa trên cuộc khảo sát trực tuyến đối với các nhà đầu tư chứng khoán cá nhân tại sở giao dịch Thành phố Hồ Chí Minh, nghiên cứu xem xét các hành vi lệch lạc ảnh hưởng đến lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán. Bằng kỹ thuật phân tích hồi quy Probit và tính toán tác động cận biên, hành vi lệch lạc tự bảo vệ, hiệu ứng ngược vị thế và hiểu biết tài chính có ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, quá tự tin, lệch lạc tự bảo vệ có ảnh hưởng tích cực và hiểu biết tài chính có ảnh hưởng tiêu cực đến việc sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý hay ủy thác các quyết định cho nhà tư vấn. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để chúng tôi đề xuất các khuyến nghị cho nhà đầu tư, đơn vị cung ứng dịch vụ nhằm phát triển dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

**Từ khoá:** Hiệu ứng ngược vị thế, lệch lạc nhận thức muộn, tính toán cảm tính, quá tự tin, tư vấn đầu tư chứng khoán, lệch lạc tự quy kết.

**Mã JEL:** G02, G1, G2.

## **Choosing securities investment consulting services and individual investor misconduct: Empirical evidence at Ho Chi Minh city stock exchange**

### **Abstract:**

*Based on an online survey of experienced individual securities investors at Ho Chi Minh City Stock Exchange, this research examines how behavioral biases affect the choice of using securities investment advisory services. Through probit regression analysis and marginal effect calculations, the results show that self-enhancing bias, the reverse positioning effect, and financial literacy strongly influence the decision to use securities investment advisory services. In addition, overconfidence in financial knowledge and self-enhancing bias positively influence the decision, while financial literacy has a negative impact on the choice of using advisory services, whether for suggested or delegated decision-making. The findings serve as a basis for recommendations to investors and advisory service providers to enhance securities investment advisory services, contributing to the sustainable development of the Vietnamese securities market.*

**Keywords:** Disposition effect, hindsight bias, mental accounting, overconfidence, securities investment advisory, self-attribution bias.

**JEL code:** G02, G1, G2.

---

## 1. Giới thiệu

Nghiên cứu được thực nghiệm tại Việt Nam, một thị trường mới nổi với khối lượng giao dịch chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân ngày càng tăng ngay cả trong giai đoạn bị ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch Covid-19, số lượng tài khoản nhà đầu tư cá nhân mở mới tăng mạnh trong năm 2021 và 2022. Trường hợp này gây tò mò vì thực tế, theo nhận định của Công ty chứng khoán Công Thương thì thị trường luôn có khoảng 95% nhà đầu tư thua lỗ và chỉ 5% có lợi nhuận. Trong khi lý thuyết kinh tế và tài chính cổ điển cho rằng các cá nhân được cung cấp thông tin đầy đủ và hợp lý khi ra quyết định. Nhưng một số nhà đầu tư thường dễ bị ảnh hưởng bởi cảm xúc và hành vi lệch lạc nên phần lớn nhà đầu tư nắm giữ danh mục đầu tư kém đa dạng (Goetzmann & Kumar, 2008) và giao dịch thường xuyên hơn (Barber & cộng sự, 2000; Graham & cộng sự, 2009). Ngoài ra, các nhà đầu tư cá nhân thường bán các chứng khoán có lời quá sớm và giữ các chứng khoán thua lỗ quá lâu (Odean, 1998; Shefrin & Statman, 1985). Họ cũng có xu hướng quy kết thành công cho năng lực của họ nhưng lại đổ lỗi cho thị trường gây ra tổn thất đầu tư (Daniel & cộng sự, 1998; Gervais & cộng sự, 2001). Do đó, các nhà đầu tư có xu hướng thực hiện các giao dịch không mang lại lợi ích tốt nhất.

Các cố vấn tài chính có thể giúp khắc phục các hành vi lệch lạc và hạn chế tác động tiêu cực của chúng trong việc đa dạng hóa danh mục đầu tư (Hoechle & cộng sự, 2017; Kramer, 2011), giảm lệch lạc nội địa và địa phương (Kramer, 2011) và hiệu ứng ngược vị thế (Shapira & Venezia, 2001). Trên thực tế, ít nhà đầu tư tìm kiếm tư vấn (Bhattacharya & cộng sự, 2012); hơn nữa, khi được tư vấn tài chính, họ hiếm khi tuân theo các khuyến nghị và tiếp tục bộc lộ hành vi đầu tư lệch lạc (Bachmann & Hens, 2015). Một số nghiên cứu ít lạc quan hơn về mức độ hỗ trợ của cố vấn tài chính, chẳng hạn, Mullainathan & cộng sự (2012) cho rằng các cố vấn tài chính không thể làm giảm hành vi lệch lạc của khách hàng và thậm chí củng cố thêm nếu chúng mang lại lợi ích cho các cố vấn.

Dù có nhiều tranh luận, nhưng không thể phủ nhận vai trò của tư vấn đầu tư chứng khoán. Hơn nữa, dù có các nghiên cứu chỉ ra những tác động tiêu cực của các hành vi đầu tư không hợp lý nhưng tại Việt Nam chưa có nhiều nghiên cứu xem xét ảnh hưởng của các lệch lạc hành vi đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán. Vì vậy cần thiết nghiên cứu nhiều hơn để hiểu thêm về đặc điểm hành vi của nhà đầu tư chứng khoán cá nhân.

Từ khoảng trống nghiên cứu này, chúng tôi tiến hành phân tích mối quan hệ giữa các hành vi lệch lạc với sự lựa chọn sử dụng và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán. Thông qua khảo sát trực tuyến trong quý 1 năm 2022, nghiên cứu xác định một số hành vi lệch lạc như: (1) Quá tự tin (Overconfidence); (2) Lệch lạc tự quy kết (Self-attribution bias); (3) Tính toán cảm tính (Mental accounting bias); (4) Hiệu ứng ngược vị thế (disposition effect); (5) Lệch lạc nhận thức muộn (hindsight bias). Ngoài ra, nghiên cứu có thêm biến kiểm soát gồm hiểu biết tài chính, mức chấp nhận rủi ro, kinh nghiệm đầu tư, tần suất giao dịch và nhân khẩu - xã hội học. Kết quả nghiên cứu sẽ làm sáng tỏ ảnh hưởng của lệch lạc hành vi trong lựa chọn sử dụng và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán. Từ kết quả, nghiên cứu sẽ gợi ý giải pháp liên quan đến nhà đầu tư và các đơn vị cung ứng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán ở Việt Nam.

Phần còn lại của bài viết gồm tổng quan nghiên cứu được tác giả trình bày ở phần 2. Trong phần 3, bài viết thảo luận về bộ dữ liệu và xây dựng các biến chính. Bài viết tiếp tục phân tích hồi quy probit để đánh giá sự ảnh hưởng của các hành vi lệch lạc đến sự lựa chọn sử dụng và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán ở phần 4. Cuối cùng, phần 5 kết luận và thảo luận về ý nghĩa của bài viết đối với nhà đầu tư cá nhân, các đơn vị cung ứng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán và các nhà nghiên cứu.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

### 2.1. Các hành vi lệch lạc

Các lý thuyết kinh tế và tài chính cho rằng các cá nhân có đầy đủ thông tin và luôn hợp lý khi ra quyết định, nhưng một số nhà đầu tư thường dễ bị ảnh hưởng bởi những lệch lạc về cảm xúc và nhận thức. Trên thế giới, có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của các hành vi lệch lạc đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn để ra quyết định đầu tư chứng khoán. Những người quá tự tin ít tư vấn tài chính (Kramer, 2016) vì đánh giá quá cao kiến thức tài chính của mình (Lusardi & Mitchell, 2007; Porto & Jian Xiao, 2016). Tương tự, nhà đầu tư chứng khoán thích tự ra quyết định thường quá tự tin hơn so với những người lựa chọn sử dụng dịch

---

vụ tư vấn (Hsu, 2021). Cá nhân quá tự tin có nhu cầu tư vấn thấp hơn (Gentile & cộng sự, 2016) và nhận thức rủi ro kém hơn (McCannon & cộng sự, 2012). Nhà đầu tư lệch lạc tự bảo vệ hoặc tính toán cảm tính có xu hướng lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn để ra quyết định đầu tư chứng khoán nhiều hơn (Hsu, 2021). Lệch lạc nhận thức muộn khiến nhà đầu tư gánh chịu rủi ro vượt quá giới hạn (Pezzo & Beckstead, 2008; Pompian, 2006). Nhận thức muộn ảnh hưởng đến cách phân bổ danh mục đầu tư nên khiến nhà đầu tư gặp rủi ro (Monti & Legrenzi, 2000). Nhà đầu tư thường bán các khoản đầu tư có lời quá sớm và nắm giữ tài sản bị thua lỗ quá lâu (Odean, 1998; Shefrin & Statman, 1985) gọi là hiệu ứng ngược vị thế bởi lẽ họ e ngại hiện thực hóa khoản lỗ và kỳ vọng sắp tới giá sẽ tăng trở lại. Cổ vấn tài chính có thể cải thiện hành vi lệch lạc này.

## **2.2. Các yếu tố khác**

Các nghiên cứu trước chỉ ra mâu thuẫn trong mối quan hệ giữa hiểu biết tài chính và nhu cầu tư vấn tài chính. Các nghiên cứu phát hiện mối quan hệ tiêu cực (Hsu, 2021; Kramer, 2016) và quan hệ tích cực (Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Rabbani & cộng sự, 2021) giữa chúng. Hơn nữa, nhà đầu tư ít hiểu biết thường tự đánh giá cao năng lực, dẫn đến ít tìm kiếm tư vấn (Collins, 2012; Kruger & Dunning, 1999). Nhà đầu tư có hiểu biết tài chính cao thích tư vấn ở mức gợi ý hơn so với mức độ ủy thác quyết định (Hsu, 2021). Ngược lại, hiểu biết tài chính không có ảnh hưởng đáng kể mức độ sử dụng tư vấn gợi ý hay ủy thác (Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023).

Bên cạnh đó, các nghiên cứu đã chỉ ra mức chấp nhận rủi ro có quan hệ nghịch (Kramer, 2016; Rabbani & cộng sự, 2021) và quan hệ thuận (Barthel & Lei, 2021) với nhu cầu tư vấn tài chính. Các nghiên cứu trước đã xác định các yếu tố ảnh hưởng nhất quán đến hành vi sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính như tuổi, giới tính, hôn nhân, sự giàu có và thu nhập, học vấn, kiến thức tài chính và các biến cố tiêu cực trong cuộc sống (Fan, 2020; Ford & cộng sự, 2020). Nhu cầu tư vấn tài chính có xu hướng gắn liền với thu nhập và sự giàu có (Hanna, 2011; Rengert & Rhine, 2016), giáo dục (Elmerick & cộng sự, 2002; Hanna, 2011), nữ (Bluethgen & cộng sự, 2008), đã kết hôn (Joo & Grable, 2001), và tuổi (Fan, 2021; Hanna, 2011). Hackethal & cộng sự (2012) cho rằng kinh nghiệm đầu tư có quan hệ thuận với nhu cầu tư vấn tài chính. Thu nhập hoặc học vấn không ảnh hưởng đến tìm kiếm lời khuyên (Bachmann & Hens, 2015; Hsu, 2021).

Theo Hsu (2021), nhà đầu tư ở tuổi trung niên hoặc nam giới ít tư vấn hơn và có xu hướng đầu tư tự chủ hơn là ủy thác. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự (2023) cho thấy so với nhóm có thu nhập dưới 8 triệu đồng thì nhóm có thu nhập từ 8 đến dưới 16 triệu có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư tại sở giao dịch thành phố Hồ Chí Minh.

Từ lược khảo nghiên cứu trước cho thấy, hầu hết các nghiên cứu về hành vi lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn để ra quyết định đầu tư chứng khoán đều được thực hiện ở nước ngoài như Hà Lan, Đài Loan, ... Trong bối cảnh thị trường chứng khoán ở Việt Nam nói chung và thành phố Hồ Chí Minh nói riêng, đánh giá các lệch lạc hành vi ảnh hưởng đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán là cần thiết và có ý nghĩa.

## **3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu**

### **3.1. Mẫu nghiên cứu**

Dữ liệu được thu thập từ cuộc khảo sát trực tuyến các nhà đầu tư chứng khoán tại sàn giao dịch thành phố Hồ Chí Minh trong quý 1 năm 2022, bảng hỏi được thiết kế sẵn và gửi đi thông qua nền tảng Unipark ([www.unipark.de](http://www.unipark.de)). Mất khoảng 30 phút để hoàn thành, gồm ba phần: (a) đo lường các hành vi lệch lạc, (b) thước đo hiểu biết tài chính và hoạt động giao dịch chứng khoán, (c) đánh giá nhân khẩu học. Mẫu ban đầu gồm 908 người, loại 16 người do thời gian hoàn thành khảo sát quá dài và các câu trả lời có giá trị quá cao. Từ mẫu còn lại gồm 892 người, nghiên cứu chọn một mẫu con 255 người có đầu tư chứng khoán để phân tích sâu hơn.

### **3.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

#### **3.2.1. Lựa chọn sử dụng và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán**

Biến phụ thuộc “lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán” được mã hóa “1” nếu có sử dụng và “0” nếu không có.

Vì hành vi sử dụng dịch vụ tư vấn có thể khác nhau giữa các nhà đầu tư, phụ thuộc vào mức độ mà các nhà tư vấn tham gia vào quyết định đầu tư của họ (Bachmann & Hens, 2015; Hsu, 2021). Vì vậy, để đánh

---

giá rõ thêm, chúng tôi hỏi người tham gia câu hỏi được sử dụng bởi Bachmann & Hens (2015): “Câu nào sau đây mô tả chính xác nhất việc bạn sẵn sàng ủy thác các quyết định tài chính cho tư vấn tài chính hiện tại của mình?”. Để tránh khó khăn khi ước lượng, chúng tôi gộp các câu trả lời và mã hóa “1” = có tư vấn nhưng tự quyết định, “2” = ủy thác một phần nhỏ danh mục đầu tư, và “3” = ủy thác toàn bộ hoặc phần lớn quyết định.

### 3.2.2. Các hành vi lệch lạc

Các nghiên cứu trước đã phát hiện quá tự tin ảnh hưởng tiêu cực đến sử dụng tư vấn tài chính (Gentile & cộng sự, 2016; Hsu, 2021; Kramer, 2011) và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn (Hsu, 2021). Trong đầu tư, quá tự tin có thể dẫn đến giao dịch quá mức, đa dạng hóa kém và chịu nhiều rủi ro (McCannon & cộng sự, 2012; Merkle, 2017). Quá tự tin về hiểu biết tài chính được đo lường như các nhà nghiên cứu trước (Allgood & Walstad, 2016; Kramer, 2016). Quá tự tin có (i) sự chắc chắn thái quá (Certainty overconfidence) được mã hoá “1” = “Có” nếu điểm của hiểu biết tài chính tự đánh giá cao hơn điểm của hiểu biết tài chính được đo lường, và “0” = “Không” nếu ngược lại; (ii) dự đoán quá tự tin (Prediction overconfidence) được mã hoá “1” = “Có” nếu điểm của hiểu biết tài chính tự đánh giá cao hơn điểm hiểu biết tài chính trung bình của những người khác và “0” = “Không” nếu ngược lại.

*Giả thuyết H1a và H1b: sự chắc chắn thái quá và dự đoán quá tự tin có ảnh hưởng tiêu cực đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

Các cá nhân có xu hướng ghi nhận năng lực của mình cho những thành công trong quá khứ và đổ lỗi cho những thất bại là do ngẫu nhiên hoặc ảnh hưởng từ bên ngoài (Doukas & Petmezas, 2007; Hoffmann & Post, 2014; Miller & Ross, 1975) gọi là lệch lạc tự quy kết, điều này dẫn đến các chiến lược đầu tư quá tự tin và kém thận trọng (Hirshleifer, 2001). Lệch lạc tự quy kết được tách thành hai thành phần: (i) lệch lạc tự đề cao (Self-enhancement bias), đề cập đến sự quy kết thành công trong quá khứ và (ii) tự bảo vệ (Self-protection bias); đề cập đến sự quy kết thất bại trong quá khứ. Hsu (2021) cho thấy lệch lạc tự bảo vệ có ảnh hưởng tích cực với nhu cầu sử dụng dịch vụ tư vấn, lệch lạc tự đề cao cũng có ảnh hưởng tích cực nhưng không đáng kể. Nghiên cứu này sử dụng câu hỏi khảo sát dựa vào các nghiên cứu trước (Hsu, 2021; Pompian, 2011; Rieger & cộng sự, 2020). Lệch lạc tự đề cao được mã hoá “1” = “Có” khi người trả lời chọn đáp án 1 hoặc 2 cho câu hỏi “Đâu là nguyên nhân khi lợi nhuận đầu tư của Anh/Chị tăng lên?” và “0” = “Không” nếu không phải. Lệch lạc tự bảo vệ được mã hoá từ “1” = “Có” nếu người trả lời chọn đáp án 2 hoặc 3 cho câu hỏi “Đâu là nguyên nhân khi Anh/Chị gặp thua lỗ trong đầu tư?” và “0” = “Không” nếu không phải.

*Giả thuyết H2a và H2b: Lệch lạc tự đề cao và tự bảo vệ có ảnh hưởng tích cực đến sự lựa chọn dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

Theo Hsu (2021), tính toán cảm tính có quan hệ tích cực với việc sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính. Tính toán cảm tính được đo lường dựa trên hai câu hỏi được sử dụng bởi các nghiên cứu trước (Hsu, 2021; Pompian, 2011; Rieger & cộng sự, 2020), mỗi câu hỏi là giả định mua một món hàng ở cửa hàng gần nhà với mức giá khác nhau và cả hai món hàng được chiết khấu cùng một số tiền nhưng phải di chuyển đến cửa hàng xa hơn, người tham gia trả lời có hoặc không đồng ý mua với giá chiết khấu ở mỗi câu hỏi. Tính toán cảm tính được mã hoá là “1” = “Có” nếu câu trả lời khác nhau cho hai câu hỏi và “0” = “Không” nếu ngược lại.

*Giả thuyết H3: Tính toán cảm tính có quan hệ tích cực với sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

Biais & Weber (2009) đã kết hợp lệch lạc nhận thức muộn vào mô hình tài chính và phát hiện ra các cá nhân có nhận thức muộn đánh giá thấp sự biến động. Theo Tversky & Kahneman (1974) thì kinh nghiệm sống của nhà đầu tư có thể được sử dụng nhưng lại dễ dẫn đến những lệch lạc trong đầu tư, và một trong những lệch lạc đó là nhận thức muộn dẫn đến hiệu suất đầu tư kém. Thị trường có thể giảm bớt nhưng không loại bỏ được lệch lạc nhận thức muộn (Camerer & cộng sự, 1989) dẫn đến nhận thức về rủi ro thấp và hiệu quả hoạt động kém (Biais & Weber, 2009), tạo ra hậu quả tồi tệ của các quyết định đầu tư (Hussain & cộng sự, 2013), làm méo mó quyết định đầu tư và chịu rủi ro quá mức do khả năng dự đoán sai về sự kiện (Pezzo & Beckstead, 2008; Pompian, 2006; Tavor, 2013), và ảnh hưởng đến cách phân bổ danh mục và khiến nhà đầu tư gặp rủi ro (Monti & Legrenzi, 2000). Trong nghiên cứu này, nhận thức muộn được đo lường dựa trên câu hỏi của Rieger & cộng sự (2020) và được mã hoá “1” = “Có” chọn đáp án 1 hoặc 2 cho câu hỏi “Cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 có dễ dự báo hay không?” và “0” = “Không” nếu không phải.



*Giả thuyết H4: Lệch lạc nhận thức muộn được kỳ vọng có quan hệ tiêu cực với sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

Hiệu ứng ngược vị thế là một hành vi phi lý phổ biến mà nhà đầu tư bộc lộ trên thị trường chứng khoán (Ho, 2011), là hiện tượng các nhà đầu tư bán các khoản đầu tư có lời quá sớm để chốt lời và nắm giữ tài sản bị thua lỗ quá lâu (Odean, 1998; Shefrin & Statman, 1985) bởi họ e ngại việc hiện thực hóa khoản lỗ và kỳ vọng giá sẽ tăng lại, dẫn đến hiệu quả đầu tư kém. Hiệu ứng ngược vị thế được đo lường qua câu hỏi của các nghiên cứu trước và được mã hoá “1” = “Có” nếu trả lời bán cổ phiếu A nhiều hơn B cho câu hỏi “Anh/Chị đã mua 2 cổ phiếu: Cổ phiếu A mua với giá 150.000 đồng, giá hiện tại là 200.000 đồng. Cổ phiếu B mua với giá 250.000 đồng, giá hiện tại là 200.000 đồng. Anh/Chị sở hữu 100 cổ phiếu A và 100 cổ phiếu B. Để có 20.000.000 đồng nên cần bán 100 cổ phiếu thì sẽ phân bổ số lượng cổ phiếu cần bán ra sao giữa A và B?” và “0” = “Không” nếu không phải.

*Giả thuyết H5: Hiệu ứng ngược vị thế được kỳ vọng có quan hệ tích cực với sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán.*

### 3.2.3. Các yếu tố khác

Hiểu biết tài chính có thể giải thích lý do nhà đầu tư sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính. Người hiểu biết tài chính cao có nhiều khả năng sử dụng dịch vụ vì họ biết lợi ích nhận được. Đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa hiểu biết tài chính và tư vấn tài chính (Burke & Hung, 2021; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Rabbani & cộng sự, 2021). Hiểu biết tài chính được đo lường qua ba câu hỏi kiến thức tài chính cơ bản được phát triển bởi Lusardi & Mitchell (2007), gồm tỷ suất sinh lời, lạm phát và đa dạng hóa rủi ro. Các câu hỏi được đo lường đúng hay sai. Sau đó, mã hóa “0” = “hiểu biết tài chính thấp” nếu số câu trả lời đúng ở mức trung bình trở xuống, và “1” = “hiểu biết tài chính cao” nếu ngược lại.

Như nghiên cứu khác, mức chấp nhận rủi ro, kinh nghiệm đầu tư, tần suất giao dịch và nhân khẩu học làm biến kiểm soát. Các nghiên cứu chỉ ra quan hệ thuận hoặc nghịch của mức chấp nhận rủi ro và khuynh hướng tiếp cận dịch vụ tư vấn (Kramer, 2016; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Rabbani & cộng sự, 2021). Tuổi tác, học vấn và thu nhập cũng giải thích hành vi sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính (Barthel & Lei, 2021; Kramer, 2016; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023).

Mức chấp nhận rủi ro có điểm từ “0” đến “10” qua câu hỏi: “Nhìn chung, bạn là người chấp nhận rủi ro hay cố gắng tránh rủi ro?”, sau đó nhóm lại và mã hoá “1” mức chấp nhận rủi ro thấp hơn trung bình và “2” là cao hơn trung bình. Kinh nghiệm đầu tư được dựa vào thời gian đầu tư, phân bổ chứng khoán và lịch sử giao dịch. Tần suất giao dịch dựa vào số lần giao dịch trong 3 tháng qua. Giới tính được mã hóa “0” cho nữ và “1” cho nam. Hôn nhân được mã hóa “0” chưa kết hôn hoặc khác và “1” đã kết hôn. Tuổi dưới 30 được mã hóa “1”; “2” từ 30 đến dưới 39; và “3” từ 40 trở lên. Học vấn gồm: 1 = trung học phổ thông trở xuống; 2 = Cao đẳng/Đại học; và 3 = Thạc sĩ/Tiến sĩ. Thu nhập (triệu đồng) vì mẫu khảo sát có 56% có thu nhập dưới 8 triệu đồng nên mã hoá: 1 = dưới 8; 2 = 8 đến dưới 16; và 3 = 16 trở lên.

### 3.2.4. Mô hình nghiên cứu

Hàm hồi quy: 
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_i + \epsilon \quad (1)$$

Trong đó:

**Y:** là biến phụ thuộc “lựa chọn dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán” và “mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán”.

**X<sub>i</sub>:** Các biến độc lập: Quá tự tin (gồm sự chắc chắn thái quá; dự đoán quá tự tin); Lệch lạc tự quy kết (gồm tự đề cao và tự bảo vệ); Tính toán bất hợp lý; Hiệu ứng ngược vị thế; Lệch lạc nhận thức muộn. Các biến kiểm soát: Hiểu biết tài chính; Mức chấp nhận rủi ro; Kinh nghiệm đầu tư; Tần suất giao dịch; Giới tính; Hôn nhân; Tuổi; Học vấn; Thu nhập.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1 tóm tắt các thông kê chính của mẫu. Mẫu có học vấn tương đối cao, hơn 60% có một bằng đại học. Độ tuổi còn trẻ, hầu hết dưới 30 (72%) và chưa kết hôn (78%). Nam chiếm 53% mẫu. Phân nửa mẫu có thu nhập hàng tháng dưới 8 triệu đồng (56%). Có 61% sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính, và trong đó có 77% ỳ

thác một phần hoặc toàn bộ các quyết định đầu tư cho tư vấn.

**Bảng 1: Phân tích mô tả**

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình/ Tỷ lệ	Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình/ Tỷ lệ
<b>Hành vi tìm kiếm dịch vụ tư vấn:</b>			<b>Hiểu biết tài chính và hoạt động giao dịch:</b>		
<b>Sự lựa chọn sử dụng dịch vụ</b>			<b>Hiểu biết tài chính</b>		
Không	100	39%	Thấp	100	39,22%
Có	155	61%	Cao	155	60,78%
<b>Mức độ sử dụng dịch vụ</b>			<b>Kinh nghiệm đầu tư</b>		
Mức 1: Sử dụng dịch vụ nhưng tự quyết định toàn bộ	36	23%	Dưới 1 năm	129	50,59%
Mức 2: Ủy thác một phần nhỏ cho tư vấn tài chính	107	69%	Từ 1 đến 2 năm	67	26,27%
Mức 3: Ủy thác phần lớn hoặc toàn bộ các quyết định cho tư vấn tài chính	12	8%	Từ 3 đến 4 năm	31	12,16%
<b>Các hành vi lệch lạc:</b>			>5 năm	28	10,98%
<b>Quá tự tin</b>			<b>Tần suất giao dịch</b>		
<b>Sự chắc chắn thái quá</b>			Không có lần nào	70	27,45%
Không	171	67,06%	0-1 lần/tháng	77	30,20%
Có	84	32,94%	2-3 lần/tháng	39	15,29%
<b>Dự đoán quá tự tin</b>			0-1 lần/tuần	22	8,63%
Không	195	76,47%	2-3 lần/tuần	28	10,98%
Có	60	23,53%	>= 4 lần/tuần	11	4,31%
<b>Lệch lạc tự quy kết</b>			>= 1lần/ngày	8	3,14%
<b>Tự đề cao</b>			<b>Nhân khẩu – xã hội học:</b>		
Không	17	6,67%	<b>Giới tính</b>		
Có	238	93,33%	Nữ	120	47%
<b>Tự bảo vệ</b>			Nam	135	53%
Không	100	39,22%	<b>Độ tuổi</b>		
Có	155	60,78%	< 30	184	72%
<b>Lệch lạc nhận thức muộn</b>			30 - 39	52	20%
Không	91	35,69%	> 40	19	8%
Có	164	64,31%	<b>Kết hôn</b>		
<b>Tính toán cảm tính</b>			Không	199	78%
Không	170	66,67%	Đã	56	22%
Có	85	33,33%	<b>Trình độ học vấn</b>		
<b>Hiệu ứng ngược vị thế</b>			Từ THPT trở xuống	100	39%
Không	162	63,53%	Cao đẳng/Đại học	129	51%
Có	93	36,47%	Thạc sĩ/Tiến sĩ	26	10%
<b>Các biến tâm lý:</b>			<b>Thu nhập (triệu đồng)</b>		
<b>Mức chấp nhận rủi ro</b>			Dưới 8	141	56%
Thấp hơn trung bình	113	44,31%	Từ 8 đến dưới 16	57	22%
Cao hơn trung bình	142	55,69%	Từ 16 trở lên	57	22%

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

## 4.2. Kết quả hồi quy

### 4.2.1. Ảnh hưởng của các hành vi lệch lạc đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán

**Bảng 2: Sự lựa chọn sử dụng, mức độ sử dụng dịch vụ đầu tư chứng khoán và các lệch lạc hành vi**

Biến	Sự lựa chọn dịch vụ	Tác động cận biên (2)	Mức độ sử dụng	Tác động cận biên		
	Hồi quy probit (1)		Hồi quy ordered probit (3)	Mức 1 (4)	Mức 2 (5)	Mức 3 (6)
Sự chắc chắn thái quá	0,212 (0,239)	0,072 (0,079)	-0,485 (0,300)	0,135 (0,085)	-0,079 (0,054)	-0,056* (0,034)
Dự đoán quá tự tin	-0,149 (0,217)	-0,051 (0,076)	0,618** (0,283)	-0,146*** (0,058)	0,052** (0,023)	0,094* (0,052)
Tự đề cao	0,608 (0,383)	0,218 (0,135)	-0,359 (0,577)	0,086 (0,120)	-0,032 (0,022)	-0,054 (0,103)
Tự bảo vệ	0,338* (0,178)	0,118* (0,062)	0,423* (0,234)	-0,118* (0,067)	0,071 (0,045)	0,048* (0,026)
Nhận thức muộn	-0,080 (0,189)	-0,027 (0,064)	-0,162 (0,228)	0,043 (0,059)	-0,022 (0,030)	-0,021 (0,030)
Tính toán cảm tính	-0,035 (0,191)	-0,012 (0,066)	-0,121 (0,235)	0,033 (0,065)	-0,018 (0,037)	-0,015 (0,029)
Hiệu ứng ngược vị thế	0,386** (0,186)	0,131** (0,061)	-0,010 (0,227)	0,003 (0,061)	-0,001 (0,033)	-0,001 (0,028)
Hiểu biết tài chính	0,611*** (0,240)	0,210*** (0,079)	-0,664** (0,294)	0,164** (0,066)	-0,071** (0,031)	-0,094* (0,048)
Mức chấp nhận rủi ro	0,027 (0,175)	0,009 (0,060)	0,276 (0,224)	-0,074 (0,060)	0,041 (0,035)	0,034 (0,027)
Kinh nghiệm đầu tư						
<i>Dưới 1 năm</i>						
<i>Từ 1 đến 2 năm</i>	0,042 (0,212)	0,014 (0,072)	0,149 (0,262)	-0,133 (0,075)	0,021 (0,036)	0,019 (0,034)
<i>Từ 3 đến 4 năm</i>	-0,090 (0,306)	-0,034 (0,107)	0,589 (0,390)	-0,133* (0,075)	0,038 (0,028)	0,095 (0,077)
<i>&gt; 5 năm</i>	-0,070 (0,321)	-0,024 (0,112)	-0,452 (0,389)	0,142 (0,128)	-0,104 (0,103)	-0,038 (0,028)
Tần suất giao dịch						
<i>Không có lần nào</i>						
<i>0-1 lần/tháng</i>	-0,160 (0,229)	-0,056 (0,079)	0,536* (0,288)	-0,144* (0,077)	0,077* (0,047)	0,067* (0,039)
<i>2-3 lần/tháng</i>	-0,087 (0,278)	-0,030 (0,096)	0,038 (0,332)	-0,012 (0,102)	0,008 (0,072)	0,003 (0,030)
<i>0-1 lần/tuần</i>	0,261 (0,351)	0,085 (0,111)	0,238 (0,411)	-0,070 (0,116)	0,045 (0,072)	0,024 (0,046)
<i>2-3 lần/tuần</i>	-0,146 (0,305)	-0,051 (0,107)	0,344 (0,384)	-0,098 (0,104)	0,060 (0,060)	0,038 (0,048)
<i>&gt;= 4 lần/tuần</i>	0,435 (0,481)	0,137 (0,138)	0,493 (0,571)	-0,134 (0,137)	0,074 (0,059)	0,060 (0,087)
<i>&gt;= 1lần/ngày</i>	0,782 (0,600)	0,223 (0,137)	0,680 (0,607)	-0,173 (0,126)	0,080* (0,045)	0,093 (0,111)
Giới tính (nam)	0,133 (0,175)	0,046 (0,060)	-0,376* (0,217)	0,100* (0,057)	-0,053* (0,031)	-0,047 (0,029)
Độ tuổi						
<i>&lt; 30</i>						
<i>30 - 39</i>	-0,879*** (0,321)	-0,304*** (0,100)	-0,430 (0,425)	0,123 (0,128)	-0,076 (0,090)	-0,047 (0,041)

> 40	-0,570 (0,471)	-0,197 (0,162)	-0,587 (0,566)	0,174 (0,182)	-0,116 (0,142)	-0,058 (0,044)
Đã kết hôn	0,363 (0,302)	0,119 (0,093)	0,184 (0,357)	-0,048 (0,089)	0,023 (0,039)	0,024 (0,050)
Trình độ học vấn Từ trung học phổ thông trở xuống						
Cao đẳng/Đại học	-0,331 (0,205)	-0,114* (0,070)	0,050 (0,259)	-0,013 (0,069)	0,007 (0,036)	0,006 (0,033)
Thạc sĩ/Tiến sĩ	0,289 (0,386)	0,090 (0,114)	-0,200 (0,471)	0,057 (0,138)	-0,035 (0,090)	-0,022 (0,048)
Thu nhập (triệu đồng)						
Dưới 8						
Từ 8 đến dưới 16	0,286 (0,255)	0,098 (0,085)	0,383 (0,323)	-0,097 (0,078)	0,045 (0,034)	0,052 (0,049)
Từ 16 trở lên	0,472* (0,268)	0,157* (0,084)	0,121 (0,342)	-0,034 (0,093)	0,019 (0,052)	0,014 (0,041)
N	255	255	155	155	155	155

Ghi chú: \*  $p < 0,10$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*\*\*  $p < 0,01$ .

Cột (1) và (2) ở Bảng 2 báo cáo tác động cận biên từ mô hình hồi quy binary probit. Lệnh lạc tự bảo vệ có ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn, phù hợp với nghiên cứu của Hsu (2021), giả thuyết H2b được ủng hộ, điều này cho thấy các nhà đầu tư có xu hướng đánh giá thấp sự thất bại của bản thân và đổ lỗi cho nhà tư vấn khi kết quả đầu tư tiêu cực. Tương tự, hiệu ứng ngược vị thế cũng có ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ, nhà đầu tư thường bán chứng khoán lời sớm và nắm giữ chứng khoán thua lỗ lâu sẽ có xu hướng sử dụng dịch vụ tư vấn nhiều hơn, giả thuyết H5 được ủng hộ. Tuy nhiên, không như kỳ vọng, sự chắc chắn thái quá, lệnh lạc tự đề cao có tác động tích cực trong khi dự đoán quá tự tin, lệnh lạc nhận thức muộn và tính toán cảm tính có ảnh hưởng tiêu cực nhưng không đáng kể đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn. Các giả thuyết H1a, H1b, H2a, H3, H4 không được ủng hộ. Bên cạnh đó, hiểu biết tài chính cũng có ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ, phù hợp với các nghiên cứu trước đây về tác động tích cực của hiểu biết tài chính đối với việc sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính (Rabbani & cộng sự, 2021; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Hsu, 2021). So với nhóm dưới 30 tuổi, nhóm trên 30 tuổi ít sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính hơn, phù hợp với nghiên cứu trước (Fan, 2021; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Hsu, 2021). Theo Hanna (2011), Rengert & Rhine (2016), việc sử dụng dịch vụ tư vấn tài chính gắn liền với thu nhập và sự giàu có. Trong nghiên cứu này, so với thu nhập dưới 8 triệu đồng thì trên 16 triệu đồng sử dụng dịch vụ nhiều hơn. Các biến còn lại không có ảnh hưởng đáng kể. Các biến đều có hệ số phóng đại phương sai (VIF) nhỏ hơn 5, mô hình không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

#### 4.2.2. Ảnh hưởng của các hành vi lệch lạc đến mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán

Cột (3), (4), (5) và (6) ở Bảng 2 tóm tắt tác động cận biên từ mô hình hồi quy ordered probit. Kết quả, nhà đầu tư dự đoán quá tự tin có nhiều khả năng sử dụng dịch vụ ở mức độ ủy thác quyết định (mức 2 và 3) cho tư vấn. Nhà đầu tư có lệnh lạc tự bảo vệ có xu hướng ủy thác quyết định nhiều hơn. Kết quả phù hợp với nghiên cứu trước (Hsu, 2021) và điều này cho thấy nhà đầu tư có xu hướng đánh giá thấp sự thất bại của mình, né tránh nhận trách nhiệm khi thất bại và đổ lỗi cho tư vấn khi kết quả đầu tư xấu. Người có sự chắc chắn thái quá, lệnh lạc tự đề cao, nhận thức muộn, tính toán cảm tính và hiệu ứng ngược vị thế có xác suất sử dụng dịch vụ tư vấn gợi ý (mức 1) cao hơn, tuy nhiên kết quả này không rõ ràng. Bên cạnh đó, phù hợp với phát hiện của Hsu (2021), nhà đầu tư có hiểu biết tài chính cao sẽ sử dụng dịch vụ tư vấn gợi ý nhiều hơn so với ủy thác. Ngoài ra, so với những người không thực hiện giao dịch trong 3 tháng qua thì người giao dịch từ 0-1 lần/tháng sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý nhiều hơn ủy thác. Nam chọn sử dụng dịch vụ gợi ý nhiều hơn nữ. So với thu nhập dưới 8 triệu đồng thì người có thu nhập trên 16 triệu đồng có xu hướng tìm kiếm tư vấn nhiều hơn. Thu nhập cao hoặc học vấn cao không ảnh hưởng đến mức độ sử dụng, phù hợp với phát hiện của Hsu (2021). Các yếu tố còn ảnh hưởng không đáng kể.

---

## 5. Kết luận và khuyến nghị

Bằng cách kiểm tra ảnh hưởng của hành vi lệch lạc đến sự lựa chọn sử dụng và mức độ sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư cá nhân tại sở giao dịch thành phố Hồ Chí Minh, kết quả cho thấy nhà đầu tư dự đoán quá tự tin có ảnh hưởng tiêu cực nhưng không rõ ràng đến sự lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn. Tuy nhiên, lại có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến mức độ tư vấn, cụ thể, nhà đầu tư có nhiều khả năng lựa chọn sử dụng dịch vụ ở mức ủy thác cho tư vấn nhiều hơn so với sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý. Nhà đầu tư có lệch lạc tự bảo vệ có xu hướng lựa chọn sử dụng dịch vụ nhiều hơn và sử dụng dịch vụ ở mức ủy thác nhiều hơn so với mức gợi ý. Với hiệu ứng ngược vị thế và lệch lạc tự đề cao thì nhà đầu tư có nhiều khả năng lựa chọn sử dụng dịch vụ tư vấn hơn, đồng thời sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý nhiều hơn so với ủy thác, tuy nhiên ảnh hưởng của hiệu ứng ngược vị thế đến ba mức độ sử dụng dịch vụ không mạnh mẽ. Các hành vi lệch lạc khác không có ảnh hưởng rõ ràng.

Hiểu biết tài chính cao thì nhiều khả năng sử dụng dịch vụ tư vấn hơn, phù hợp nghiên cứu trước (Kramer, 2016; Nguyễn Thị Ngọc Loan & cộng sự, 2023; Rabbani & cộng sự, 2021) và sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý nhiều hơn so với ủy thác, phù hợp với Hsu (2021). Ngoài ra, so với người không thực hiện giao dịch chứng khoán trong 3 tháng qua thì người giao dịch mỗi tháng một lần và nam giới sử dụng dịch vụ ở mức gợi ý nhiều hơn so với ủy thác. So với thu nhập dưới 8 triệu đồng thì trên 16 triệu đồng tìm kiếm tư vấn nhiều hơn. Các biến còn lại không có ảnh hưởng đáng kể.

Nghiên cứu được thực hiện trong quý 1 tháng 2022 khi thị trường gặp phải cú sốc đại dịch Covid-19, nên không thấy được hành vi sử dụng dịch vụ tư vấn ở trạng thái bình thường của thị trường, vì vậy các nghiên cứu sau có thể thực hiện theo chiều dọc để đánh giá rõ hơn. Từ kết quả trên, nghiên cứu đề xuất: (i) cần triển khai các chương trình giáo dục, các khoá đào tạo tại các đơn vị tư vấn nhằm nâng cao mức độ hiểu biết tài chính của nhà đầu tư chứng khoán để giải quyết hành vi quá tự tin về hiểu biết tài chính nhằm hạn chế những quyết định đầu tư tiêu cực, hiểu biết tài chính cao cũng giúp nhà đầu tư thấy được ý kiến tư vấn lệch lạc do người tư vấn cũng là người bán các sản phẩm tài chính; (ii) nhu cầu sử dụng dịch vụ tư vấn có thể thay đổi theo hành vi lệch lạc nên nhà đầu tư cần học cách nhận thức về những lệch lạc và rèn luyện để tránh những hành vi lệch lạc là cần thiết để ra quyết định tài chính phù hợp; (iii) cần có mục tiêu cho các sáng kiến giáo dục tùy vào loại hình lệch lạc nhằm giải quyết tác động của những lệch lạc khác nhau trong các quyết định đầu tư; (iv) mở rộng các dịch vụ tư vấn khắc phục hành vi lệch lạc tự bảo vệ, hiệu ứng ngược vị thế, quá tự tin có thể phù hợp với mục tiêu của khách hàng.

### Tài liệu tham khảo:

- Allgood, S. & Walstad, W.B. (2016), 'The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors', *Economic Inquiry*, 54 (1), 675-697.
- Bachmann, K. & Hens, T. (2015), 'Investment competence and advice seeking', *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 6, 27-41.
- Barber, B.M., Odean, T., Barry, C., Bittlingmayer, G., Fama, E., French, K., Krig-Man, L., Liang, B., Nofsinger, J., Rangan, S. & Rubinstein, M. (2000), 'Trading is hazardous to your wealth: The common stock investment performance of individual investors', *Journal of finance*, 55(2), 773-806.
- Barthel, A.C. & Lei, S. (2021), 'Investment in financial literacy and financial advice-seeking: Substitutes or complements?', *Quarterly Review of Economics and Finance*, 81, 385-396.
- Bhattacharya, U., Hackethal, A., Kaesler, S., Loos, B. & Meyer, S. (2012), 'Is unbiased financial advice to retail investors sufficient? Answers from a large field study', *Review of Financial Studies*, 25(4), 975-1032.
- Biais, B. & Weber, M. (2009), 'Hindsight bias, risk perception, and investment performance', *Management Science*, 55(6), 1018-1029.
- Bluethgen, R., Gintschel, A., Hackethal, A. & Müller, A. (2008), *Financial Advice and Individual Investors' Portfolios*, from <<https://ssrn.com/abstract=968197>>.
- Burke, J. & Hung, A.A. (2021), 'Trust and financial advice', *Journal of Pension Economics and Finance*, 20(1), 9-26.

- 
- Camerer, C., Loewenstein, G. & Weber, M. (1989), 'The curse of knowledge in economic settings: An experimental analysis', *Journal of Political Economy*, 97(5), 1232-1254.
- Collins, J.M. (2012), 'Financial advice: A substitute for financial literacy?', *Financial Services Review*, 21(4), 307-322.
- Daniel, K., Hirshleifer, D. & Subrahmanyam, A. (1998), 'Investor psychology and security market under- and overreactions', *Journal of Finance*, 53(6), 1839-1885.
- Doukas, J.A. & Petmezas, D. (2007), 'Acquisitions, overconfident managers and self-attribution bias', *European Financial Management*, 13(3), 531-577.
- Elmerick, S.A., Montalto, C.P. & Fox, J.J. (2002), 'Use of financial planners by us households', *Financial Services Review*, 11(3), 217-231.
- Fan, L. (2020), 'A conceptual framework of financial advice-seeking and short- and long-term financial behaviors: An age comparison', *Journal of Family and Economic Issues*, 42(1), 90-112.
- Fan, L. (2021), 'Information search, financial advice use, and consumer financial behavior', *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1), 21-34.
- Ford, M.R., Ross, D.B., Grable, J. & DeGraff, A. (2020), 'Examining the role of financial therapy on relationship outcomes and help-seeking behavior', *Contemporary Family Therapy*, 42(1), 55-67.
- Gentile, M., Linciano, N. & Soccorso, P. (2016), 'Financial advice seeking, financial knowledge and overconfidence Evidence from the Italian market', *CONSOB Working Papers No. 83*, CONSOB.
- Gervais, S., Odean, T., Allen, F., Edelen, R., Gorton, G., Leland, H., Lo, A., Madhavan, A., Romer, D., Spiegel, M., Trueman, B. & Willard, G. (2001), 'Learning to be overconfident', *Review of Financial Studies Spring*, 14(1), 1-27.
- Goetzmann, W.N. & Kumar, A. (2008), 'Equity portfolio diversification', *Review of Finance*, 12(3), 433-463.
- Graham, J.R., Harvey, C.R. & Huang, H. (2009), 'Investor competence, trading frequency, and home bias', *Manag. Sci.*, 55(7), 1094-1106.
- Hackethal, A., Haliassos, M. & Jappelli, T. (2012), 'Financial advisors: A case of babysitters?', *Journal of Banking and Finance*, 36(2), 509-524.
- Hanna, S.D. (2011), 'The demand for financial planning services', *Journal of Personal Finance*, 10(1), 36-62.
- Hirshleifer, D. (2001), 'Investor psychology and asset pricing', *Journal of Finance*, 56(4), 1533-1597.
- Ho, C.M. (2011), 'Does overconfidence harm individual investors? An empirical analysis of the Taiwanese market', *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 40(5), 658-682.
- Hoechle, D., Ruenzi, S., Schaub, N. & Schmid, M. (2017), 'The impact of financial advice on trade performance and behavioral biases', *Review of Finance*, 21(2), 871-910.
- Hoffmann, A.O.I. & Post, T. (2014), 'Self-attribution bias in consumer financial decision-making: How investment returns affect individuals' belief in skill', *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 52, 23-28.
- Hsu, Y.L. (2021), 'Financial advice seeking and behavioral bias', *Finance Research Letters*, 102505, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102505>.
- Hussain, M., Shah, S.Z.A., Latif, K., Bashir, U. & Yasir, M. (2013), 'Hindsight bias and investment decisions making empirical evidence form an emerging financial market', *International Journal of Research Studies in Management*, 2(2), 77-88.
- Joo, S.H. & Grable, J.E. (2001), 'Factors associated with seeking and using professional retirement-planning help', *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 30(1), 37-63.
- Kramer, M.M. (2011), 'Financial advice and individual investor portfolio performance forthcoming', *Financial Management*, from <<https://ssrn.com/abstract=1970250>>.
- Kramer, M.M. (2016), 'Financial literacy, confidence and financial advice seeking', *Journal of Economic Behavior and Organization*, 131, 198-217.
- Kruger, J. & Dunning, D. (1999), 'Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments', *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1121-1134.
- Lusardi, A. & Mitchell, O. (2007), 'Financial literacy and retirement preparedness: Evidence and implications for financial education', *Business Economics*, 42(1), 35-44.
-

- 
- Mccannon, B., Asaad, C.T., Wilson, M. & Mccannon, B.C. (2012), 'Financial competence, overconfidence, and trusting investments: Results from an experiment', *Working Paper Series No. 15-26*, West Virginia University.
- Merkle, C. (2017), 'Financial overconfidence over time: Foresight, hindsight, and insight of investors', *Journal of Banking and Finance*, 84, 68-87.
- Miller, D.T. & Ross, M. (1975), 'Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction?', *Psychological Bulletin*, 82(2), 213-225.
- Monti, M. & Legrenzi, P. (2000), 'Investment decision-making and hindsight bias', *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 31, 768-772.
- Mullainathan, S., Noeth, M. & Schoar, A. (2012), 'The market for financial advice: An audit study', *Working paper No. w17929*, National Bureau of Economic Research.
- Nguyễn Thị Ngọc Loan, Nguyễn Thị Mỹ Linh & Phan Chung Thủy (2023), 'Quyết định sử dụng dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán: bằng chứng thực nghiệm tại thành phố Hồ Chí Minh', *Tạp Chí Kinh Tế và Phát Triển*, 308(2), 131-140.
- Odean, T. (1998), 'Are investors reluctant to realize their losses?', *Journal of Finance*, 53(5), 1775-1798.
- Pezzo, M.V. & Beckstead, J.W. (2008), 'The effects of disappointment on hindsight bias for real-world outcomes', *Applied Cognitive Psychology*, 22(4), 491-506.
- Pompian, M.M. (2006), *Behavioral Finance and Wealth Management How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases*, Hoboken, NJ: Wiley.
- Pompian, M.M. (2011), *Behavioral Finance and Wealth Management How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases*, John Wiley & Sons.
- Porto, N. & Jian Xiao, J. (2016), 'Financial literacy overconfidence and financial advice seeking', *Journal of Financial Service Professionals*, 70(4), 78-88.
- Rabbani, A., Heo, W. & Grable, J.E. (2021), 'The role of financial literacy in describing the use of professional financial advisors before and during the COVID-19 pandemic', *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 226-236.
- Rengert, K.M. & Rhine, S.L.W. (2016), *Bank Efforts to Serve Unbanked and Underbanked Consumers Qualitative Research*, Washington, DC: Federal Deposit Insurance Corporation.
- Rieger, M.O., Wang, M., Huang, P.K. & Hsu, Y.L. (2020), 'Survey evidence on core factors of behavioral biases', *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 100(C), DOI: 10.1016/j.socec.2022.101912.
- Shapira, Z. & Venezia, I. (2001), 'Patterns of behavior of professionally managed and independent investors', *Journal of Banking & Finance*, 25, 1573-1587.
- Shefrin, H. & Statman, M. (1985), 'The disposition to sell winners too early and ride losers too long: Theory and evidence', *The Journal of Finance*, 40(3), 777-790.
- Tavor, T. (2013), 'Investors' short-term decision making and review of the hindsight bias effect', *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), 176-185.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974), 'Judgment under uncertainty: heuristics and biases', *Science*, 18(4157), 1124-1131.

# PHÂN TÍCH MẠNG LƯỚI LIÊN KẾT DU LỊCH TẠI CÁC TỈNH NAM ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG

Nguyễn Văn Hậu

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: nvhau@neu.edu.vn

Nguyễn Thị Thu Phương

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương

Email: phuongnguyen@spnttw.edu.vn

Mã bài báo: JED-1623

Ngày nhận: 27/02/2023

Ngày nhận bản sửa: 26/04/2024

Ngày duyệt đăng: 20/05/2024

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.1623

## Tóm tắt:

Liên kết du lịch là chủ đề được nhiều học giả quan tâm luận giải. Bài viết sử dụng phương pháp phân tích mạng cùng với mô hình nghiên cứu của Ying (2010). Tác giả khảo sát 510 chủ thể là các tổ chức, cá nhân tham gia vào các hoạt động du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng. Nghiên cứu đã đánh giá tổng thể mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh, đã xác định được những chủ thể đóng vai trò là trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng. Dựa trên kết quả nghiên cứu, các tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy các hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng trong thời gian đến.

**Từ khóa:** Các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng, phân tích các bên liên quan, liên kết du lịch.

**Mã JEL:** C6, L83.

## Analysis of the tourism linkage network in the Southern provinces of the Red River Delta

### Abstract:

Tourism linkage is a topic that many scholars are interested in discussing. The article uses the network analysis method along with the research model of Ying (2010). The author surveyed 510 organizations and individuals participating in tourism activities in the Southern Red River Delta provinces. The study has evaluated the overall tourism linkage network in the provinces and identified the subjects that play a central role in the tourism linkage network in the Southern Red River Delta provinces. Based on the research results, the authors have proposed several solutions to promote tourism linkage activities in the Southern Red River Delta provinces in the coming time.

**Keywords:** Southern Red River Delta provinces, stakeholder analysis, tourism linkages.

**JEL codes:** C6, L83.

## 1. Giới thiệu

Phương pháp phân tích mạng nghiên cứu mối liên kết giữa các bên liên quan tại điểm đến du lịch, đồng thời phân biệt được vị trí, vai trò của các bên tham gia. Lý thuyết mạng tìm cách cải thiện sự hiểu biết về các cấu trúc tổ chức trong mạng chính thức và không chính thức bao trùm các khu vực công và tư nhân, đồng thời hình thành các hành động tập thể (Dredge, 2006). Phương pháp phân tích mạng liên kết là công cụ nhằm chẩn đoán và đề xuất các tiêu chuẩn trong quản lý, phân tích sự tương tác giữa các bên liên quan trong mạng liên kết (Scott & cộng sự, 2008).



---

Cho đến nay, nghiên cứu về mạng lưới liên kết du lịch đã được thực hiện tại một số quốc gia như Ý (Presenza & Cipollina, 2010; Chiappa & Presenza, 2013), Ba Lan (Marszałek, 2018), tại Việt Nam, nghiên cứu về mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh trong một vùng vẫn còn hạn chế. Các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng có nhiều nét tương đồng về tài nguyên du lịch, hoạt động du lịch tại các tỉnh có gắn kết với nhau. Xét trong bối cảnh các hoạt động du lịch ngày càng được chú trọng, mang tính liên ngành, liên vùng (Hoàng Văn Hoa & cộng sự, 2018). Do vậy, nghiên cứu liên kết du lịch tại một vùng là thực sự cần thiết tại Việt Nam nói chung và tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng nói riêng. Nghiên cứu nhằm xác định đặc điểm đặc trưng của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Các tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích mạng, dựa trên thang đo của Ying (2010) với 05 cấp độ thể hiện mức độ hợp tác trong liên kết du lịch để nghiên cứu mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Nghiên cứu khảo sát 510 chủ thể hoạt động trong 10 lĩnh vực du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy mức độ liên kết du lịch tại các tỉnh trong thời gian vừa qua tồn tại ở mức dưới trung bình, các hoạt động liên kết du lịch còn rời rạc, chưa đi vào chiều sâu trong phát triển du lịch. Và trong mạng lưới liên kết du lịch này đã tồn tại một số chủ thể đóng vai trò trung tâm. Bài viết đề xuất một số giải pháp khả thi đối với các cơ quan quản lý du lịch tại các địa phương nhằm phát triển các hoạt động liên kết du lịch.

## **2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết**

### **2.1. Tổng quan nghiên cứu**

Theo Rodriguez & Fernandez (2016), du lịch là một lĩnh vực phải được tiếp cận từ góc độ hệ thống, tập trung vào cấu trúc mạng lưới của các mối quan hệ giữa các bên liên quan. Sheenan & cộng sự (2016) cho rằng, ngành du lịch sẽ tạo ra những giá trị và cung cấp cho khách du lịch thông qua một mạng lưới phức tạp gồm nhiều yếu tố tác động qua lại và phụ thuộc lẫn nhau.

Khi nghiên cứu về vai trò của mạng lưới trong hoạt động du lịch, Dredge (2006) đã điều tra các mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và ngành để từ đó phân tích về vai trò của mạng lưới trong việc thúc đẩy hoặc ngăn cản việc xây dựng quan hệ đối tác giữa khu vực công và tư nhân trong các hoạt động du lịch của địa phương. Qua đó, tác giả đã chỉ ra rằng trong mạng lưới du lịch của địa phương, khu vực công giữ vai trò quan trọng trong các hoạt động liên kết du lịch. Nghiên cứu về hợp tác, liên kết du lịch, các nghiên cứu của Bramwell & Lane (1993), Choi & Murray (2010), Cole (2006), Macleod & Todnem (2007), Cascante & cộng sự (2010), Timur & Getz (2008, 2009), Vernon & cộng sự (2005), và nghiên cứu của Wesley & Pforr (2010) đều có đồng quan điểm và cho rằng sự tham gia và hợp tác giữa các bên liên quan đến điểm đến là thực sự cần thiết trong phát triển du lịch bền vững.

Khi nghiên cứu về vai trò của một số các bên liên quan trong hoạt động liên kết du lịch. Pongponrat (2011) cho rằng phát triển du lịch cần phải dựa vào thiện chí và sự hợp tác tích cực của người dân địa phương. Do vậy, trong các hoạt động liên kết du lịch, cần khuyến khích người dân địa phương tham gia vào quy hoạch và quản lý du lịch, để từ đó có thể tăng cường sự phát triển bền vững du lịch của địa phương. Lãnh đạo địa phương có thể hỗ trợ sự hợp tác giữa các bên liên quan đến du lịch trong việc lập kế hoạch và thực hiện kế hoạch nhằm dẫn dắt cộng đồng đi theo mục tiêu phát triển du lịch bền vững. Và cộng đồng sẽ hỗ trợ nhiều hơn cho phát triển du lịch nếu họ có cơ hội tham gia vào quá trình lập kế hoạch và phát triển du lịch (Otzurk & Eraydin, 2010).

Chủ đề liên kết du lịch được đặt ra và chú trọng trong bối cảnh cạnh tranh và những thay đổi trong ngành du lịch đang có những bước phát triển mới như sự phát triển của công nghệ thông tin, internet, nhu cầu du lịch của du khách mới. Theo Mills & Law (2004), internet đang làm thay đổi cấu trúc của ngành du lịch, bằng cách thay đổi các rào cản gia nhập, thay đổi các kênh phân phối, tạo điều kiện minh bạch về giá cả và cạnh tranh, từ đó đem lại nhiều kết quả tốt và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nhiều học giả cho rằng cơ sở lý thuyết về liên kết du lịch xuất phát từ chiến lược điểm đến, hoặc từ sự phát triển tất yếu khách quan của du lịch hoặc xuất phát từ quan niệm chuyên môn hóa và đổi mới thường xuyên (Poon, 1994). Trong lĩnh vực liên kết cụm, Anderson & cộng sự (1994) cho rằng việc hình thành các mối quan hệ hợp tác chặt chẽ hoặc liên minh giữa các chủ thể là rất quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy liên kết du lịch. Trong nghiên cứu của mình, Baggio & cộng sự (2013) coi điểm đến là một loại hình du lịch đặc thù, và có

thể đạt được mức độ liên kết cao với nhiều sản phẩm và dịch vụ khác biệt dựa trên sự đổi mới thường xuyên. Và tác giả cũng coi liên kết du lịch như là một chiến lược nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch một cách bền vững. Gần đây, liên kết du lịch đã chuyển từ cách tiếp cận dựa trên cạnh tranh sang cách tiếp cận hợp tác (Baggio & cộng sự, 2013) theo hướng các điểm đến du lịch được quảng bá, tiếp thị và kinh doanh theo một nỗ lực chung của tất cả các bên (Wang & Shaul, 2008). Khi các công ty du lịch tham gia sâu hơn vào các mạng lưới khu vực, trong nước và quốc tế, việc hợp tác và duy trì các mối quan hệ trong mạng lưới kinh doanh trở nên cần thiết để nâng cao hiệu quả cạnh tranh (Plummer & cộng sự, 2006). Presenza & Cipollina (2010), Chiappa & Presenza (2013) và Ying (2010) đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm phân tích mạng lưới liên kết du lịch. Các tác giả cho rằng trong bối cảnh quản lý và quy hoạch điểm đến du lịch, lý thuyết mạng lưới cung cấp một cách tiếp cận phân tích quan trọng để nghiên cứu phát triển chính sách du lịch địa phương và từ đó giúp chúng ta hiểu thêm về mối quan hệ giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch. Nghiên cứu về liên kết du lịch vùng tại Việt Nam, các nghiên cứu của Nguyễn Văn Khánh & Nguyễn Thị Quỳnh Anh (2017), Trần Xuân Quang (2020), và Hoàng Văn Hoa & cộng sự (2018) đã luận giải các nội dung về liên kết du lịch vùng; tuy nhiên những nghiên cứu này không sử dụng phương pháp phân tích mạng. Nghiên cứu về liên kết du lịch có sử dụng phương pháp phân tích mạng, đáng chú ý là nghiên cứu của Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022) và nghiên cứu của Nguyễn Thị Bích Thủy (2017). Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022) đã phân tích liên kết du lịch tại tỉnh Quảng Bình. Tuy nhiên, nghiên cứu chưa xác định được thang đo nhằm đo lường mức độ liên kết giữa các đối tượng trong mạng lưới, và chỉ khảo sát đối với 05 chủ thể hoạt động trong 05 lĩnh vực: lữ hành, lưu trú, vận chuyển, nhà hàng và cơ sở đào tạo. Nguyễn Thị Bích Thủy (2017) nghiên cứu với 10 chủ thể, tác giả cũng đã kế thừa thang đo của Mandell (1999) với 07 cấp độ hợp tác, tuy nhiên, tác giả chưa nghiên cứu mạng lưới liên kết du lịch tại một vùng. Trong khi đó, hoạt động du lịch luôn mang tính liên ngành, liên vùng và mang tính xã hội hóa cao (Hoàng Văn Hoa & cộng sự, 2018).

## 2.2. Cơ sở lý thuyết

Phương pháp phân tích mạng là một cách tiếp cận mới được sử dụng để mô tả cấu trúc liên kết giữa các chủ thể nhất định (cụ thể là các nút), và áp dụng các quy trình định lượng để tính toán các chỉ số khác nhau, để đánh giá các tính năng của toàn bộ mạng và vị trí của các bên liên quan trong cấu trúc mạng. Phân tích mạng mang lại một số kết quả hữu ích. Nó cung cấp một phương tiện trực quan hóa và đơn giản hóa các mối quan hệ phức tạp, do đó nó rất hữu ích trong việc thúc đẩy sự hợp tác hiệu quả trong một nhóm (Baggio & Cooper, 2008). Nói một cách đơn giản, phương pháp phân tích mạng cung cấp một phương tiện phong phú và có hệ thống, để đánh giá mạng liên kết bằng cách xây dựng sơ đồ và phân tích mối quan hệ giữa các nút.

Ở dạng tổng quát, một mạng liên kết bao gồm một đồ thị  $G = (V, L)$ , trong đó  $V$  là số lượng các đỉnh, với một tập các đỉnh  $V = \{1, \dots, n\}$ ; và một tập hợp các đường  $L = \{1, \dots, l\}$  giữa các cặp đỉnh. Trọng số dương  $W$  chỉ ra cường độ của mối quan hệ, được liên kết với mỗi đường kết nối và ngoài ra, thông tin có thể được chứa trong hàm giá trị của đỉnh  $P$ , hàm được xác định:

$$N = (V, L, W, P) \quad (1)$$

Kích thước của mạng được biểu thị bằng số đỉnh  $n$  và số đường liên kết giữa các bên liên quan,  $l$ . Các mối quan hệ có thể tương hỗ, trong trường hợp đó, một mũi tên được sử dụng để chỉ hướng liên kết giữa các chủ thể. Hướng mũi tên này có thể là tích cực hoặc tiêu cực, và được biểu thị bằng dấu cộng hoặc dấu trừ. Một trong những ứng dụng chính của phương pháp phân tích mạng là xác định các nút “quan trọng” trong mạng (Wasserman & Faust, 1994). Các nút quan trọng hoặc nổi bật nhất thường chiếm các vị trí chiến lược trong mạng. Sự phân bố tổng thể của các mối quan hệ và sự tập trung cục bộ của chúng là các tham số và chỉ số quan trọng để chỉ tính gắn kết mạng, đó là một thuộc tính của toàn bộ mạng (Haythornthwaite, 1996).

Mật độ mô tả mức độ gắn kết toàn thể các thành viên trong mạng. Nó được xác định bởi thương số  $g = l/l_{max}$ . Trong đó:  $l$  là số lượng các mối quan hệ thực tế của một tác nhân;  $l_{max}$  là tổng số các mối quan hệ có thể có nếu tác nhân này liên kết với toàn bộ các thành viên khác trong mạng. Theo đó, một mạng hoàn chỉnh là một mạng có mật độ tối đa (Benedictis & Tajoli, 2009). Một đỉnh mạng thể hiện ý nghĩa cả mối quan hệ liên kết theo chiều hướng đến và đi. Trong một mạng, các đỉnh có thể được nhóm lại theo các độ (Degree)

---

của chúng, phân bố độ của mạng là phân bố tần số của các đỉnh có độ là:  $d = 0, 1, \dots, n - 1$ .

Độ trung tâm cấp bậc được tiêu chuẩn hóa (Cd) của một đỉnh được xác định bằng độ của nó chia cho độ lớn nhất có thể:

$$Cd = d/(n - 1) \quad (2)$$

Trong các mạng được định hướng, độ trung tâm cấp bậc có thể phân biệt giữa mức độ đi vào (Cdi) và mức độ đi ra (Cdo) của mỗi nút. Mức độ là thước đo “hoạt động” của nút. Tính trung tâm mức độ bên trong là tổng số lượng liên kết xuất phát từ các nút khác kết thúc tại mỗi nút, trong khi tính mức độ bên ngoài là tổng số các liên kết trực tiếp từ nút đó đi đến những nút khác trong mạng.

Một thước đo khác về tính trung tâm của nút là độ trung tâm cận kề (Cc) dựa trên khoảng cách. Thước đo tập trung vào mức độ gần của một nút với tất cả các nút khác trong tập hợp các nút (Wasserman & Faust, 1994). Nó là tổng nghịch đảo của khoảng cách ngắn nhất giữa mỗi nút và mọi nút khác, và được xác định:

$$Cc = \frac{1}{\sum_j dist(n_i, n_j)} \quad (3)$$

Trong đó  $dist(n_i, n_j)$  biểu thị khoảng cách giữa một nút và các nút khác. Chỉ số này nhằm đánh giá tốc độ lan truyền thông tin từ một nút đến những nút khác bằng việc sử dụng các đường đi ngắn nhất trong mạng (Wasserman & Faust, 1994).

Cuối cùng, độ trung tâm giữa (Cb) đo lường mức độ mà một nút cụ thể nằm giữa các nút khác nhau trong tập hợp các nút (Scott, 2000). Độ trung tâm giữa của một nút là cao khi có số lượng lớn các cặp nút kết nối với nhau đi qua điểm nút này. Do vậy, tại điểm nút cao này sẽ tạo sự kiểm soát mạnh đối với các nguồn lực và thông tin dữ liệu giữa các bên liên quan trong mạng lưới (Freeman, 1979).

Chỉ số này phản ánh tần suất một nút nằm trên đường trắc địa giữa các nút khác của mạng và được xác định:

$$Cb = \sum_{j \neq k} \frac{G(ijk)}{G_{ijk}} \quad (4)$$

Trong đó  $G(ijk)$  là tổng số đường đi ngắn nhất nối hai đỉnh  $V_i$  và  $V_k$  bất kỳ, và  $G_{ijk}$  là số đường đi không chỉ nối từ đỉnh  $V_j$  và  $V_k$  mà còn đi qua đỉnh  $V_i$ .

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### *Nguồn thu thập dữ liệu*

Các tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng bằng phương pháp phân tích mạng lưới. Để có được nguồn thông tin dữ liệu trong nghiên cứu, tác giả thu thập dữ liệu từ: cán bộ quản lý về du lịch tại Sở Du lịch, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch của các tỉnh, các doanh nghiệp, hộ kinh doanh tham gia vào hoạt động du lịch của địa phương đang hoạt động trong 8 lĩnh vực hoạt động theo Chiappa & Presenza (2013) và Tinsley & Lynch (2001): ăn uống, vận chuyển, lưu trú, lữ hành, vui chơi giải trí, đào tạo và nghiên cứu về du lịch, quản lý nhà nước về du lịch, hiệp hội (du lịch, khách sạn và lữ hành). Tuy nhiên, trên thực tế tại Việt Nam nói chung và tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng nói riêng, còn 02 chủ thể tồn tại, hoạt động trong lĩnh vực du lịch đó là: tổ chức sự kiện và bán sản phẩm lưu niệm, đặc sản của địa phương. Do vậy, trong nghiên cứu sẽ bổ sung thêm 2 lĩnh vực thành 10 lĩnh vực được khảo sát về nội dung liên kết du lịch giữa các bên liên quan.

#### *Cách thức thu thập dữ liệu*

Dữ liệu được thu thập với phương pháp phỏng vấn qua bảng câu hỏi cấu trúc. Các tác giả phân tích và xây dựng nội dung trong phiếu điều tra cho bảng hỏi. Nội dung của bảng hỏi gồm 2 phần, phần thứ nhất của bảng hỏi nhằm thu thập thông tin của các bên liên quan. Phần thứ hai của bảng hỏi bao gồm các nội dung nhằm đánh mức độ hợp tác giữa các bên liên quan về du lịch tại các địa phương. Trong nội dung này, theo

Ying (2010), các chủ thể có thể thực hiện 5 cấp độ thể hiện mức độ hợp tác: Với mức “0” phản ánh không hợp tác, mức “1” phản ánh hợp tác trao đổi dữ liệu, thông tin, mức “2” phản ánh hợp tác kinh doanh, mức “3” phản ánh quan hệ đối tác chiến lược, mức “4” phản ánh quan hệ đại diện/nhượng quyền.

Các tác giả thực hiện khảo sát bằng hình thức trực tuyến, thông qua hình thức gửi thư mời với phiếu được xây dựng bằng hình thức trực tuyến thông qua tạo Form biểu mẫu khảo sát trên Google. Tác giả gửi phiếu khảo sát để xin ý kiến trực tiếp từ các cán bộ, lãnh đạo các sở Du lịch/Văn hóa, Thể thao và Du lịch và cơ quan quản lý về du lịch của địa phương, từ các lãnh đạo, cán bộ quản lý tại các doanh nghiệp, hộ kinh doanh trong 10 lĩnh vực được khảo sát về nội dung liên kết du lịch như trên. Kết quả, các tác giả đã thu thập được 510 phiếu thông qua hình thức trực tuyến qua biểu mẫu khảo sát trên Google Form.

#### *Phân tích xử lý dữ liệu điều tra*

Bài viết sẽ xây dựng một ma trận đại diện cho các lựa chọn xã hội học mô tả sự hiện diện hay vắng mặt của một loại quan hệ nhất định (Degenne & Forse, 1999). Ma trận bất đối xứng của các bên liên quan, trong đó hàng (i) và cột (j) chỉ số các bên liên quan trong đồ thị. Trong ma trận, sẽ gán giá trị “1” trong ô thứ (i, j) nếu có liên kết trực tiếp từ i đến j, và gán giá trị “0” trong ô nếu không có liên kết. Liên kết, được biểu thị bằng mũi tên, di chuyển từ bên ít liên quan nhất đến bên liên quan được ưu tiên nhất. Tổng hợp ma trận của bên liên quan sẽ thu được ma trận có giá trị để đo lường các chỉ số và vẽ đồ thị của mạng.

Bài viết sử dụng phần mềm UCINET 6.03 (Borgatti & cộng sự, 2002), để phân tích, đánh giá mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

### **4. Kết quả và thảo luận**

#### **4.1. Kết quả về mẫu khảo sát**

Trong 510 chủ thể được khảo sát, thì có 109 chủ thể trong lĩnh vực lưu trú, chiếm 21,4%. Có 111 doanh nghiệp lữ hành, chiếm 21,8% tham gia vào hoạt động liên kết du lịch của các tỉnh. Chi tiết về số lượng các chủ thể được khảo sát được thể hiện qua Bảng 1.

**Bảng 1: Thống kê số lượng chủ thể được khảo sát tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**

<b>Chủ thể</b>	<b>Mã</b>	<b>Tổng số</b>	<b>Tỷ trọng (%)</b>
Hoạt động trong lĩnh vực lưu trú.	A1	109	21,4
Cung cấp dịch vụ ăn uống	A2	72	14,1
Hoạt động trong lĩnh vực vận chuyển	A3	56	11,0
Hoạt động trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm đặc sản của địa phương	A4	43	8,4
Doanh nghiệp lữ hành	A5	111	21,8
Hoạt động trong lĩnh vực vui chơi, giải trí	A6	30	5,9
Hoạt động trong lĩnh vực tổ chức sự kiện	A7	35	6,9
Hiệp hội du lịch, Hiệp Hội Khách sạn, Hiệp Hội doanh nghiệp lữ hành	A8	11	2,2
Hoạt động trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu về du lịch	A9	25	4,9
Cơ quan trực tiếp quản lý du lịch của địa phương	A10	18	3,5
<b>Tổng</b>		<b>510</b>	<b>100</b>

*Nguồn: Kết quả khảo sát của các tác giả.*

#### **4.2. Về cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng**

Trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng, kết quả khảo sát 510 chủ thể, thì có 2560 hình thức liên kết du lịch tồn tại trong đó. Giá trị trung bình của các mối quan hệ là 0.190.

Chỉ số mật độ tổng thể của mạng là 0,190 (khác 0), đã khẳng định rằng tồn tại hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng. Điều này khẳng định, xác xuất 2 chủ thể bất kỳ tham gia hoạt động hợp tác chỉ đạt 19%. Khoảng cách trung bình (Avg Distance) là 2,003 (> 2) cho thấy cấu trúc liên kết du lịch trong mạng lưới liên kết diễn ra lỏng lẻo, chủ yếu tồn tại ở mức phối hợp với nhau, các hoạt

**Bảng 2: Chỉ số của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**

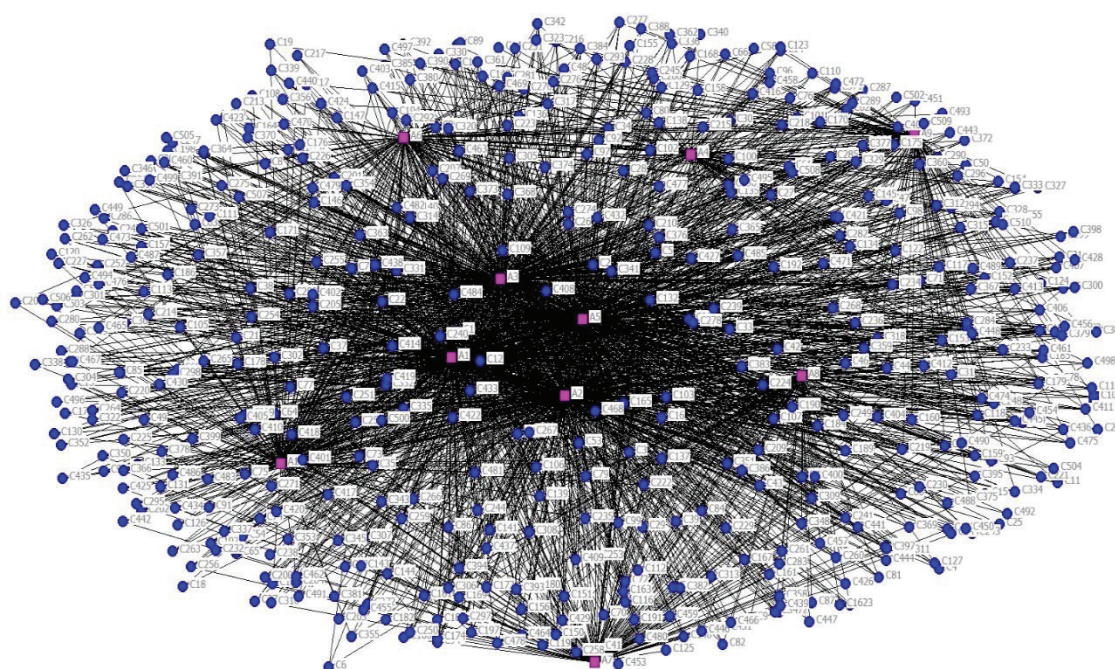
Các chỉ số của mạng liên kết du lịch	Giá trị
Tổng số chủ thể (số nút trong mạng) (N of Obs.)	510
Tổng số liên kết trong mạng (Sum)	2560
Mật độ hay số liên kết trung bình (Denity)	0,190
Khoảng cách trung bình (Average Distance)	2,003

*Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

động liên kết thường không được diễn ra liên tục, và giữa các chủ yếu tồn tại dưới dạng trao đổi thông tin liên lạc (theo thang đo của Ying (2010)), trong mạng lưới liên kết này, hiện còn có nhiều chủ thể đứng bên ngoài các mối liên kết có nút tập trung cao độ. Trong cấu trúc tổng thể, nút tròn đại diện cho các chủ thể tham gia vào mạng lưới liên kết du lịch, nút vuông đại diện cho các lĩnh vực kinh doanh du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng. Các đường kết nối thể hiện mối quan hệ liên kết của các chủ thể đối với các lĩnh vực kinh doanh du lịch. Kết quả cho thấy, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực sau có tính hợp tác cao như: lưu trú (A1), cung cấp dịch vụ ăn uống (A2), lĩnh vực vận chuyển (A3), và lữ hành (A5). Trong khi đó, ở ngoài viền biên của mạng lưới là các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực: tổ chức sự kiện (A7), đào tạo, nghiên cứu về du lịch (A9). Nhìn chung, mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng vẫn còn rời rạc, biểu hiện còn nhiều các nút nằm ngoài vùng biên, mật độ tập trung thấp.

Cụ thể, cấu trúc tổng thể mạng lưới liên kết du lịch giữa các bên liên quan tại điểm đến các tỉnh vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng được thể hiện qua Hình 1. Trong đó, các nút tròn biểu thị cho các chủ thể, và nút vuông biểu thị cho 10 lĩnh vực kinh doanh du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

**Hình 1: Cấu trúc tổng thể của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**



*Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

#### **4.3. Tính trung tâm của mạng lưới liên kết du lịch**

Kết quả mức độ đi vào và mức độ đi ra của các chủ thể đã cho thấy những chủ thể có cường độ liên kết cao như: cung cấp dịch vụ lưu trú, lữ hành, vận chuyển, và ăn uống.

Xét về chỉ số *độ trung tâm cấp bậc* cho thấy, trong 10 chủ thể hoạt động trong 10 lĩnh vực này, thì có 4 chủ thể: Lữ hành, dịch vụ vận chuyển, cung cấp dịch vụ ăn uống, và lưu trú có xu hướng tạo lập liên kết

đối với các chủ thể trong các lĩnh vực khác nhiều hơn là họ nhận được liên kết từ các chủ thể trong lĩnh vực khác. Trong khi đó, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vui chơi, giải trí; và chủ thể hoạt động trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu về du lịch lại nhận được nhiều hợp tác từ các chủ thể khác hơn là số liên kết họ gửi ra ngoài. Chủ thể là cơ quan trực tiếp quản lý du lịch của địa phương và tổ chức sự kiện khó nhận được sự hợp tác.

Xét về chỉ số *độ trung tâm cận kề* cho thấy, các chủ thể là các doanh nghiệp lữ hành, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vận chuyển, ăn uống và phục vụ lưu trú có chỉ số Đi vào (in-closeness) cao nhất, có nghĩa là các chủ thể này có thể nhanh chóng tiếp cận đến các nút khác trong mạng liên kết du lịch, và đây chính là những lĩnh vực có thể hợp tác được với hầu hết các chủ thể trong các lĩnh vực còn lại tại các điểm du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Cả 4 lĩnh vực này đóng vai trò trung tâm chính trong các hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Nếu xét về chỉ số đi ra (Out-closeness), thì cả 4 chủ thể hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, cấp dịch vụ vận chuyển, và các doanh nghiệp lữ hành và ăn uống thuộc top có chỉ số cao nhất.

**Bảng 3: Tính trung tâm trong cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh**

Tính trung tâm của mạng (degree centrality measures)						
Độ trung tâm cấp bậc (Degree centrality)			Độ trung tâm cận kề (Closeness centrality)		Độ trung tâm giữa các bên (Flow Betweenness centrality)	
Số liên kết đi ra (OutDegree)	Số liên kết đi vào (InDegree)	Chênh lệch (In-out different)	Số liên kết đi ra (Out-closeness)	Số liên kết đi vào (In-closeness)		
A5	389	92	-297	0,968	0,886	59169,875
A3	353	84	-269	0,925	0,770	51688,59
A2	260	81	341	0,911	0,737	49487,230
A1	259	81	340	0,910	0,735	46100,426
A10	106	33	139	0,670	0,431	15771,083
A7	126	30	-96	0,655	0,420	14961,810
A6	28	120	92	0,647	0,415	16093,776
A9	23	100	77	0,623	0,399	12588,026
A8	21	90	69	0,611	0,391	11909,434
A4	17	72	55	0,590	0,379	9910,54
Mật độ trung tâm mạng (Network Centralization Index) = 20,813%						F=6,527
						$p < 0,001$

*Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

Xét về chỉ số *Độ trung tâm giữa*, thì các chủ thể kinh doanh đặc sản địa phương (A4) và các Hiệp hội (A8) có chỉ số thấp, phản ánh các chủ thể này ít hợp tác với các chủ thể khác trong mạng lưới, họ gần như tồn tại mang tính độc lập cao, họ ít tham gia vào các mối quan hệ hợp tác du lịch. Trong khi đó, chỉ số này của các chủ thể cung cấp dịch vụ vận chuyển (A3), các doanh nghiệp lữ hành (A5), và cung cấp dịch vụ ăn uống (A2) lại có chỉ số cao, điều này cũng phù hợp với thực tiễn phát triển du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng, các hoạt động du lịch đều có gắn kết trực tiếp đối với 3 chủ thể này. Vì vậy, 3 chủ thể này có mối liên kết dày đặc đối với các chủ thể trong lĩnh vực khác. Kết quả phân tích phương sai cho thấy, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tính trung tâm của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng với giá trị  $F = 6,527$ ;  $p < 0,001$ . Điều đó có nghĩa là có những chủ thể đóng vai trò là tác nhân trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

Cụ thể, cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch được thể hiện qua Hình 2.

Các nút có tính trung tâm cao như lữ hành (A5), dịch vụ vận chuyển (A3), dịch vụ ăn uống (A2) và dịch vụ lưu trú (A1), đây là những tác nhân có mối liên kết dày đặc với các bên liên quan khác trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.



---

## Tài liệu tham khảo

- Anderson, J.C., Hakansson, H. & Johanson, J. (1994), 'Dyadic business relationships within a business context', *Journal of Marketing*, 58(4), 1-15.
- Baggio, R. & Cooper, C. (2008), 'Knowledge management and transfer in tourism: an Italian case', presentation at *IASK Advances in Tourism Research (ATR2008)*, Aveiro, Portugal, May 26<sup>th</sup> - 28<sup>th</sup>.
- Baggio, R., Scott, N. & Cooper, C. (2013), 'Improving tourism destination governance: A complexity science approach', *Tourism Review*, 65(4), 51-60.
- Benedictis, D.L. & Tajoli, L. (2009), 'The world trade network', *PUE@PIEC Working Paper 2009/03*, PUE@PIEC.
- Borgatti, S.P., Everett, M.G. & Freeman, L.C. (2002), *Ucinetfor Window: Software for Social Network Analysis, Analytic Technologies*, Harvard, MA.
- Bramwell, B. & Lane, B. (1993), 'Sustainable tourism: An evolving global approach', *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Cascante, M.D., Brennan, M.A. & Luloff, A.E. (2010), 'Community agency and sustainable tourism development: The case of La Fortuna, Costa Rica', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 735-756.
- Chiappa, G. & Presenza, A. (2013), 'The use of network analysis to assess relationships among stakeholders within a tourism destination: an empirical investigation on costa smeralda-gallura, Italy', *Tourism Analysis*, 18, 1-13.
- Choi, H.C. & Murray, I. (2010), 'Real attitudes toward sustainable community tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Cole, S. (2006), 'Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629-644.
- Czernek, K. (2013), 'Determinants of cooperation in a tourist region', *Annals of Tourism Research*, 40(1), 83-104.
- Degenne, A. & Forse, M. (1999), *Introducing Social Networks*, Sage Publications, London.
- Dredge, D. (2006), 'Policy networks and the local organization of tourism', *Tourism Management*, 27(2), 269-280.
- Freeman, L.C. (1979), 'Centrality in social network: Conceptual clarification', *Social Networks*, 1, 215-239.
- Haythornthwaite, C. (1996), 'Social network analysis: an approach and technique for the study of information exchange', *Library & Information Science Research*, 18(4), 323-342.
- Hoàng Văn Hoa, Trần Hữu Sơn & Trần Thị Vân Hoa (2018), *Liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch ở vùng Tây Bắc*, Nhà xuất bản Lao động xã hội.
- Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022), 'Liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan trong phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình: Tiếp cận phân tích mạng lưới', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 131(5A), 23-38.
- Macleod, C. & Todnem, R. (2007), 'Performance, conformance and change: Towards a sustainable tourism strategy for Scotland', *Sustainable Development*, 15(6), 329-342.
- Mandell, M.P. (1999), 'The impact of collaborative efforts: Changing the face of public policy through networks and network structures', *Policy Studies Review*, 16(1), 4-17.
- Marszałek, C.K. (2018), 'Cooperation evaluation with the use of network analysis', *Annals of Tourism Research*, 72(2018), 126-139.
- Mills, J.E. & Law, R. (2004), *Handbook of consumer behavior, tourism and the internet*, Haworth Hospitality Press, N.Y.
- Nguyễn Thị Bích Thủy (2017), 'Hợp tác giữa các bên liên quan trong mạng lưới du lịch để phát triển bền vững tại điểm đến Đà Nẵng', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 126(5C), 45-59.
- Nguyễn Văn Khánh & Nguyễn Thị Quỳnh Anh (2017), 'Liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch vùng Tây Bắc: Từ lý luận đến thực tiễn', *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu chính sách và Quản lý*, 33(4), 12-23.
- Ozturk, E.H. & Eraydin, A. (2010), 'Tourist destination governance: practice, theory and issues', *Annals Tourism Research*, 38(4), 1300-1321.
- Plummer, M., Best, N., Cowled, K. & Vines, K. (2006), 'CODA: Convergence diagnosis and output analysis for MCMC', *R News*, 6(1), 7-10.



- 
- Pongponrat, K. (2011), 'Participatory management process in local tourism development: a case study on fisherman village on Samui island, Thailand', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(1), 57-73.
- Poon, A. (1994), 'The new tourism revolution', *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Presenza, A. & Cipollina, M. (2010), 'Analysing tourism stakeholders networks', *Tourism Review*, 65(4), 17-30.
- Roberts, L. & Simpson, F. (2000), 'Developing partnership approaches to tourism in central and Eastern Europe', *Journal of sustainable tourism*, 7(3&4), 314-330.
- Rodriguez, M.R. & Fernandez, P.J.I. (2016), 'Analysing relationships in tourism: A review', *Tourism Management*, 54, 122-135.
- Scott, J. (2000), *Social Network Analysis: A Handbook*, Sage Publications, London.
- Scott, N., Cooper, C. & Baggio, R. (2008), 'Destination networks: Theory and practice in four Australian cases', *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188.
- Sheenan, L., Varggas-Sanchez, A., Presenza, A. & Abbate, T. (2016), 'The use of intelligence in tourist destination management: An emerging role for DMOs', *International Journal of Tourism Research*, 23, 101-136.
- Timur, S. & Getz, D. (2008), 'A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461.
- Timur, S. & Getz, D. (2009), 'Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism?', *Sustainable Development*, 17, 220-232.
- Tinsley, R. & Lynch, P. (2001), 'Small tourism business networks and destination development', *International Journal of Hospitality Management*, 20 (4), 367-378.
- Trần Xuân Quang (2021), 'Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ', Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Hàn Lâm khoa học xã hội Việt Nam, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội.
- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D. & Curry, K. (2005), 'Collaborative policymaking: Local sustainable projects', *Annals of Tourism Research*, 32(2), 325-345.
- Wang, Y. & Shaul, K. (2008), 'Destination marketing: Competition, cooperation or cooptation', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 126-141.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994), *Social Network Analysis: Methods and Application*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Wesley, A. & Pforr, C. (2010), 'The governance of coastal tourism: Unravelling the layers of complexity at Smiths Beach, Western Australia', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 773-792.
- Ying, T. (2010), 'Social networks in the tourism industry: An investigation of Charleston, South Carolina', doctoral dissertation, Clemson University.

---

# HOẠT ĐỘNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM PETROLIMEX: BẢNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

**Bùi Quang Tuyền**

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

*Email: tuyenbq@vnu.edu.vn*

**Đặng Đình Tuyền**

*Tổng công ty Cổ phần bảo hiểm Petrolimex*

*Email: Ddtuyen.vn@gmail.com*

Mã bài: JED-1656

Ngày nhận: 13/03/2024

Ngày nhận bản sửa: 22/05/2024

Ngày duyệt đăng: 14/06/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1656

## **Tóm tắt:**

Bài viết này trình bày kết quả nghiên cứu về hoạt động chuyển đổi số tại Tổng công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex (PJICO) từ góc độ tiếp cận của khách hàng. Khung phân tích của chúng tôi gồm 4 thang đo phản ánh: (1) khả năng đáp ứng dịch vụ số, (2) sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng, (3) hoạt động truyền thông về dịch vụ số, (4) yêu cầu của khách hàng về dịch vụ số. Chúng tôi sử dụng dữ liệu khảo sát từ 200 khách hàng của PJICO để rút ra những nhận định về các hoạt động chuyển đổi số tại PJICO. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu và các biến nghiên cứu cho thấy khách hàng đánh giá tương đối tốt về hoạt động chuyển đổi số tại PJICO nhưng vẫn còn một số hạn chế cần điều chỉnh. Từ đó, chúng tôi đề xuất mô hình chuyển đổi số tại PJICO với 4 thành phần và 3 bước triển khai chuyển đổi số.

**Từ khóa:** Bảo hiểm, chuyển đổi số, khách hàng, Việt Nam

**Mã JEL:** 030; 032

## **Digital transformation at Petrolimex Insurance Joint Stock Corporation : Empirical evidence from the customers**

### **Abstract:**

This article presents the research results on digital transformation at Petrolimex Insurance Joint Stock Corporation (PJICO) from the customer perspective. Our analytical framework includes 4 scales that reflect: (1) ability to respond to digital services, (2) customer readiness to use the products, (3) communication activities about digital services, (4) customer requests for digital services. We used data from a survey of 200 PJICO customers to explore digital transformation activities at PJICO. Descriptive statistical results show that customers evaluate digital transformation activities at PJICO relatively well, but there are still some limitations that need to be improved. Therefore, we proposed a digital transformation model at PJICO with 4 components and 3 steps of implementation.

**Keywords:** Insurance, digital transformation, customers, Vietnam

**JEL Codes:** 030; 032

---

## 1. Mở đầu

Trong những năm gần đây, chuyển đổi số đã trở thành một yêu cầu tất yếu đối với các doanh nghiệp để có thể đáp ứng những thay đổi nhanh chóng của thị trường khi cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra khắp nơi trên thế giới. Ngành bảo hiểm không phải là một ngoại lệ. Với đặc thù của hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ, việc quản lý hợp đồng, quản trị số liệu, thông tin là rất lớn, cùng với đó là việc quản trị rủi ro, hạn chế trục lợi bảo hiểm. Các phương thức lưu trữ, quản trị cũ ngày càng khó thực hiện hơn khi lượng dữ liệu ngày một lớn. Thực tế cho thấy nguồn dữ liệu thu thập được đang chưa được sử dụng một cách có hiệu quả, tạo ra sự lãng phí rất lớn trong việc chi sử dụng công nghệ thông tin theo những yêu cầu cố định của thực tế. Các hoạt động nghiệp vụ bảo hiểm khi cấp đơn cũng như khi xử lý bồi thường cần xác thực nhanh chóng và chính xác. Các phương thức truyền thống tốn rất nhiều thời gian, tiền và nhân lực đặc biệt là trong công tác giám định bồi thường khi có tổn thất xảy ra. Tính kịp thời phải luôn được đảm bảo dù ở mọi thời điểm, điều kiện ngoại cảnh và chỉ các công nghệ số, thiết bị số đa tiện ích hiện nay mới có thể hỗ trợ xử lý.

Hiện nay, xu hướng chuyển đổi số trong công ty bảo hiểm phi nhân thọ bao gồm ứng dụng di động, trải nghiệm tương tác trực tiếp, đa kênh, đa nền tảng, đổi mới sản phẩm và dịch vụ, sử dụng dữ liệu và phân tích, tự động hóa quy trình, bảo mật và tuân thủ quy định, cũng như hợp tác với các công ty công nghệ. Những xu hướng này giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh và mang lại lợi ích cho khách hàng trong ngành bảo hiểm phi nhân thọ.

Tổng công ty Cổ phần bảo hiểm Petrolimex (PJICO) là Tổng công ty lớn với hơn 60 đơn vị thành viên trải khắp các tỉnh trên cả nước, việc quản trị một hệ thống rộng lớn về địa lý, phức tạp về hoạt động nghiệp vụ khiến các nhà lãnh đạo PJICO phải lựa chọn những công nghệ phù hợp để có thể thực hiện quản trị có hiệu quả, nhanh chóng có được những số liệu chính xác để đưa ra các quyết định đúng đắn và triển khai thực hiện hoạt động kinh doanh tới các đơn vị thành viên với tốc độ nhanh nhất. Cùng với đó là việc kết nối tương tác với các đối tác, khách hàng luôn đòi hỏi được tức thời, nhanh chóng và đảm bảo an toàn. Chính vì vậy, chuyển đổi số là một yêu cầu tất yếu đối với PJICO.

Xu hướng chuyển đổi số trên thế giới và tại Việt Nam cho thấy các công ty bảo hiểm Việt Nam đã bước đầu thực hiện quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ như Tổng công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện (PTI), Tổng công ty Cổ phần Bảo hiểm Quân đội (MIC), Tổng công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Thương mại cổ phần Công Thương Việt Nam (VIB). Đây là các công ty bảo hiểm cạnh tranh trực tiếp với PJICO. Các công ty này đã đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ, với những sản phẩm và dịch vụ đi cùng công nghệ vượt trội tạo nên lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Các công ty này từng bước tiến sát và vượt lên PJICO trong việc chiếm lĩnh thị phần thị trường bảo hiểm phi nhân thọ. Xu hướng này xuất phát từ việc phát triển của các thiết bị công nghệ đa năng, mạng internet toàn cầu, công nghệ kết nối không giới hạn bởi địa lý. Môi trường số được hình thành và cả xã hội đang hoạt động cùng thế giới số, đây là một môi trường mới với rất nhiều những tiềm năng vô hạn để con người khai phá và chỉ có thể kết nối được bằng cách sử dụng công nghệ. Xây dựng doanh nghiệp thành doanh nghiệp số và quá trình chuyển đổi số giúp quá trình này có được sự đồng bộ, phù hợp. Hành vi mua hàng cũng như trải nghiệm dịch vụ của khách hàng đã dịch chuyển dần sang môi trường số, và trở thành môi trường tiềm năng trong việc tiếp cận khách hàng của tất cả các doanh nghiệp, doanh nghiệp nào đi đầu, nắm bắt được xu thế, thực hiện được chuyển đổi hoạt động cùng môi trường số sẽ có những lợi thế vô cùng lớn để phát triển.

Trong bối cảnh ngành bảo hiểm Việt Nam đang có những chuyển biến mạnh mẽ theo hướng chuyển đổi số như đã phân tích, nghiên cứu này tập trung tìm hiểu hoạt động chuyển đổi số tại PJICO từ góc độ tiếp cận của khách hàng với những dịch vụ số của công ty, và đánh giá hoạt động chuyển đổi số mà công ty đang thực hiện. Từ đó, chúng tôi đưa ra một số đề xuất để thúc đẩy chuyển đổi số tại PJICO.

## 2. Cơ sở lý luận

### 2.1. Khái niệm chuyển đổi số

Khái niệm chuyển đổi số (CDS) được ra đời trong thời đại bùng nổ Internet, mô tả những hoạt động đổi mới một cách mạnh mẽ và toàn diện trong cách thức hoạt động của toàn doanh nghiệp. Chưa có một định nghĩa chính xác tuyệt đối về chuyển đổi số bởi tính động của hoạt động này. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu cũng như các tổ chức, doanh nghiệp cũng đã có rất nhiều các khái niệm về chuyển đổi số được đưa ra như sau:

---

Theo Zaoui & Souissi (2020), chuyển đổi số là quá trình sử dụng các công nghệ mới cùng quy trình kinh doanh để tối ưu hóa, tự động hóa và hiện đại hóa hoạt động kinh doanh của một tổ chức. Nói một cách khác, chuyển đổi kỹ thuật số áp dụng phương pháp tiếp cận dựa trên kỹ thuật số, hướng đến khách hàng đối với tất cả các khía cạnh của doanh nghiệp, từ mô hình kinh doanh đến trải nghiệm của khách hàng đến các quy trình và hoạt động.

Sharat Chandra Jha (2023) nêu rằng chuyển đổi số là quá trình tận dụng các công nghệ kỹ thuật số để chuyển đổi các hoạt động, quy trình và mô hình kinh doanh nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu luôn thay đổi của khách hàng và các bên liên quan. Theo đó, chuyển đổi số là sự chuyển đổi các hoạt động, quy trình và mô hình kinh doanh sang mô hình số, dựa trên sự kết hợp của các công nghệ số, dữ liệu và quy trình kinh doanh.

Hồ Tú Bảo & Nguyễn Nhật Quang (2022) đưa ra khái niệm chuyển đổi số là quá trình sử dụng các công nghệ số để tăng cường giá trị của các sản phẩm và dịch vụ, từ đó cải thiện năng suất và hiệu quả kinh doanh của các công ty. Ngoài ra, chuyển đổi số còn đòi hỏi các công ty phải thay đổi hoạt động và cách tiếp cận thị trường để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng trong thời đại số hóa.

## **2.2. Đặc điểm của hoạt động chuyển đổi số trong lĩnh vực bảo hiểm**

Chuyển đổi số trong lĩnh vực bảo hiểm có những đặc điểm riêng biệt. Dưới đây là một số đặc điểm quan trọng:

- Tính phức tạp của dữ liệu: Lĩnh vực bảo hiểm tích hợp nhiều dạng dữ liệu khác nhau, bao gồm thông tin khách hàng, thông tin chính sách, thông tin về rủi ro và tổ chức nội bộ. Chuyển đổi số trong bảo hiểm đòi hỏi khả năng xử lý và tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau để tạo ra thông tin có giá trị và hỗ trợ quyết định.

- Quy mô và phạm vi rộng lớn: Các công ty bảo hiểm thường có quy mô lớn và hoạt động trên nhiều lĩnh vực và địa điểm khác nhau. Chuyển đổi số trong bảo hiểm đòi hỏi sự đồng bộ và tính nhất quán trong việc triển khai các giải pháp số trên toàn bộ tổ chức và hệ thống.

- Quy trình phức tạp: Quy trình bảo hiểm bao gồm nhiều bước và liên quan đến nhiều bên liên quan, bao gồm khách hàng, đại lý, nhân viên và đối tác. Chuyển đổi số trong bảo hiểm đòi hỏi sự tối ưu hóa và tự động hóa các quy trình để tăng cường hiệu quả và giảm thời gian xử lý.

- Tính khách quan và đáng tin cậy: Ngành bảo hiểm yêu cầu tính chính xác và đáng tin cậy cao. Chuyển đổi số trong bảo hiểm đòi hỏi sự chú trọng đến bảo mật thông tin, khả năng xác thực và đảm bảo tính toàn vẹn của dữ liệu để duy trì niềm tin của khách hàng và các bên liên quan.

- Tương tác khách hàng tăng cường: Chuyển đổi số trong bảo hiểm tạo ra cơ hội để tăng cường tương tác với khách hàng thông qua các kênh số, bao gồm ứng dụng di động, trang web và dịch vụ trực tuyến. Các công ty bảo hiểm có thể cung cấp cho khách hàng trải nghiệm tốt hơn và dễ dàng tiếp cận thông tin và dịch vụ.

- Sự phụ thuộc vào công nghệ mới: Chuyển đổi số trong bảo hiểm liên quan đến việc áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, machine learning, blockchain và IoT. Các công ty bảo hiểm cần nắm bắt và sử dụng những công nghệ này để cải thiện quy trình kinh doanh, phân tích dữ liệu và tạo ra giá trị cho khách hàng.

- An toàn, bảo mật hệ thống, dữ liệu: Chuyển đổi số gắn liền với việc sử dụng công nghệ số hóa, và tương tác trên môi trường số. Đây cũng là một môi trường tiềm ẩn những rủi ro không lường trước được bởi sự thay đổi và phát triển của các kỹ thuật phát triển công nghệ, virus, những thủ đoạn đánh cắp dữ liệu cũ cũng như mới đều có thể gây tác động rất lớn tới chủ thể khi gặp phải.

Tóm lại, chuyển đổi số trong lĩnh vực bảo hiểm đòi hỏi sự tích hợp dữ liệu phức tạp, quản lý quy trình phức tạp, sự đáng tin cậy và tăng cường tương tác khách hàng. Đồng thời, công nghệ mới đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện hiệu suất và tạo ra giá trị trong ngành bảo hiểm. Và trên hết đó là việc an toàn, bảo mật trên môi trường số.

## **2.3. Chuyển đổi số trong lĩnh vực bảo hiểm: lợi ích và thách thức**

Ngành bảo hiểm là một ngành có nhiều tiềm năng và thách thức trong quá trình chuyển đổi số. Ngành này đã và đang áp dụng nhiều giải pháp phần mềm công nghệ trong việc tạo dựng, thiết lập mới cấu trúc số cho ngành, giúp ngành giảm thiểu sự chồng chéo, chậm chạp, đồng bộ trong hệ thống quản lý.

---

Chuyển đổi số ngành bảo hiểm giúp tạo ra chuỗi giá trị bảo hiểm, cải tiến các sản phẩm bảo hiểm, cải tiến kênh phân phối, cải thiện trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động. Bên cạnh đó cũng yêu cầu các doanh nghiệp bảo hiểm đầu tư, tăng cường ứng dụng các công nghệ số như ứng dụng AI trong việc hỗ trợ tra cứu bảo hiểm xã hội, Bigdata, IoT, chatbot, mobile app, nền tảng website tra cứu, dịch vụ công trực tuyến để phân tích thị trường, hỗ trợ người tham gia bảo hiểm và giải quyết chế độ, chăm sóc khách hàng. Dự báo xu hướng Insurtech (bảo hiểm số) trong năm 2023 và xa hơn sẽ có sự thay đổi toàn diện trong ngành bảo hiểm, giúp các công ty bảo hiểm tiếp cận khách hàng nhanh chóng, rút ngắn thời gian cung cấp sản phẩm bảo hiểm và giảm bớt các chi phí không cần thiết. Việc tiếp cận và sử dụng công nghệ mới như: BigData, AI, Mạng không dây, Robot... giúp các công ty bảo hiểm công nghệ hóa quá trình dịch vụ, giảm bớt tính công kênh của cơ cấu tổ chức công ty; trao đổi thông tin nhanh, hiệu quả giữa công ty và khách hàng, hỗ trợ các công ty bảo hiểm quản trị rủi ro, dễ dàng tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới phù hợp nhu cầu của khách hàng. Số lượng khách hàng sử dụng các ứng dụng công nghệ, mạng xã hội ngày càng lớn tạo cơ hội cho các công ty bảo hiểm khai thác tiếp cận nguồn khách này dễ hơn. Một số công nghệ mới có khả năng hỗ trợ việc xác thực thông tin trực tuyến với mức độ tin cậy cao như: eKYC, ký điện tử, kết nối video trực tiếp... giúp quá trình xác thực các đối tượng bảo hiểm nhanh chóng, dễ dàng cho cả khách hàng và công ty bảo hiểm.

Chuyển đổi số ngành bảo hiểm cũng gặp phải những thách thức như doanh thu kênh bảo hiểm trực tuyến còn thấp, tiềm lực tài chính cho việc đầu tư công nghệ chưa cao, nhân lực chuyên trách mảng công nghệ còn mỏng, yếu, chưa có quy định đặc thù hỗ trợ triển khai nhiệm vụ chuyển đổi số.

### **3. Bối cảnh và phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Bối cảnh nghiên cứu**

Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Petrolimex (gọi tắt là PJICO) được thành lập ngày 15/06/1995 với tên gọi Công ty cổ phần Bảo hiểm Petrolimex, là Công ty cổ phần đầu tiên hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại thị trường Việt Nam. Từ số vốn ban đầu 53 tỷ đồng với 8 cán bộ tại trụ sở chính và 4 đơn vị thành viên tại thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng, Cần Thơ, đến nay PJICO đã trở thành Tổng công ty Bảo hiểm phi nhân thọ thuộc top đầu thị trường với tổng số vốn lên đến 1777 tỷ đồng với hơn 60 đơn vị thành viên hoạt động trên toàn quốc, 1471 lao động, cán bộ chuyên nghiệp, cùng với hơn 3500 đại lý phục vụ hơn 1 triệu lượt khách hàng mỗi năm (số liệu 31/12/2022). Doanh thu phí bảo hiểm gốc của PJICO trong năm 2022 đạt 3772 tỷ đồng, tăng trưởng trung bình 10%/năm trong giai đoạn từ 2017-2022, xếp trong TOP 6 thị phần doanh thu của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ, tương đương chiếm khoảng 5,58%.

Các công ty bảo hiểm trong đó có PJICO phải phát triển các kênh tương tác mới, các dịch vụ với những quy trình mới nhằm đáp ứng các yêu cầu của khách hàng. Vì thế các giải pháp về chuyển đổi cần phải có sự lựa chọn công nghệ, thay đổi quy trình, thay đổi cách tiếp cận để phù hợp.

Các công ty bảo hiểm có nhiều lựa chọn công nghệ thích hợp với yêu cầu của mình. PJICO đã thực hiện thuê các giải pháp về chữ ký số, công nghệ OCR, giải pháp bồi thường trực tuyến của một số đối tác cung cấp trên thị trường. Những công nghệ này đã tạo được những chuyển biến trong hoạt động bồi thường của PJICO, đặc biệt trong việc hỗ trợ xử lý hồ sơ chỉ trong thời gian 04 tháng. Đây là sự thay đổi rất rõ rệt vì các hồ sơ trước kia phải nhập tay thì nay đã được phần mềm tự động chuyển thành các dữ liệu có thể đưa vào các bảng biểu, báo cáo, các hệ thống khác. Các hệ thống công nghệ này nếu PJICO tự phát triển thì sẽ phải mất thời gian rất dài để có thể đạt được kết quả như vậy.

Ngoài ra, sự chuyển đổi mạnh mẽ của đối thủ cạnh tranh tạo ra nguy cơ tụt lại phía sau của PJICO trong việc chuyển đổi mô hình kinh doanh, giảm lợi thế cạnh tranh khi các đối thủ đi trước và chiếm được những thị phần lớn trên các kênh đang ngày càng phát triển. Không những thế, chuyển đổi số tạo nền tảng giúp các công ty có thể xây dựng được hệ thống quản trị linh động, hiệu quả, có nguồn dữ liệu quan trọng nhằm quản trị rủi ro và xây dựng các sản phẩm bảo hiểm mới. Trong bối cảnh đó, PJICO phải nhanh chóng có sự thay đổi phù hợp để cân bằng và vươn lên trước các đối thủ.

Nhận diện bối cảnh của ngành bảo hiểm Việt Nam và vị trí của PJICO trên thị trường, nghiên cứu này đặt ra mục tiêu phân tích hoạt động chuyển đổi số tại PJICO từ góc độ tiếp cận của khách hàng để từ đó đưa ra các giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số tại PJICO.

#### **3.2. Thang đo nghiên cứu**

Nghiên cứu này tiếp cận hoạt động chuyển đổi số từ góc độ khách hàng. Do vậy, thang đo đánh giá hoạt động chuyển đổi số từ góc độ khách hàng trong nghiên cứu này gồm 4 nhóm tiêu chí: (i) Khả năng đáp ứng dịch vụ số của công ty (5 biến quan sát); (ii) Sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng với các dịch vụ số của công ty (2 biến quan sát); (iii) Hoạt động truyền thông, quảng bá và cung cấp đầy đủ thông tin về các dịch vụ số của công ty (4 biến quan sát); (iv) Yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số của công ty (4 biến quan sát). Thang đo “khả năng đáp ứng dịch vụ số của công ty” (DU) và “sự sẵn sàng sử dụng dịch vụ của khách hàng” (SS) được xây dựng trên cơ sở tham khảo thang đo chất lượng dịch vụ từ nghiên cứu của Parasuraman & cộng sự (1988) và Gronroos (1988). Thang đo “hoạt động truyền thông quảng bá về

**Bảng 1: Thang đo đánh giá hoạt động chuyển đổi số từ góc độ khách hàng**

Thang đo	Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Khả năng đáp ứng dịch vụ số của công ty (DU)	DU1	Tôi có nhiều cách thức dễ dàng khi cần liên hệ và tương tác với PJICO	Parasuraman & cộng sự (1988); Gronroos (1988)
	DU2	Tôi có nhiều lựa chọn khi mua bảo hiểm của PJICO qua các kênh trực tuyến như website, sàn thương mại điện tử	
	DU3	Tôi thấy các ứng dụng di động hoặc trang web của PJICO rất tiện lợi và dễ sử dụng	
	DU4	Công nghệ của PJICO đáp ứng đủ yêu cầu của tôi về khả năng tương tác và hỗ trợ từ xa, đặc biệt là trong những trường hợp khẩn cấp và cần sự giúp đỡ ngay lập tức	
	DU5	PJICO đang sử dụng các công nghệ hiện đại và tiên tiến trong hoạt động của mình khi cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng	
Sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng (SS)	SS1	Tôi sẵn sàng thực hiện các giao dịch, tương tác trực tuyến như: mua bảo hiểm và thanh toán online, thực hiện bồi thường và nhận tiền bồi thường online trên các nền tảng trực tuyến của PJICO	Parasuraman & cộng sự (1988); Gronroos (1988)
	SS2	Tôi không lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin khi giao dịch trực tuyến với PJICO	
Hoạt động truyền thông quảng bá về dịch vụ số (TT)	TT1	Tôi thường xuyên thấy hình ảnh của PJICO trên các phương tiện thông tin đại chúng hoặc các phương tiện khác	Yoshida (2017); Garcia-Fernández & cộng sự (2020); Tác giả phát triển
	TT2	Tôi thấy hoạt động quảng bá sản phẩm cũng như các dịch vụ của PJICO được thực hiện tốt.	
	TT3	Tôi được PJICO cung cấp đủ thông tin và tài liệu hướng dẫn về việc sử dụng công nghệ của công ty	
	TT4	Trải nghiệm của tôi với các dịch vụ của PJICO tốt hơn các công ty bảo hiểm khác tôi đã từng sử dụng	
Yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số (YC)	YC1	PJICO cần cải thiện về công nghệ để tăng trải nghiệm cho khách hàng	Yoshida (2017); Koh & cộng sự (2021); Stadlman & cộng sự (2023); Tác giả phát triển
	YC2	PJICO cần đưa nhiều sản phẩm lên các kênh trực tuyến để khách hàng dễ tiếp cận	
	YC3	PJICO nên ứng dụng công nghệ trong việc giải quyết bồi thường để việc xác minh được nhanh chóng và thuận tiện cho khách hàng	
	YC4	Trong thời gian tới công nghệ sẽ giúp các công ty bảo hiểm tăng khả năng tiếp cận và chiếm lĩnh được thị trường	

*Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và phát triển.*

dịch vụ số” (TT) được tác giả tham khảo và bổ sung từ nghiên cứu của Yoshida (2017), và nghiên cứu của García-Fernández & cộng sự (2020). Thang đo “yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số” (YC) được tham khảo và phát triển từ nghiên cứu của Yoshida (2017), Koh & cộng sự (2021), Stadlman & cộng sự (2023). Bảng 1 trình bày chi tiết các thang đo.

### 3.3. Mẫu khảo sát và phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu

Đối tượng khảo sát của nghiên cứu này là các khách hàng cá nhân đã sử dụng dịch vụ của PJICO. Hiện nay, PJICO có 900.000 khách hàng cá nhân. Nhóm nghiên cứu thiết kế phiếu khảo sát trực tuyến bằng công cụ Google Form và gửi đến các khách hàng của PJICO thông qua hệ thống thư điện tử do bộ phận chăm sóc khách hàng quản lý. Các thông tin cá nhân của khách hàng được cam kết bảo mật. Đồng thời, nhóm nghiên cứu cam kết chỉ sử dụng các ý kiến đánh giá của khách hàng cho mục đích nghiên cứu khoa học và không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác. Thời gian khảo sát diễn ra trong 3 tháng từ tháng 6 đến tháng 9 năm 2023.

Dữ liệu thu thập từ khảo sát khách hàng được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 22.0. Nhóm tác giả đánh giá độ tin cậy thang đo và giá trị trung bình của các biến quan sát trong thang đo để có những bình luận về kết quả nghiên cứu.

## 4. Kết quả nghiên cứu và bình luận

### 4.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Sau hơn 3 tháng gửi phiếu khảo sát, nhóm nghiên cứu thu về 200 phiếu khảo sát hợp lệ. Trong số khách hàng được khảo sát, 35% là nữ giới, và 65% là nam giới. Về độ tuổi của mẫu khách hàng tham gia khảo sát, 11% khách hàng trong dưới 24 tuổi, 54% khách hàng trong độ tuổi từ 24 đến 35 tuổi, 32% khách hàng từ 36 đến 49 tuổi, và 3% 50 tuổi trở lên. Phân bố khu vực khảo sát được gồm: 61% tại thành phố lớn, 32% tại thị trấn, thành thị nhỏ, và 7% ngoại thành

### 4.2. Kiểm định thang đo nghiên cứu

Thang đo nghiên cứu được kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach’s alpha và hệ số tương quan biến tổng. Đồng thời, để kiểm định tính giá trị của thang đo, nhóm tác giả chạy phân tích khám phá nhân tố (EFA) để xác định các hệ số tải nhân tố của các biến quan sát. Kết quả kiểm định được trình bày trong Bảng 2.

**Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy và tính giá trị của thang đo**

Thang đo	Ký hiệu	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số tải nhân tố	Cronbach’s alpha
Khả năng đáp ứng dịch vụ số của công ty (DU)	DU1	0.640	0.838	<b>0.899</b>
	DU2	0.780	0.907	
	DU3	0.866	0.739	
	DU4	0.713	0.505	
	DU5	0.768	0.679	
Sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng (SS)	SS1	0.330	0.832	<b>0.500</b>
	SS2	0.330	0.549	
Hoạt động truyền thông quảng bá về dịch vụ số (TT)	TT1	0.633	0.825	<b>0.859</b>
	TT2	0.776	0.825	
	TT3	0.721	0.594	
	TT4	0.759	0.502	
Yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số (YC)	YC1	0.562	0.828	<b>0.850</b>
	YC2	0.722	0.808	
	YC3	0.811	0.882	
	YC4	0.672	0.672	

Nguồn: Nhóm tác giả tính toán từ kết quả khảo sát.

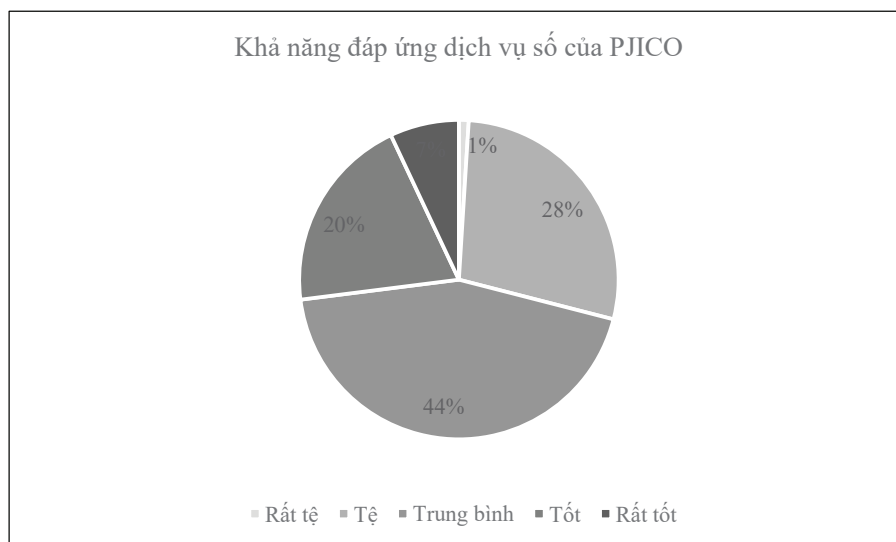
Bảng 2 cho thấy các thang đo DU, SS, TT và YC đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach’s alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0.3. Không có biến quan sát nào bị loại

bỏ. Ngoài ra, các thang đo này cũng đạt yêu cầu về tính giá trị với hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5 theo kết quả phân tích khám phá nhân tố (EFA). Như vậy, thang đo phù hợp và đủ điều kiện sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

### 4.3. Đánh giá hoạt động chuyển đổi số tại PJICO từ góc độ khách hàng

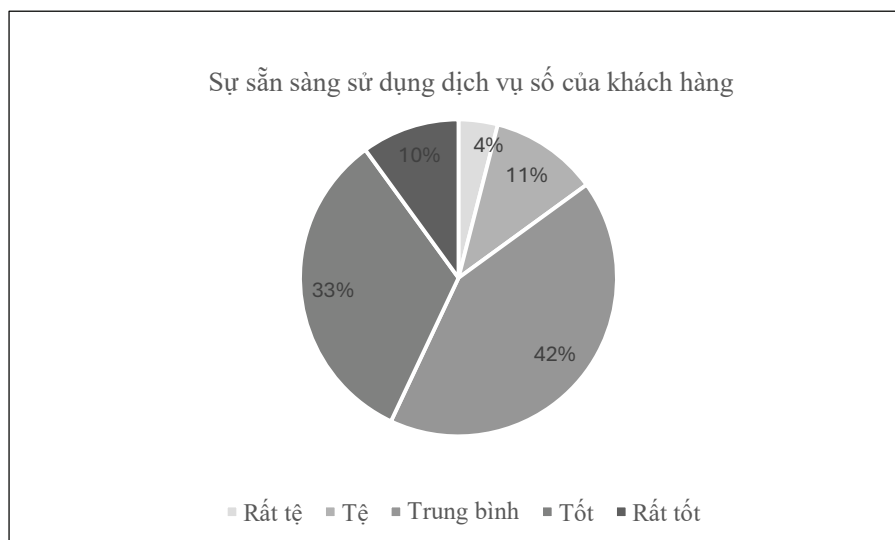
Qua khảo sát 200 khách hàng sử dụng dịch vụ số của PJICO, nhóm tác giả thống kê kết quả khảo sát theo các biểu đồ như sau.

**Hình 1: Đánh giá của khách hàng về khả năng đáp ứng dịch vụ số của PJICO**



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát.

**Hình 2: Đánh giá của khách hàng về mức độ sẵn sàng sử dụng dịch vụ số của PJICO**



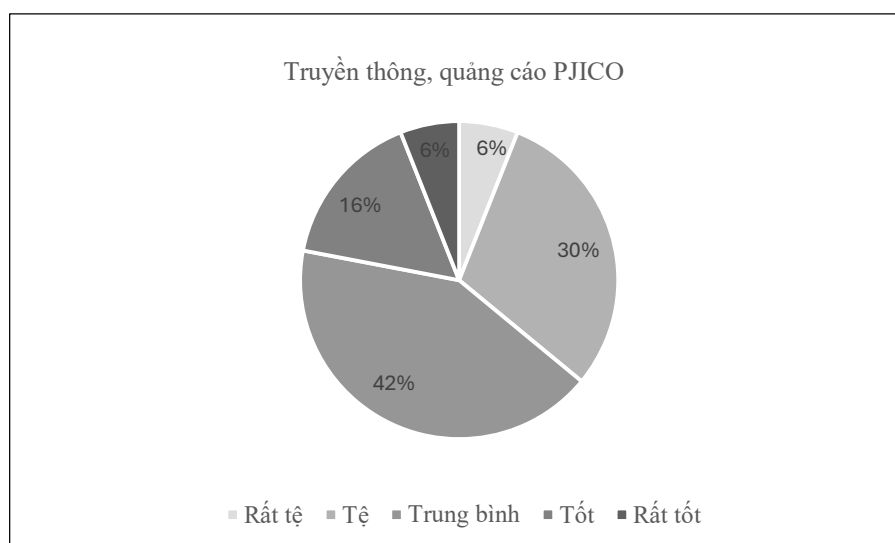
Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát.

Có thể thấy thông qua kết quả khảo sát cả 4 tiêu chí đánh giá của khách hàng thì gần một nửa số lượng khách hàng được khảo sát đánh giá mức độ trung bình (từ 42% đến 44%). Trong đó nhóm tiêu chí 4 về yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số của PJICO đạt 63% chứng tỏ rằng phần nhiều các khách hàng sử dụng dịch vụ của PJICO đều mong muốn cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ số. Kết quả này hàm ý rằng PJICO cần tập trung cải thiện các ứng dụng cũ, phát triển các dịch vụ số mới hướng tới khách hàng là trung tâm, nâng cao trải nghiệm khách hàng. Theo đó, PJICO cần đẩy mạnh thực hiện chuyển đổi số trong từng quy trình dịch vụ.

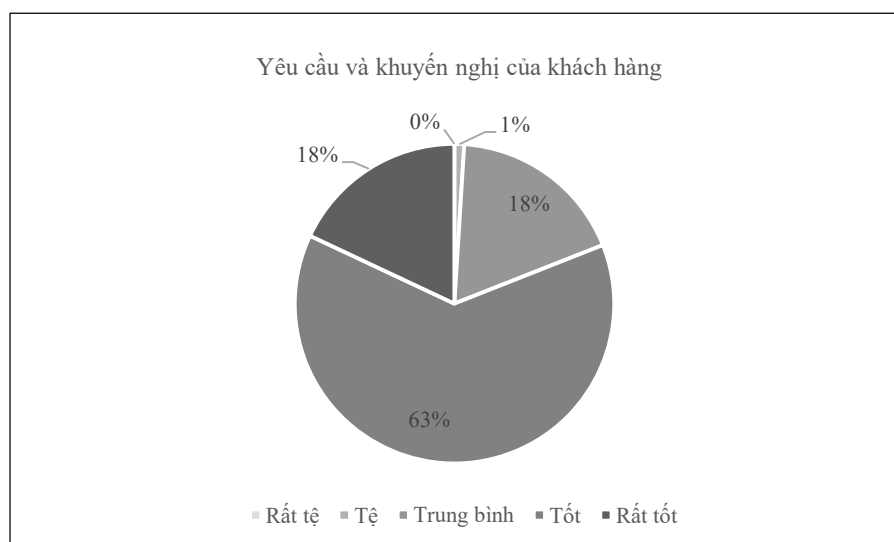
Kết quả trong Bảng 3 cho thấy khách hàng có đánh giá khá tốt về các hoạt động chuyển đổi số tại PJICO



**Hình 3: Đánh giá của khách hàng về hoạt động truyền thông, quảng bá về dịch vụ số của PJICO**



**Hình 4: Đánh giá của khách hàng về các yêu cầu và khuyến nghị**



*Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát.*

với các biến quan sát của thang đo DU đều ở mức 3.0 trở lên. Trong đó, DU1 có giá trị cao nhất là 3.34, cho thấy khả năng đáp ứng dịch vụ số của PJICO đang có sự nổi trội về tính tương tác với khách hàng.

Xét về mức độ sẵn sàng sử dụng dịch vụ, khách hàng được khảo sát cho thấy mức độ đánh giá ở mức khá với SS1 là 3.62 và SS2 là 3.11. Điều này cho thấy khách hàng vẫn còn một chút e ngại khi sử dụng dịch vụ số của PJICO.

Ngoài ra, khi xem xét thang đo TT, nhóm tác giả nhận thấy các biến quan sát trong thang đo này có giá trị không cao (từ 2.65 đến 3.14). Điều này hàm ý rằng PJICO có hoạt động truyền thông quảng bá chưa thực sự tốt, khả năng đáp ứng dịch vụ số ở mức trung bình. Khách hàng của PJICO sẵn sàng sử dụng các dịch vụ số và vấn đề bảo mật được coi trọng, bên cạnh đó khách hàng có rất nhiều các mong muốn và khuyến nghị về các tiện ích gắn liền yếu tố công nghệ trong hoạt động của PJICO.

Cuối cùng, thang đo YC cho thấy khách hàng có những yêu cầu nhất định đối với PJICO trong đó yêu cầu bức thiết nhất là việc công ty “ứng dụng công nghệ trong việc giải quyết bồi thường để việc xác minh được nhanh chóng và thuận tiện cho khách hàng”. Mặt khác, các biến quan sát trong thang đo YC đều có giá trị xấp xỉ 4.0. Điều này cho thấy tính cấp thiết đối với việc PJICO thúc đẩy quá trình chuyển đổi số để phục vụ khách hàng tốt hơn.

**Bảng 3: Tổng hợp đánh giá của khách hàng về các nhóm tiêu chí của hoạt động chuyển đổi số tại PJICO**

Thang đo	Ký hiệu	Biểu quan sát	Giá trị trung bình (Thang 5 điểm)
Khả năng đáp ứng dịch vụ số của công ty	DU1	Tôi có nhiều cách thức dễ dàng khi cần liên hệ và tương tác với PJICO	3.34
	DU2	Tôi có nhiều lựa chọn khi mua bảo hiểm của PJICO qua các kênh trực tuyến như website, sàn thương mại điện tử	3.11
	DU3	Tôi thấy các ứng dụng di động hoặc trang web của PJICO rất tiện lợi và dễ sử dụng	3.07
	DU4	Công nghệ của PJICO đáp ứng đủ yêu cầu của tôi về khả năng tương tác và hỗ trợ từ xa, đặc biệt là trong những trường hợp khẩn cấp và cần sự giúp đỡ ngay lập tức	3.12
	DU5	PJICO đang sử dụng các công nghệ hiện đại và tiên tiến trong hoạt động của mình khi cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng	3.23
Sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng	SS1	Tôi sẵn sàng thực hiện các giao dịch, tương tác trực tuyến như: mua bảo hiểm và thanh toán online, thực hiện bồi thường và nhận tiền bồi thường online trên các nền tảng trực tuyến của PJICO	3.62
	SS2	Tôi không lo ngại về vấn đề bảo mật thông tin khi giao dịch trực tuyến với PJICO	3.11
Hoạt động truyền thông quảng bá về dịch vụ số	TT1	Tôi thường xuyên thấy hình ảnh của PJICO trên các phương tiện thông tin đại chúng hoặc các phương tiện khác	2.65
	TT2	Tôi thấy hoạt động quảng bá sản phẩm cũng như các dịch vụ của PJICO được thực hiện tốt.	3.14
	TT3	Tôi được PJICO cung cấp đủ thông tin và tài liệu hướng dẫn về việc sử dụng công nghệ của công ty	2.95
	TT4	Trải nghiệm của tôi với các dịch vụ của PJICO tốt hơn các công ty bảo hiểm khác tôi đã từng sử dụng	3.05
Yêu cầu và khuyến nghị của khách hàng về các dịch vụ số	YC1	PJICO cần cải thiện về công nghệ để tăng trải nghiệm cho khách hàng	3.95
	YC2	PJICO cần đưa nhiều sản phẩm lên các kênh trực tuyến để khách hàng dễ tiếp cận	3.98
	YC3	PJICO nên ứng dụng công nghệ trong việc giải quyết bồi thường để việc xác minh được nhanh chóng và thuận tiện cho khách hàng	4.16
	YC4	Trong thời gian tới công nghệ sẽ giúp các công ty bảo hiểm tăng khả năng tiếp cận và chiếm lĩnh được thị trường	4.09

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát.

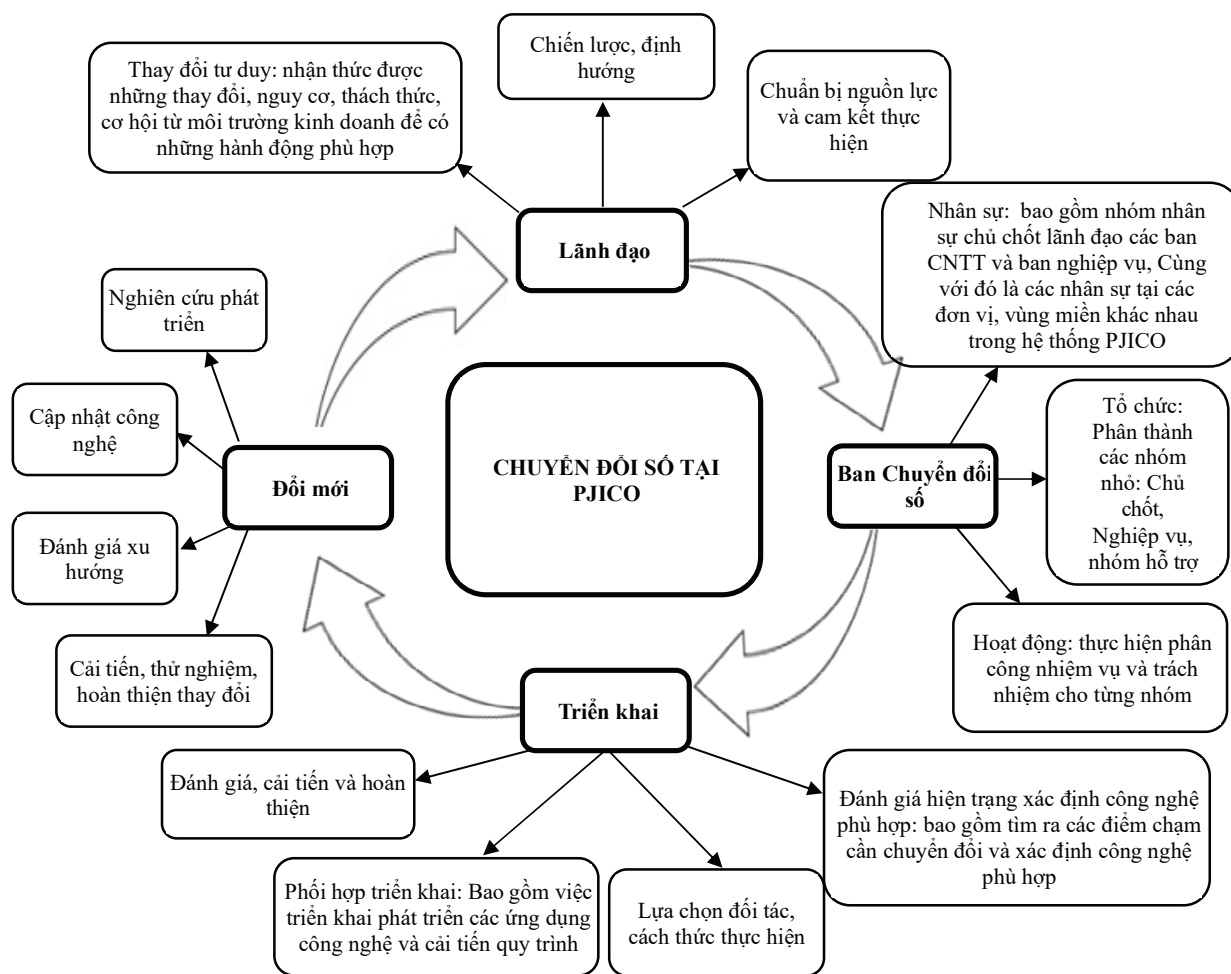
## 5. Hàm ý và kết luận

Từ kết quả phân tích hoạt động chuyển đổi số tại PJICO từ góc độ tiếp cận của khách hàng, nhóm nghiên cứu đưa ra một số đề xuất để thúc đẩy chuyển đổi số tại công ty. Theo kết quả nghiên cứu hoạt động chuyển đổi số tại PJICO cho thấy, mặc dù hoạt động chuyển đổi số đã được khách hàng đánh giá tương đối tốt với các mức điểm số trung bình từ 3 đến 4 trên thang điểm 5, nhưng họ vẫn có những yêu cầu cao hơn về việc PJICO cần thúc đẩy chuyển đổi số để đảm bảo phục vụ khách hàng tốt hơn. Do vậy, các giải pháp đề xuất của chúng tôi sử dụng cách tiếp cận dài hạn và trên cơ sở quan sát thực tiễn quy trình thực hiện các nghiệp vụ tại PJICO để đưa ra mô hình chuyển đổi số tại PJICO với sự tham gia của các thành phần vào quá trình chuyển đổi số có thể thực hiện.

Trong quá trình chuyển đổi số, các thành phần tham gia đều có sự tác động qua lại với nhau. Công nghệ có thể thay đổi tư duy, chiến lược của lãnh đạo và ngược lại khi tư duy thay đổi việc lựa chọn sử dụng và triển khai công nghệ cũng có sự thay đổi. Với quan điểm đó, nhóm tác giả đưa ra mô hình cho quá trình chuyển đổi số tại PJICO như trình bày trong Hình 5.

Thứ nhất về công tác lãnh đạo, PJICO cần thay đổi tư duy từ ban lãnh đạo, đưa ra các chiến lược và định

**Hình 5: Mô hình chuyển đổi số tại PJICO**



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất.

hướng mới gắn với yêu cầu tất yếu về việc hoạt động trên môi trường số và sự giao thoa giữa môi trường số và môi trường kinh doanh đang thực hiện, đặc biệt là sự quyết liệt, cam kết của lãnh đạo với quá trình chuyển đổi. PJICO bắt đầu thực hiện chuyển đổi số sau so với nhiều công ty trong ngành. Chính vì thế, công ty cần nhận thức được tính cấp bách và tìm được điểm chuyển đổi phù hợp, không thực hiện dàn trải, cần tập trung chính vào một số yêu cầu cấp bách như: app mobile dành cho khách hàng, tích hợp các phần mềm cấp đơn, phần mềm xử lý bồi thường với app để tạo điểm kết nối với khách hàng. Thực hiện quảng bá dựa trên thế mạnh nội tại của PJICO đó là cổ đông sáng lập PETROLIMEX với hệ thống cây xăng trải khắp cả nước và là một tập đoàn lớn, có uy tín, đây là một lợi thế vô cùng lớn cho PJICO.

Thứ hai, PJICO cần thành lập Ban Chuyển đổi số với sự tham gia của lãnh đạo cấp cao trong công ty và các thành viên chủ chốt là lãnh đạo các phòng ban liên quan. Đặc biệt cần một Giám đốc công nghệ thông tin có khả năng lãnh đạo, phụ trách và triển khai chiến lược công nghệ thông tin, sự tham gia của lãnh đạo các phòng ban nghiệp vụ để có sự chỉ đạo đưa ra các yêu cầu thực chất nhất với từng nghiệp vụ với quá trình chuyển đổi số. Sử dụng các thành viên tại các tỉnh, vùng, miền trên cả nước để thường xuyên có những ý kiến đóng góp cho quá trình triển khai sát với hiện trạng tại các đơn vị. Nhóm hỗ trợ tổng hợp, phân tích các yêu cầu và đưa lên ban dự án để có những quyết sách thay đổi và lựa chọn công nghệ phù hợp.

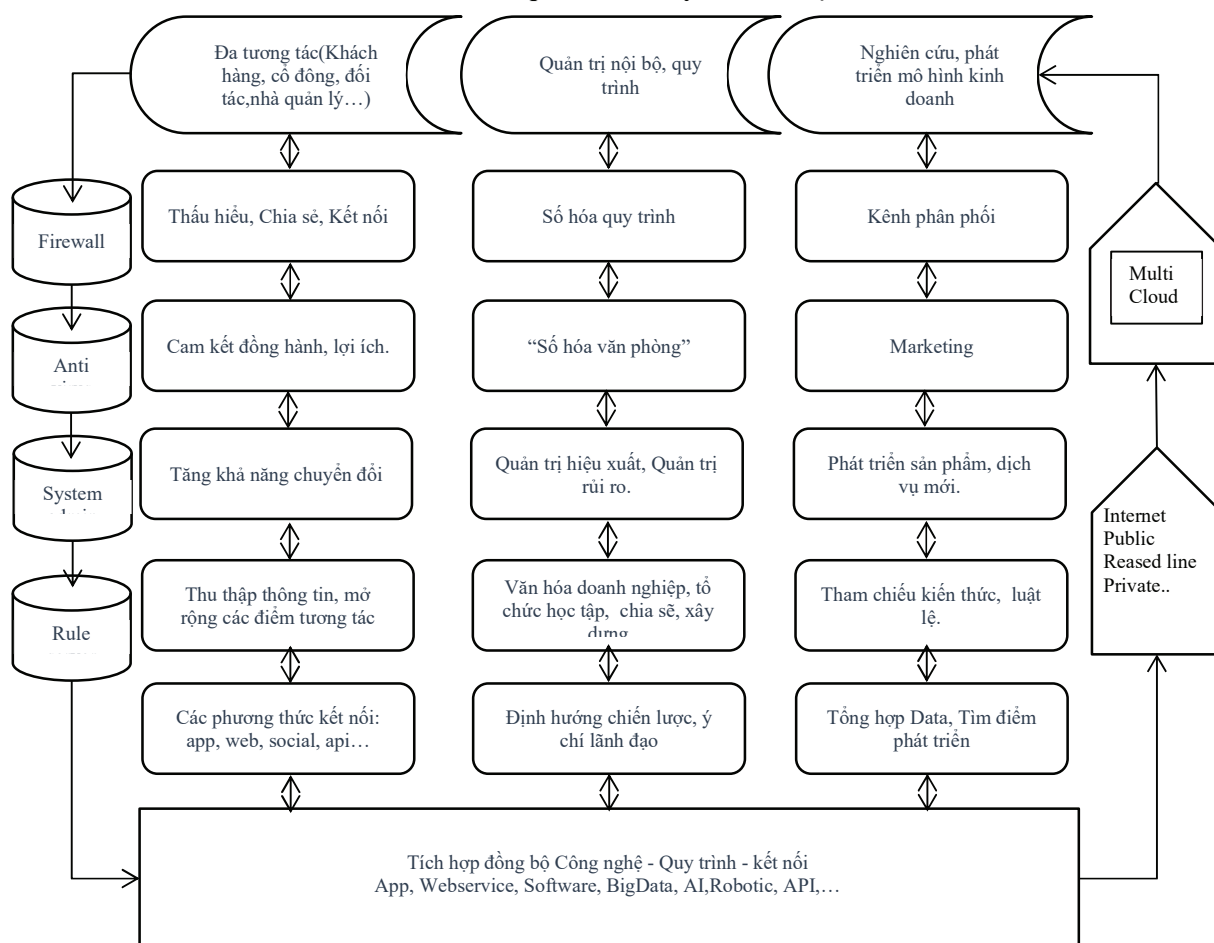
Thứ ba, PJICO cần triển khai thực hiện các quá trình lựa chọn công nghệ, lên phương án triển khai, lựa chọn đối tác, phân bổ nguồn lực, phân công nhiệm vụ, hoàn thiện từng mục nhỏ để tạo nên nền tảng thay đổi lớn. PJICO cần lựa chọn các điểm chuyển đổi để từ đó lan tỏa trong toàn hoạt động. PJICO nên bắt đầu từ các nghiệp vụ cấp đơn, bồi thường nghiệp vụ xe cơ giới, sức khỏe vì đây là các nghiệp vụ có đặc điểm

đa số khách hàng là nhỏ lẻ, và là các nghiệp vụ cần sự tương tác thường xuyên giữa PJICO với khách hàng ở tất cả các bước trong quy trình. Công ty cần thiết lập kênh kết nối trực tiếp với khách hàng và điều chỉnh quy trình phù hợp.

Thứ tư là hoạt động đổi mới. Công ty cần luôn nghiên cứu cập nhật các thay đổi mới từ đó đưa ra các ý tưởng, quyết sách thay đổi, thực hiện thử nghiệm và triển khai.

Các quá trình này hình thành vòng lặp tạo tính liên tục và đổi mới cho quá trình chuyển đổi số và hoạt động kinh doanh của PJICO. Với quan điểm chuyển đổi số là một quá trình động, các thành phần, nhân tố trong quá trình chuyển đổi số đều có sự tác động qua lại với nhau. Vì vậy, PJICO cần có sự tập trung, sâu sát và năng lực công nghệ, kiến thức nghiệp vụ đảm bảo của các thành viên trong tổ chức khi thực hiện chuyển đổi số để tạo được sự đồng bộ giữa các thành phần với những yêu cầu khác nhau. Đồng thời, PJICO cũng cần đảm bảo nguồn lực về tài chính, con người cho quá trình chuyển đổi số. Vì vậy, nhóm tác giả đề xuất sơ đồ chi tiết để triển khai quá trình chuyển đổi số cho PJICO (xem Hình 6).

**Hình 6: Sơ đồ triển khai quá trình chuyển đổi số tại PJICO**



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất.

Hình 6 có một số bước trong triển khai quá trình chuyển đổi số tại PJICO như sau:

Một là, tạo dựng được một doanh nghiệp số: tạo dựng hệ quản trị nội bộ, các quy trình hoạt động trên môi trường số kết hợp với các giải pháp công nghệ và định hướng của lãnh đạo. PJICO cần xây dựng các ứng dụng công nghệ nhằm số hóa các hoạt động quản trị tài chính, rủi ro, hỗ trợ các hoạt động cấp đơn, bồi thường và tạo lập những quy trình mới có sự giao thoa giữa các quy trình cũ nhằm tránh việc sự thay đổi đột ngột sẽ ảnh hưởng không tốt tới hoạt động. Bên cạnh đó việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp trên tinh thần học tập, chia sẻ cần được chú trọng.

Hai là, tăng cường khả năng đáp ứng việc thay đổi linh hoạt cho sản phẩm, dịch vụ. Để đạt được điều này,

---

PJICO cần thu thập được nhiều nguồn dữ liệu chất lượng nhằm phục vụ quá trình xây dựng, đánh giá rủi ro và định giá sản phẩm. Một nguồn dữ liệu quan trọng là từ nguồn khách hàng đã sử dụng sản phẩm của PJICO và dữ liệu của các tổ chức cung cấp thông tin đáng tin cậy. Khi có được dữ liệu, các chuyên gia phát triển sản phẩm và định giá cần phối hợp cùng đội ngũ công nghệ thông tin để xác lập những công thức đưa vào hệ thống công nghệ số nhằm có được kết quả về những thói quen, mong muốn của khách hàng, những số liệu làm rõ tỉ lệ rủi ro... qua đó có thể xây dựng sản phẩm mới, hoặc điều chỉnh sản phẩm cũ phù hợp với các đối tượng có thông tin. Ngoài ra, PJICO cũng nên kết hợp các hoạt động marketing và các kênh phân phối để sản phẩm đến được khách hàng với hiệu quả cao hơn và tính cạnh tranh tốt hơn.

Ba là, tương tác đa chiều dựa trên sự đồng hành, thấu hiểu. PJICO cần tạo nhiều điểm tương tác với khách hàng trong hành trình trải nghiệm dịch vụ, qua đó tiến hành các hoạt động cập nhật, đổi mới thường xuyên để ngày càng tạo được trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng cũng như thu thập được nguồn dữ liệu có chất lượng cho công tác phát triển sản phẩm, phát triển hệ thống, chăm sóc khách hàng.

Và một điều xuyên suốt đó là tính hệ thống của doanh nghiệp phải được đảm bảo và hệ thống đó phải duy trì tính liên tục và đảm bảo sự an toàn với mức rủi ro thấp nhất. PJICO cần xây dựng hệ thống đồng bộ trên toàn quốc, với những cơ chế an ninh phù hợp và đặc biệt cần chú trọng đến việc phòng ngừa các rủi ro an ninh mạng. Hệ thống cần xây dựng để có thể tạo được các bản phục hồi nhanh chóng và được sao lưu thường xuyên trên các vùng địa lý khác nhau cũng như các môi trường khác nhau: DR-DC, Ổ Cứng ngoài,... phải đưa ra quy trình và quy định cụ thể cho việc này.

Nghiên cứu này mặc dù đã có những kết quả nhất định, gợi mở các giải pháp thúc đẩy hoạt động chuyển đổi số tại PJICO, song vẫn có một số hạn chế. Hạn chế thứ nhất là quy mô mẫu nghiên cứu còn nhỏ do khả năng tiếp cận của nhóm nghiên cứu với các đối tượng khách hàng của PJICO. Hạn chế thứ hai là phạm vi nghiên cứu mới chỉ tập trung vào một số biến quan sát về các hoạt động chuyển đổi số và tại một doanh nghiệp trong ngành. Hạn chế thứ ba là nhóm nghiên cứu chưa tập trung phân tích tác động của các hoạt động chuyển đổi số đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Nghiên cứu này mới dừng lại ở việc mô tả các hoạt động chuyển đổi số đang diễn ra tại PJICO. Với những hạn chế trên, nhóm tác giả đề xuất các nghiên cứu tương lai sẽ mở rộng phạm vi và nội dung nghiên cứu để cung cấp những hàm ý nghiên cứu có khả năng suy rộng cho ngành và quốc gia.

## Tài liệu tham khảo

- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Angosto, S., Fernández-Gavira, J., & Bohórquez, M. R. (2020), 'The promotion of physical activity from digital services: Influence of e-lifestyles on intention to use fitness apps', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6839.
- Gronroos, C. (1988), 'Service quality: The six criteria of good perceived service', *Review of Business*, 9(3), 10.
- Hồ Tú Bảo, Nguyễn Nhật Quang (2022), *Chuyển Đổi Số thế Nào?*, NXB Thông tin và truyền thông.
- Koh, A., Swanepoel, D. W., Ling, A., Ho, B. L., Tan, S. Y., & Lim, J. (2021), 'Digital health promotion: promise and peril', *Health Promotion International*, 36(Supplement\_1), i70-i80.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), 'Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception', *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Sharat Chandra Jha (2023), *What is Digital Transformation?*, Available at: < <https://www.linkedin.com/pulse/what-digital-transformation-sharat-chandra-jha>>.
- Stadlmann, C., Kwiatek, P., Szántó, Z., & Kannampuzha, M. J. (2023), 'Transitioning to Digital Services: Assessing the Impact of Digital Service Efforts on Performance Outcomes and the Moderating Effect of Service Promotion', In *International Conference on Information Technology & Systems* (pp. 409-421), Cham: Springer International Publishing.
- Yoshida, K. (2017), 'Development and promotion of application technologies for digital business platforms', *Fujitsu Sci. Tech. J*, 53(1), 67-70.
- Zaoui, F., & Souissi, N. (2020), 'Roadmap for digital transformation: A literature review', *Procedia Computer Science*, 175, 621-628.

---

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ QUẢN LÝ, SỬ DỤNG TÀI SẢN CÔNG TẠI CÁC ĐƠN VỊ SỰ NGHIỆP CÔNG LẬP TẠI NGHỆ AN

Phạm Thị Thúy Hằng  
Trường Kinh tế - Trường Đại học Vinh  
Email: hangptt@vinhuni.edu.vn

Mã bài: JED-1738  
Ngày nhận bài: 17/04/2024  
Ngày nhận bài sửa: 23/04/2024  
Ngày duyệt đăng: 13/06/2024  
DOI: 10.33301/JED.VI.1738

## Tóm tắt

Nghiên cứu này xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An, trên cơ sở đó đưa ra các khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, xử lý số liệu thông qua công cụ phân tích dữ liệu với phần mềm SPSS 22. Kết quả chỉ ra rằng có 4 nhân tố tác động trực tiếp cùng chiều với hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công, bao gồm: (i) Cơ chế chính sách và quy trình quản lý, (ii) Năng lực đội ngũ cán bộ, (iii) Đối tượng quản lý, sử dụng tài sản công, và (iv) Hệ thống cơ sở dữ liệu, thông tin về tài sản công. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số đề xuất được đưa ra nhằm nâng cao chất lượng quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An.

**Từ khóa:** Hiệu quả quản lý, Nghệ An, nhân tố ảnh hưởng, tài sản công.

**Mã JEL:** O16, P33

## Determinants of the management efficiency and usage of public assets in non-profit public entities in Nghe An province

### Abstract

This study determines the factors and the degree of influence of these factors on the effectiveness of management and use of public assets in public service units in Nghe An province and, on that basis, provides some recommendations to improve the quality of management and use of public assets in public service units. The study employs quantitative research; data was processed with SPSS 22 software. The results reveal that four determinants directly impact in the same direction on management and use efficiency, including (i) Policy mechanisms and management processes, (ii) Staff capacity, (iii) Subjects managing and using public assets, and (iv) System Database and information about public assets. Based on the findings, some suggestions are proposed for improving the quality of management and use of public assets in public service units in Nghe An.

**Keywords:** Determinants, management efficiency, Nghe An province, public assets,

**JEL Codes:** O16, P33

---

## 1. Giới thiệu

Tài sản công (TSC) là nguồn lực nội sinh của đất nước, góp phần quan trọng vào quá trình sản xuất cũng như quản lý xã hội, cung cấp nguồn lực tài chính cho đầu tư phát triển, phục vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tất cả tài sản công đều do Nhà nước là chủ sở hữu, và Nhà nước giao quản lý trực tiếp sử dụng tài sản cho các cơ quan, đơn vị thuộc bộ máy nhà nước. Tài sản công tại đơn vị sự nghiệp công lập bao gồm trụ sở làm việc, phương tiện đi lại và tài sản khác gắn liền với đất; quyền sử dụng đất đối với đất dùng để xây dựng trụ sở làm việc, cơ sở hoạt động sự nghiệp của cơ quan, tổ chức, đơn vị; máy móc, phương tiện vận tải, trang thiết bị làm việc và các tài sản khác do pháp luật quy định. TSC là cơ sở vật chất cần thiết để tiến hành các hoạt động sự nghiệp công và các hoạt động xã hội khác (Đỗ Hoàng Toàn & Mai Văn Bru, 2005).

*Tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập chiếm một tỷ trọng và giá trị rất lớn là tiền đề, là yếu tố vật chất để Nhà nước có thể tổ chức thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội đề ra. Bên cạnh đó, quản lý tốt góp phần kích thích quá trình phát triển kinh tế xã hội, giảm thất thoát, lãng phí làm suy giảm nguồn nội lực của đất nước. Do đó cần thiết phải nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý TSC.*

Tỉnh Nghệ An nằm ở Đông Bắc dãy Trường Sơn, có địa hình đa dạng, phức tạp, bị chia cắt mạnh bởi các dãy đồi núi và hệ thống sông, suối. Về tổng thể, địa hình tỉnh Nghệ An nghiêng theo hướng Tây Bắc - Đông Nam, với ba vùng sinh thái rõ rệt: miền núi cao, miền núi thấp, đồng bằng ven biển. Tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trong tỉnh (GRDP) bình quân giai đoạn 2019 - 2023 đạt 6,82%. Mô hình tăng trưởng của tỉnh từng bước chuyển đổi từ chiều rộng sang kết hợp cả chiều rộng và chiều sâu. Chất lượng tăng trưởng được cải thiện, đóng góp của yếu tố năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP) vào tăng trưởng GRDP bình quân giai đoạn 2019 - 2023 đạt 48,59%. Vì thế, nâng cao hiệu quả quản lý và sử dụng tài sản công tại đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An đang là vấn đề cấp thiết đặt ra hiện nay.

Nghiên cứu có cấu trúc như sau: (1) Đặt vấn đề; (2) Cơ sở lý thuyết; (3) Phương pháp nghiên cứu; (4) Kết quả và thảo luận; (5) Kết luận và giải pháp; (6) Tài liệu tham khảo.

## 2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Tài sản công là tài sản thuộc sở hữu toàn dân do Nhà nước đại diện chủ sở hữu và thống nhất quản lý, bao gồm tài sản công phục vụ hoạt động quản lý, cung cấp dịch vụ công, bảo đảm quốc phòng, an ninh tại cơ quan, tổ chức, đơn vị; tài sản kết cấu hạ tầng phục vụ lợi ích quốc gia, lợi ích công cộng; tài sản được xác lập quyền sở hữu toàn dân; tài sản công tại doanh nghiệp; tiền thuộc ngân sách nhà nước, các quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách, dự trữ ngoại hối nhà nước; đất đai và các loại tài nguyên khác (Quốc hội, 2017).

Tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập gồm: Đất đai, nhà, công trình xây dựng gắn liền với đất đai; Các tài sản khác gắn liền đất đai; Các phương tiện giao thông vận tải; Các máy móc, trang thiết bị, phương tiện làm việc và các tài sản khác.

Theo Kaganova & Mckellar (2006) thì quản lý nhà nước đối với TSC có thể được xác định là quá trình đưa ra quyết định và thực hiện liên quan đến việc mua, sử dụng và thanh lý tài sản.

Theo Đỗ Hoàng Toàn & Mai Văn Bru (2005), quản lý tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập và đơn vị sự nghiệp công lập là quá trình đơn vị sự nghiệp công lập và đơn vị sự nghiệp sử dụng các công cụ, phương pháp, cơ chế, chính sách do Nhà nước ban hành nhằm quản lý nguồn kinh phí ngân sách nhà nước và bảo đảm tài sản công trong quá trình mua sắm, khai thác sử dụng một cách tiết kiệm, hiệu quả các tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập và đơn vị sự nghiệp công lập.

### 2.2. Các nhân tố ảnh hưởng hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công

#### 2.2.1. Cơ chế chính sách và quy trình quản lý tài sản công

Trong hệ thống cơ chế quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập thì các yếu tố pháp luật phản ánh hiệu lực, hiệu quả quản lý thường rõ nét nhất. Trong điều kiện chuyên cơ chế quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập từ cơ chế quản lý tập trung quan liêu bao cấp sang quản lý theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa, nếu có một hệ thống chính sách, chế độ, quản lý tài sản trong đơn vị sự nghiệp công lập hợp lý, sát với thực tiễn sẽ là tiền đề thuận lợi để quản lý tài chính trong đơn vị sự nghiệp công lập hiệu quả, tiết kiệm, đồng thời hạn chế đến mức thấp nhất hiện tượng tham ô, tham nhũng, lãng phí, thất thoát TSC đang xảy ra phổ biến trong xã hội (Vũ Anh Tuấn, 2020).

*Giả thuyết H1: Cơ chế chính sách và quy trình quản lý tác động tích cực đến hiệu quả quản lý, sử dụng*

tài sản công.

### 2.2.2. Năng lực của đội ngũ cán bộ

Cơ chế quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập do đội ngũ cán bộ công chức làm công tác quản lý TSC hoạch định và thực thi. Do đó hiệu lực, hiệu quả cơ chế quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập phụ thuộc vào năng lực của cán bộ, công chức làm công tác quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập trong việc thực hiện đúng vai trò, chức năng trong xây dựng, vận hành và chấp hành đúng cơ chế quản lý. Cán bộ, công chức làm công tác quản lý TSC có nhận thức sâu sắc về vai trò, tầm quan trọng của TSC trong cơ quan nhà nước, có trình độ chuyên môn chắc, có phẩm chất đạo đức tốt sẽ giúp cho quá trình quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập thu được hiệu quả (Trần Việt Phương, 2017).

Giả thuyết H2: Năng lực của đội ngũ cán bộ tác động tích cực đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công.

### 2.2.3. Đối tượng quản lý, sử dụng tài sản công

Đối tượng của hệ thống quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập đó là các cơ quan hành chính và cán bộ công, chức trực tiếp quản lý, sử dụng tài sản. Đây là một hệ thống cực kỳ phức tạp với trình độ, năng lực, phẩm chất, nhu cầu và cách ứng xử khác nhau và do đó các phản ứng với các quyết định quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập cũng rất khác nhau. Trình độ dân trí, trình độ văn hoá, hiểu biết pháp luật của cán bộ, công chức trực tiếp quản lý, sử dụng tài sản cũng quyết định tới hành vi ứng xử đối với các quyết định quản lý. Nếu ý thức tuân thủ pháp luật và chính sách của cán bộ công chức trực tiếp quản lý, sử dụng tài sản được nâng cao thì sẽ góp phần nâng cao hiệu lực và hiệu quả cơ chế quản lý TSC trong đơn vị sự nghiệp công lập (Nguyễn Phương Thảo, 2022).

Giả thuyết H3: Đối tượng quản lý, sử dụng tài sản công tác động tích cực đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công.

### 2.2.4. Hệ thống cơ sở dữ liệu, thông tin về TSC

Dữ liệu về TSC được thu thập đầy đủ, được cập nhật thường xuyên, liên tục sẽ hỗ trợ rất đắc lực cho công tác quản lý, giúp việc quản lý TSC sát sao, đầy đủ và chính xác. Thông qua hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin về TSC, TSC sẽ được kiểm soát chặt chẽ. Cơ quan quản lý tài sản sẽ nắm bắt kịp thời tình trạng của tài sản để thực hiện các biện pháp, nghiệp vụ quản lý, cũng như chuẩn bị nguồn tài chính cho duy tu, bảo dưỡng tài sản hoặc đầu tư, xây dựng, mua sắm mới trong trường hợp cần thiết (Vũ Anh Tuấn, 2020).

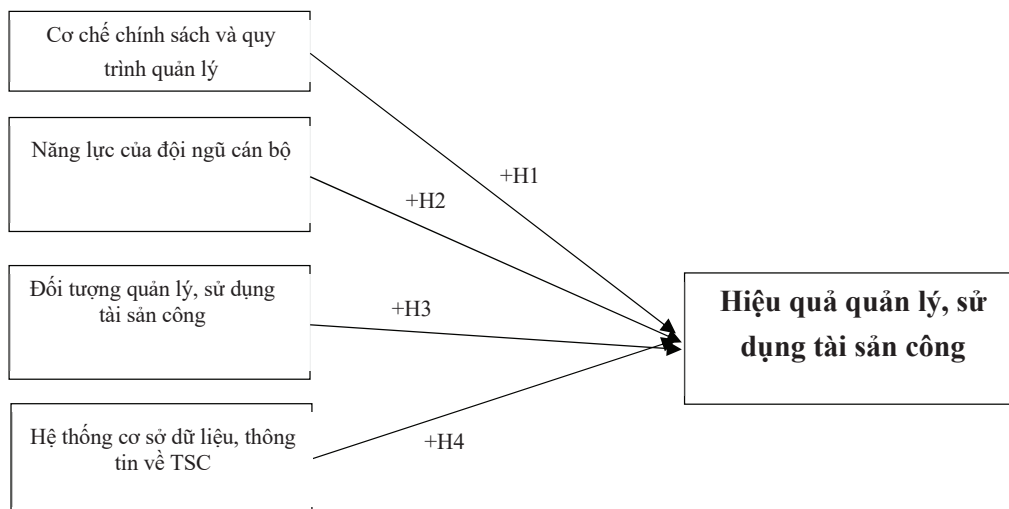
Giả thuyết H4: Hệ thống cơ sở dữ liệu, thông tin về TSC tác động tích cực đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công.

## 3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An tại Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất





### 3.2. Phương pháp nghiên cứu

Công trình này được thực hiện theo phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, đó là nghiên cứu định tính kết hợp với nghiên cứu định lượng. Đối với nghiên cứu định tính nhằm giải quyết mục tiêu nghiên cứu là các nhân tố nào ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An, tác giả thông qua các nghiên cứu trước và lý thuyết nền tảng cùng với thảo luận chuyên gia để xác định mô hình và thang đo cho nghiên cứu chính thức. Đối với nghiên cứu định lượng nhằm giải quyết mục tiêu nghiên cứu là đo lường mức độ tác động các nhân tố đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An thông qua việc thu thập, phân tích dữ liệu khảo sát, và kiểm định các giả thuyết của mô hình bằng công cụ SPSS 22.

Mẫu được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên. Dựa theo nghiên cứu của Hair & cộng sự (1998), phương pháp xác định kích thước mẫu áp dụng dựa theo phân tích nhân tố khám phá (EFA: exploratory factor analysis), kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát hay tổng số câu hỏi khảo sát. Tác giả khảo sát với kích thước mẫu là 800 với hình thức là phỏng vấn trực tiếp dựa trên bảng câu hỏi đã chuẩn bị sẵn là hoàn toàn phù hợp.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo

Mục đích của phân tích độ tin cậy thang đo và dữ liệu khảo sát nhằm đánh giá sự tương quan giữa các biến quan sát trong từng nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công để xem các biến có quan hệ chặt chẽ với nhau trong việc đo lường hay không.

Kết quả phân tích độ tin cậy thang đo, Cronbach's Alpha của thang đo các biến: *Cơ chế chính sách và quy trình quản lý (CS)*; *Năng lực của đội ngũ cán bộ (NL)*; *Đối tượng quản lý, sử dụng (SD)*; *Hệ thống cơ sở dữ liệu, thông tin (DL) lần lượt là 0,887; 0,768; 0,804; 0,842. Kết quả này cho thấy thang đo của biến phụ thuộc và tất cả các biến độc lập đều đáp ứng độ tin cậy của thang đo (Cronbach's Alpha) là lớn hơn 0,7 và gần tới 1. Đồng thời các hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item - Total Correlation) đều cao hơn 0,3 và các hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến của các biến (Cronbach's Alpha if Item Deleted) đều nhỏ hơn hệ số Cronbach's Alpha của thang đo. Như vậy, tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy để sử dụng nghiên cứu.*

### 4.2. Phân tích nhân tố khám phá

Sau khi đã kiểm định sự phù hợp các thang đo của 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An, nghiên cứu tiên hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) với các biến phù hợp.

Hệ số KMO = 0,869 > 0,5 qua đó cho thấy rằng phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Mức ý nghĩa Sig. trong kiểm định Bartlett nhỏ hơn 0,05, tương đương bác bỏ giả thuyết: Mô hình nhân tố là không phù hợp, chứng tỏ dữ liệu nghiên cứu thu thập được dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp (Bảng 1).

**Bảng 1: Kiểm định tính thích hợp EFA, phương sai trích của biến phụ thuộc**

KMO	0,869
Sig. (Bartlett's Test of Sphericity)	0,000
Số lượng nhóm nhân tố	4
Tổng phương sai trích	63,27%

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả.

**Bảng 2: Tóm tắt mô hình**

Mô hình	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn
1	,851a	,25	,22	,29295

**ANOVA<sup>a</sup>**

Mô hình	Tổng bình phương	df	Trung bình	F	Sig.
Regression	138,229	7	19,747	230,106	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	52,520	612	,086		
Total	190,749	619			

### 4.3. Phân tích hồi quy

Qua kết quả nghiên cứu (Bảng 2), giá trị sig của kiểm định F là  $0,000 < 0,05$ . Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được phù hợp với tổng thể. Hệ số  $R^2$  hiệu chỉnh là 0,722 nghĩa là mô hình giải thích được 72,2% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Giá trị thống kê F được tính ra từ hệ số  $R^2$  của mô hình đạt giá trị 230,106 đạt mức ý nghĩa Sig. = 0,000 rất nhỏ, mô hình sử dụng là phù hợp.

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến cho thấy, hệ số phóng đại VIF của các biến độc lập đều  $< 3,0$  nên không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập; vì vậy mô hình nghiên cứu được chấp nhận. Các biến độc lập đều có giá trị Sig.  $< 0,05$  nên được giữ lại.

Từ bảng kết quả hồi quy ta các phương trình hồi quy như sau:

$$HQSDTS = 0,81 \times DL + 0,109 \times SD + 0,03 \times NL + 0,269 \times CS + 1,669$$

Cũng theo bảng kết quả hồi quy ta có tất cả các biến có tỷ lệ Sig =  $0,000 < 0,05$ . Điều này có nghĩa tất cả các biến đều có ý nghĩa thống kê. Thêm vào đó, hệ số VIF đều  $< 2,000$ . Như vậy, không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

**Bảng 3: Kết quả hồi quy**

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	1,669	,132		12,661	,000		
CS	,269	,013	,528	21,124	,000	,719	1,391
NL	,030	,022	,029	1,363	,000	,983	1,018
SD	,109	,025	,118	4,318	,000	,599	1,670
DL	,081	,019	,101	4,245	,000	,794	1,260

#### a. Biến phụ thuộc: HQSDTS

Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, Biến DL có hệ số hồi quy là 0,081 có quan hệ cùng chiều với HQSDTS. Điều này có nghĩa là khi yếu tố này tăng 1 điểm thì hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An 0,081 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa chuẩn hóa là 0,081). Biến SD có hệ số hồi quy là 0,109 có quan hệ cùng chiều với HQSDTS. Điều này có nghĩa là khi yếu tố này tăng 1 điểm thì hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An tăng thêm 0,109 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa chuẩn hóa là 0,109).

Biến NL có hệ số hồi quy là 0,3 có quan hệ cùng chiều với HQSDTS. Điều này có nghĩa là khi yếu tố này tăng 1 điểm thì kết quả quản lý tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An tăng thêm 0,3 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa chuẩn hóa là 0,3). Biến CS có hệ số hồi quy là 0,269 có quan hệ cùng chiều với HQSDTS. Điều này có nghĩa là khi yếu tố này tăng 1 điểm thì hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An tăng thêm 0,269 điểm (tương ứng hệ số tương quan chưa chuẩn hóa là 0,269).

### 5. Kết luận và khuyến nghị

Từ việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động quản lý, sử dụng tài sản công. Nghiên cứu đã chỉ ra được tác động các nhân tố đến hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công từ đó đề xuất ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An. Theo kết quả phân tích hồi quy, để nâng cao hiệu quả hiệu quả quản lý, sử dụng tài sản công trong các đơn vị sự nghiệp công lập tại tỉnh Nghệ An cần thực hiện đồng bộ những đề xuất sau:

#### 5.1. Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, công chức về quản lý tài sản công

Do khối lượng tài sản nhà nước lớn nhưng số lượng về nhân lực quản lý còn mỏng, công tác tập huấn nâng cao đội ngũ cán bộ quản lý cả về số lượng và chất lượng ưu tiên hàng đầu. Công tác đào tạo cần đảm bảo các yếu tố về chuyên môn, ứng dụng tốt công nghệ thông tin trong quản lý thì việc đào tạo đội ngũ chuyên gia cho công tác quản lý tài sản công mới thực sự đem lại hiệu quả.

Đồng thời tiếp tục đổi mới công tác đào tạo, tuyển dụng và bố trí cán bộ. Xây dựng quy chế hoạt động trong đó xác định rõ các chức danh cùng với chức năng nhiệm vụ, quyền hạn và các tiêu chuẩn để đảm đương chức năng, nhiệm vụ đó, nhất là xác định nhiệm vụ cụ thể của từng chức năng từ đó có chương trình

---

đào tạo cho sát và thiết thực, tránh lãng phí tràn lan không hiệu quả. Cần phải tăng cường kiểm tra, giám sát việc tuân thủ pháp luật, thái độ, trách nhiệm phục vụ nhân dân của cán bộ công chức, chống lại biểu hiện vô cảm, chống quan liêu, tham nhũng, ngăn ngừa sự thoái hóa biến chất trong đội ngũ cán bộ, công chức viên chức.

### **5.2. Xây dựng cơ chế chính sách và quy trình quản lý tài sản công**

Rà soát, quy hoạch đặc biệt là việc rà soát, sắp xếp lại nhà, đất, điều chuyển, luân chuyển các tài sản công trong tỉnh giúp việc quản lý, sử dụng tài sản công vừa tiết kiệm vừa hiệu quả. Điều này yêu cầu các cấp lãnh đạo cần cải thiện cơ chế để việc sử dụng tài sản công cũng như quản lý tài sản công mang lại những hiệu quả, lợi ích thiết thực tại các đơn vị.

Các cấp lãnh đạo của các đơn vị sự nghiệp công lập cần thực hiện quản lý căn cứ vào tiêu chuẩn, định mức sử dụng tài sản công do Nhà nước và tỉnh quy định; căn cứ vào chức năng nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, số lượng biên chế được duyệt; căn cứ vào nhu cầu hoạt động và thực trạng tài sản công hiện có tiến hành kiểm tra, sắp xếp lại tài sản công. Đặc biệt là đất và trụ sở, khuyến khích việc di chuyển trụ sở ra khỏi vùng trung tâm thương mại, dịch vụ và trung tâm dân cư. Nhà đất dư cho phép bán chuyển nhượng quyền sử dụng đất cho đối tượng có nhu cầu. Tiền thu được từ đất dôi dư sẽ được đầu tư xây dựng, cải tạo, sửa chữa nâng cấp các tài sản công khác. Khuyến khích các cơ quan hành chính sử dụng quỹ đất một cách tiết kiệm và có hiệu quả. Việc sắp xếp quỹ đất từng bước đưa công tác sử dụng đất đi vào nề nếp theo đúng quy hoạch và mục đích sử dụng, thúc đẩy quá trình phân bố dân cư, phân bố lao động, quá trình đô thị hóa và phát triển kinh tế vùng trọng điểm.

### **5.3. Nâng cao năng lực đối tượng quản lý, sử dụng tài sản công**

- Nâng cao nhận thức của các cơ quan, các đoàn thể, các cán bộ công chức và mọi người dân trong xã hội về sự cần thiết phải hoàn thiện cơ chế quản lý TSC trong các đơn vị sự nghiệp công lập, mục tiêu yêu cầu, các nội dung cơ bản của pháp luật và các văn bản hướng dẫn thi hành để tạo ra sự đồng thuận và ủng hộ của mọi người.

- Nâng cao ý thức tự giác trong việc tuân thủ pháp luật của các tổ chức, cá nhân trong việc quản lý TSC, phát hiện và lên án những hành vi, hoạt động vi phạm pháp luật về quản lý TSC. Đưa việc chấp hành pháp luật về quản lý, sử dụng TSC trở thành nhu cầu tất yếu của mỗi tổ chức, mỗi cán bộ công nhân viên chức, trong từng đơn vị.

- Tuyên truyền giúp cho các cơ quan và mọi người thay đổi nhận thức, tư duy về quản lý, sử dụng TSC.

- Tuyên truyền, phổ biến, giới thiệu những nội dung cơ bản của luật và các cơ chế về quản lý TSC trong các đơn vị sự nghiệp công lập như: chế độ, tiêu chuẩn, định mức sử dụng, trong đó cần làm rõ những điểm mới của pháp luật và cơ chế quản lý TSC hiện hành

- Thông tin kịp thời, đầy đủ, chính xác nội dung những văn bản hướng dẫn của Chính phủ, của BTC và của tỉnh đến các cơ quan, tổ chức, cá nhân liên quan đến TSC.

- Thành lập tổ chuyên gia hướng dẫn, giải đáp kịp thời các vướng mắc của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong quá trình triển khai thực hiện. Phản ánh kịp thời tình hình triển khai thực hiện cơ chế quản lý TSC tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên toàn tỉnh.

- Kịp thời phát hiện và tuyên truyền, nhân rộng những điển hình tiên tiến trong việc tổ chức triển khai thi hành, có hình thức khen thưởng kịp thời với những cá nhân, các cơ quan chấp hành tốt cơ chế quản lý TSC, phê phán những quan điểm, tư tưởng sai lệch, kỉ luật những hành vi vi phạm như: mua sắm, trang bị tài sản vượt tiêu chuẩn, định mức; sử dụng TSC không đúng mục đích, tiêu cực trong đầu tư mua sắm TSC.

- Tổ chức các buổi tập huấn hướng dẫn triển khai thực hiện các cơ chế quản lý TSC cho các cán bộ làm công tác quản lý TSC tại các đơn vị sự nghiệp công lập trong toàn tỉnh.

- Tuyên truyền, phổ biến thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như: báo, đài phát thanh, đài truyền hình trung ương và địa phương.

- Xây dựng hệ thống cơ sở, dữ liệu thông tin để quản lý tài sản công: *Đổi mới hệ thống thông tin về tài sản công trong các đơn vị* thông qua sử dụng các phần mềm chuyên dụng nhằm quản lý kế toán tài sản của đơn vị, các dữ liệu chi từ ngân sách nhà nước... Thường xuyên cập nhật dữ liệu tài sản công, giúp cán bộ chức năng quản lý có thể cập nhật được tình hình, mức độ sử dụng cũng như tình trạng của tài sản công tại các đơn vị. Trên cơ sở đó hình thành kho dữ liệu điều này đáp ứng về nhu cầu tra cứu cũng như thuận lợi cho những công tác chỉ đạo và định hướng trong quản lý tài sản công.

- Phối hợp với các cơ quan chức năng để kiểm soát chất lượng dữ liệu khai báo. Trong quá trình quản lý, nhiều dữ liệu được các đơn vị khai báo lên kho dữ liệu.

- Tăng cường thanh tra, kiểm tra quản lý tài sản công. Thanh tra kiểm tra tốt ngay từ khâu mua sắm bàn giao tài sản: việc kiểm tra này dựa trên tính hợp pháp của những tài sản được bàn giao, cũng như chất lượng và số lượng tài sản bàn giao.

Cùng với những kết quả đóng góp tích cực, nghiên cứu vẫn còn những hạn chế nhất định. Nghiên cứu này chỉ thực hiện tại đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An nên chỉ có ý nghĩa thực tiễn với các đơn vị này. Tuy nhiên, nếu nghiên cứu được thực hiện ở nơi khác với khảo sát giống nhau thì nghiên cứu có thể có giá trị tham khảo và thang đo có thể áp dụng được. Về phiếu khảo sát, mặc dù phiếu khảo sát được phát trực tiếp đến các cán bộ đơn vị sự nghiệp công lập tại Nghệ An nhưng không tránh khỏi hiện tượng đối tượng trả lời sai hoặc trả lời chưa khách quan so đánh giá của người trả lời.

### Phụ lục 1: Mã hóa thang đo

MÃ HÓA	Các thang đo
<b>CS</b>	<b>Cơ chế chính sách và quy trình quản lý tài sản công</b>
CS1	Các văn bản pháp luật về quản lý, sử dụng tài sản công dành cho các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An được hình thành đầy đủ
CS2	Danh mục tài sản mua sắm tập trung được ban hành đã bao quát hết các loại tài sản sử dụng trong đơn vị sự nghiệp công lập
CS3	Thẩm quyền quyết định mua sắm tài sản các đơn vị sự nghiệp công lập hợp lý
CS4	Quy trình mua sắm theo các hình thức mua sắm tài sản (Đấu thầu rộng rãi, chào hàng cạnh tranh, chỉ định thầu, tự thực hiện, mua sắm trực tiếp) luôn được tuân thủ theo đúng quy định
CS5	Định mức tiêu chuẩn trang thiết bị trong các đơn vị sự nghiệp công lập hiện nay là phù hợp
<b>SD</b>	<b>Đối tượng quản lý, sử dụng tài sản công</b>
SD1	Đơn vị đáp ứng của số lượng tài sản công so với nhu cầu sử dụng so với thực tế tại đơn vị
SD2	Đơn vị sự nghiệp đã chấp hành nghiêm chỉnh chế độ đăng ký và báo cáo tài sản
SD3	Các nội dung của báo cáo tình hình quản lý, sử dụng TSC của các đơn vị sự nghiệp đã đầy đủ nội dung, phản ánh sát thực tình hình thực tế
SD4	Các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An chủ động trong việc lập báo cáo tình hình tài sản
SD5	Nội dung báo cáo đã bao quát hết các vấn đề của quản lý, sử dụng TSC các đơn vị sự nghiệp công lập
SD6	Phần thông tin đề xuất, kiến nghị trong báo cáo có giá trị ứng dụng cao
<b>NL</b>	<b>Năng lực của đội ngũ cán bộ</b>
NL1	Các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An thực hiện tốt việc công khai quản lý, sử dụng TSC
NL2	Trình độ dân trí, văn hóa của cán bộ quản lý, sử dụng TSC là hoàn toàn phù hợp yêu cầu quản lý sử dụng tài sản
NL3	Khả năng hiểu biết pháp luật của cán bộ quản lý, sử dụng TSC là hoàn toàn phù hợp yêu cầu quản lý sử dụng tài sản
NL4	Trong quá trình sử dụng tài sản công, cán bộ quản lý, sử dụng TSC có ý thức trách nhiệm với việc quản lý, sử dụng tài sản
NL5	Đơn vị thường xuyên tổ chức bồi dưỡng, nâng cao nhận thức quản lý, sử dụng TSC cho cán bộ tại đơn vị
NL6	Công tác sắp xếp lại tài sản tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An
<b>DL</b>	<b>Hệ thống cơ sở dữ liệu, thông tin về TSC</b>
DL1	Các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Nghệ An chủ động cập nhật dữ liệu về TSC của đơn vị mình
DL2	Dữ liệu TSC tại đơn vị sự nghiệp công lập được lưu trữ đầy đủ
DL3	Hệ thống thông tin quản lý TSC tại các đơn vị sự nghiệp công lập được xây dựng hoàn thiện
<b>HQSDTS</b>	<b>Hiệu quả sử dụng tài sản</b>
HQSDTS1	Cơ chế và chính sách quản lý tài sản công
HQSDTS2	Khả năng quản lý tài sản công
HQSDTS3	Hiệu quả khai thác, sử dụng tài sản công
HQSDTS4	Công bố thông tin tài sản công được

---

**Phụ lục 2:Ma trận xoay nhân tố**

	Nhân tố			
	1	2	3	4
CS4	,804			
CS2	,798			
CS5	,795			
CS1	,789			
CS3	,782			
SD1		,747		
SD2		,724		
SD4		,713		
SD5		,709		
SD3		,697		
SD6		,668		
NL4			,703	
NL1			,698	
NL6			,626	
NL3			,620	
NL2			,590	
NL5			,574	
DL1				,915
DL2				,878
DL3				,805

**Tài liệu tham khảo**

- Đỗ Hoàng Toàn & Mai Văn Bruu (2005), *Giáo trình quản lý nhà nước về kinh tế*, Nhà Xuất bản Lao động xã hội, Hà Nội.
- Hair, J.F., Tatham, R.L., Anderson, R.E. & Black, W. (1998), *Multivariate Data Analysis, 5th Edition*, Prentice-Hall, Inc, New Jersey.
- Kaganova, Olga, & Mckellar, James, (2006), *Managing Government Property Assets*, The Urban Institute Press, Washington DC.
- Nguyễn Phương Thảo (2022), ‘Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý tài sản công trong các đơn vị thuộc ủy ban nhân dân huyện Đồng Hỷ, tỉnh Thái Nguyên’, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 2, 147-149.
- Quốc hội (2017), *Luật Quản lý, sử dụng tài sản công, số 15/2017/QH14*, ban hành ngày ban hành 21 tháng 06 năm 2017.
- Trần Việt Phương (2017), ‘Quản lý tài sản công tại cơ quan nhà nước và đơn vị sự nghiệp công lập ở Việt Nam’, Luận án tiến sĩ, Học viện Tài chính.
- Vũ Anh Tuấn (2020), ‘Quản lý tài sản công tại các cơ quan Nhà nước và đơn vị sự nghiệp công lập tỉnh Lào Cai’, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Thái Nguyên.

# TỰ CHỦ TÀI CHÍNH TẠI CÁC VƯỜN QUỐC GIA TRỰC THUỘC BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

**Bùi Thị Minh Nguyệt**

Trường Đại học Lâm Nghiệp  
Email: nguyetbtm@vnuf.edu.vn

**Đào Lan Phương**

Trường Đại học Lâm Nghiệp  
Email: phuongdl@vnuf.edu.vn

**Nguyễn Thị Hồng Thanh**

Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn  
Email: nht1981@gmail.com

Mã bài báo: JED-1725

Ngày nhận: 13/04/2024

Ngày nhận bản sửa: 28/05/2024

Ngày duyệt đăng: 13/06/2024

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.1725

## **Tóm tắt:**

Tự chủ tài chính đơn vị sự nghiệp công lập trong đó có vườn quốc gia là một chủ trương lớn của nhà nước góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn ngân sách nhà nước và nâng cao thu nhập của người lao động. Bằng phương pháp nghiên cứu định tính, sử dụng dữ liệu có liên quan của 6 vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn (2018-2022) cho thấy các vườn quốc gia bước đầu đã chủ động huy động vốn ngoài ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, với việc quản lý những tài sản công đặc thù như rừng, đất rừng và hệ sinh thái, các vườn quốc gia đang gặp nhiều rào cản trong việc xây dựng cơ chế tự chủ tài chính. Nguồn tài chính ngoài ngân sách nhà nước chưa ổn định dẫn đến phần lớn các vườn quốc gia chưa tự chủ chi thường xuyên, công tác bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn đa dạng sinh học và đời sống của người lao động còn nhiều khó khăn. Kết quả nghiên cứu là cơ sở khuyến nghị cơ quan quản lý nhà nước ban hành cơ chế đặc thù và cần có lộ trình phù hợp với tiến trình tự chủ tài chính tại các vườn quốc gia.

**Từ khóa:** Tự chủ tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, vườn quốc gia, đơn vị sự nghiệp công lập.

**Mã JEL:** Q14.

## **Financial autonomy in national parks under the Ministry of Agriculture and Rural Development: Current situations and solutions**

### **Abstract:**

The financial autonomy of public non-business units including national parks is a significant state policy that enhances the efficiency of using state budget capital and increases workers' income. The qualitative research by using relevant data from six National Parks under the Ministry of Agriculture and Rural Development (from 2018 to 2022) reveals that national parks have taken proactive steps to mobilize capital outside the state budget. However, as they manage specific public assets such as forests, forest land, and ecosystems, national parks face several barriers to building financial autonomy mechanisms. Financial sources outside the state budget are unstable, leading to most national parks lacking autonomy in regular expenditures. Moreover, forest protection and development, biodiversity conservation, and the livelihood of workers posed significant challenges. The findings are the basis for recommending that state management agencies promulgate specific mechanisms and a roadmap suitable to the financial management process in national parks.

**Keywords:** Financial autonomy, Ministry of Agriculture and Rural Development, national parks, public non-business units.

**JEL codes:** Q14.

---

## 1. Giới thiệu

Cũng như các nước trên thế giới, Việt Nam đánh giá rất cao vai trò trước mắt cũng như lâu dài của hệ sinh thái rừng tự nhiên trong chiến lược phát triển bền vững của quốc gia. Tuy nhiên, tình trạng bất ổn và thiếu nguồn lực tài chính đang trở thành rào cản cốt lõi đối với quản lý hiệu quả các khu bảo tồn, nhất là trong việc theo đuổi các chiến lược quản lý và bảo tồn nguồn tài nguyên thiên nhiên (Wilkie & cộng sự, 2001; Emerton, 2006; Martin & cộng sự, 2018). Tại các nước đang phát triển, hàng nghìn khu bảo tồn hiện đối mặt với sự thiếu hụt nguồn tài chính một cách trầm trọng (James & cộng sự, 2001). Nguồn tài chính cho các khu bảo tồn phần lớn xuất phát từ nguồn ngân sách nhà nước (NSNN) (Emerton & cộng sự, 2006; Lê Thanh An & cộng sự, 2018; Trần Quang Bảo & cộng sự, 2019; Emerton & cộng sự, 2021). Nguồn ngân sách này thường không ổn định và đang bị cắt giảm mạnh (Saporiti, 2006). Vì vậy, việc đa dạng hóa và tự chủ các nguồn tài chính không chỉ đóng góp vào sự bền vững tài chính mà còn nâng cao hiệu quả quản lý cũng như khả năng thực thi các mục tiêu dài hạn của các khu bảo tồn (Hockings & cộng sự, 2000; Emerton, 2006).

Tại Việt Nam, Nghị quyết 19/NQ-TW của Ban chấp hành Trung ương (2017) khóa XII về tiếp tục đổi mới hệ thống tổ chức và quản lý, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập đã xác định việc đổi mới cơ chế quản lý, cơ chế tài chính và tổ chức lại hệ thống đơn vị sự nghiệp công lập là một mục tiêu ưu tiên, trong đó nhấn mạnh việc giảm mạnh tỉ trọng, nâng cao hiệu quả chi NSNN cho đơn vị đơn vị sự nghiệp công lập (trong đó có vườn quốc gia) để cơ cấu lại NSNN. Các vườn quốc gia (VQG) trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn gồm Ba Vì, Tam Đảo, Cúc Phương, Bạch Mã, YokDon và Cát Tiên, là những đơn vị sự nghiệp công lập đi tiên phong triển khai thực hiện cơ chế tự chủ tài chính của ngành Lâm nghiệp. Mặc dù vậy, với việc quản lý những tài sản công đặc thù như: rừng, đất rừng và hệ sinh thái; nhiều loại công việc rất khó khăn trong xây dựng định mức chi; hàng hóa, dịch vụ cung cấp phần lớn là những hàng hóa, dịch vụ công thiết yếu khó xác định và đo lường giá trị... đã tạo ra những rào cản không nhỏ trong quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tài chính. Theo Tổng cục Lâm nghiệp (2022), trên 80% các VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn chưa đảm bảo chi thường xuyên. Trước những mối đe dọa ngày càng tăng đối với đa dạng sinh học (ĐDSH), những thách thức đối với công tác quản lý VQG cũng như những khó khăn mà các VQG phải đối mặt trong công tác bảo vệ và phát triển rừng thì việc bắt buộc phải thực hiện các bước để tăng cường tự chủ tài chính (thông qua cắt giảm ngân sách chi thường xuyên và biên chế ngay lập tức) có thể đe dọa đến tính bền vững của VQG.

Vì vậy, việc tìm hiểu mức độ tự chủ tài chính của các VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn sẽ là động lực quan trọng góp phần đa dạng hóa nguồn thu cho các hoạt động quản lý và bảo tồn ĐDSH. Kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở khoa học và thực tiễn quan trọng cho việc xây dựng các cơ chế, chính sách đặc thù nhằm nâng cao khả năng tự chủ tài chính của các VQG để các tổ chức này có thể phát triển tương xứng với tiềm năng, tạo nguồn tài chính bền vững cho công tác bảo tồn.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Khái niệm tự chủ tài chính vườn quốc gia

Tự chủ tài chính đề cập đến khả năng của một tổ chức trong việc kiểm soát các quyết định tài chính và nguồn lực mà không có sự can thiệp đáng kể từ bên ngoài. Nó liên quan đến quyền tạo thu nhập, phân bổ ngân sách theo nhu cầu và mục tiêu riêng của tổ chức. Quyền tự chủ tài chính là “quyền tự do của một tổ chức trong việc kiểm soát và quản lý các nguồn tài chính của mình một cách độc lập mà không bị ảnh hưởng hoặc ràng buộc quá mức từ bên ngoài” (Smith, 2020). Adams (2021), lập luận rằng quyền tự chủ tài chính đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự đổi mới và thích ứng của tổ chức. Các tổ chức có quyền tự chủ tài chính có quyền tự do đầu tư vào các chương trình, công nghệ và sáng kiến nghiên cứu mới nhằm thúc đẩy sự đổi mới và nâng cao khả năng cạnh tranh của tổ chức.

Xuất phát từ quan niệm tự chủ tài chính nêu trên, có thể hiểu: Tự chủ tài chính trong VQG đề cập tới khả năng của VQG trong việc ra quyết định về các công việc tài chính nội bộ của đơn vị mình. Tự chủ tài chính chính là năng lực trong việc tạo thu nhập, phân bổ vốn và thiết lập các ưu tiên ngân sách dựa trên đặc thù riêng của VQG nhằm thực hiện mục tiêu chiến lược của đơn vị.

Bên cạnh việc giảm sự phụ thuộc của các VQG vào NSNN, tự chủ tài chính cũng đi kèm với các khía cạnh khác của phân cấp ngân sách và tài chính. Việc yêu cầu VQG tự tạo nguồn kinh phí riêng của mình cũng đồng nghĩa với việc giao cho các VQG nhiều trách nhiệm hơn trong việc lập kế hoạch, quản lý và phân

bổ nguồn vốn thu được cũng như đưa ra quyết định về nhu cầu ngân sách và chi tiêu của chính họ. Theo Emerton & cộng sự (2021), một điểm quan trọng là không nên coi các nguồn tài trợ mới của VQG như một sự thay thế cho nguồn vốn nhà nước mà phải được coi là một nguồn bổ sung. Việc chờ đợi các VQG có thể tạo ra tất cả thu nhập hoặc trang trải toàn bộ các chi phí của chính mình là điều phi thực tế. Do đó, tự chủ tài chính của VQG không nên hiểu là rút toàn bộ hỗ trợ từ NSNN mà Nhà nước cần phải có nhiệm vụ và trách nhiệm hành động vì lợi ích chung để duy trì mạng lưới VQG, nhằm đảm bảo lợi ích bảo tồn quốc gia và toàn cầu.

## 2.2. Quản lý tài chính đơn vị sự nghiệp công lập và tự chủ tài chính

Căn cứ vào Luật Bảo vệ và Phát triển rừng năm 2004, Luật Ngân sách Nhà nước năm 2015, Luật Lâm nghiệp năm 2017, các VQG Ba vì, Tam Đảo, Cúc Phương, Bạch Mã, YokDon và Cát Tiên có Ban quản lý, do Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn trực tiếp tổ chức quản lý, là đơn vị sự nghiệp hoạt động theo cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập, được tự chủ về tài chính, tự chủ về tổ chức bộ máy và tự chủ về thực hiện nhiệm vụ.

Về khía cạnh tự chủ tài chính, Ban quản lý VQG hoạt động theo cơ chế tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập được điều chỉnh bởi Nghị định 60/2021/NĐ-CP (thay thế Nghị định số 141/2016/NĐ-CP) (Chính phủ, 2021). Các đơn vị sự nghiệp công lập được phân loại theo mức độ, khả năng nguồn lực tài chính tự chủ thành 4 loại: (1) Các đơn vị sự nghiệp công lập tự đảm bảo chi thường xuyên và chi đầu tư; (2) các đơn vị sự nghiệp công lập tự đảm bảo chi thường xuyên; (3) Các đơn vị sự nghiệp công lập tự đảm bảo một phần chi thường xuyên (được chia thành 3 cấp độ: đơn vị đảm bảo chi thường xuyên từ 70% đến dưới 100%; từ 30 đến dưới 70% và từ 10% đến dưới 30%); (4) Các đơn vị sự nghiệp công lập do nhà nước đảm bảo chi thường xuyên (đơn vị tự đảm bảo dưới 10% chi thường xuyên).

Theo Điều 10 Nghị định 60/2021/NĐ-CP quy định:

$$\text{Mức tự bảo đảm chi thường xuyên (\%)} = \frac{\text{Nguồn tài chính giao tự chủ}}{\text{Chi thường xuyên giao tự chủ}} \times 100\%$$

Trong đó, đối với các đơn vị sự nghiệp công lập nhóm 2 thì:

*Nguồn tài chính giao tự chủ bao gồm:* Kinh phí cung cấp dịch vụ sự nghiệp công thuộc danh mục sự nghiệp công sử dụng NSNN (bao gồm cả đặt hàng, đấu thầu); Nguồn chênh lệch thu lớn hơn chi (sau khi thực hiện nghĩa vụ với NSNN) từ dịch vụ sự nghiệp công không sử dụng NSNN; hoạt động sản xuất kinh doanh, liên doanh, liên kết); Nguồn phí được để lại theo các quy định của Pháp luật; Thu từ cho thuê tài sản công, lãi tiền gửi ngân hàng; Các nguồn khác theo quy định.

*Chi thường xuyên giao tự chủ bao gồm:* Chi tiền lương và các khoản đóng góp theo tiền lương; Chi thuê chuyên gia, nhà khoa học, người có tài năng đặc biệt thực hiện nhiệm vụ của cơ quan, tổ chức, đơn vị; Chi hoạt động chuyên môn, chi quản lý; Chi thực hiện công việc, dịch vụ thu phí, các hoạt động dịch vụ; Chi trả lãi tiền vay theo quy định của pháp luật (nếu có); Các khoản chi khác theo quy định của pháp luật.

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### 3.1. Dữ liệu

Số liệu thứ cấp được kế thừa các số liệu, tài liệu, báo cáo có liên quan tới công tác quản lý và sử dụng nguồn tài chính tại 6 VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn. Dữ liệu chính phục vụ cho phân tích, đánh giá tình hình tự chủ tài chính của các VQG là Báo cáo tài chính và Báo cáo tổng kết của 6 VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn được thu thập trong 5 năm (2018-2022); phương án quản lý bảo tồn và phát triển bền vững, đề án phát triển du lịch sinh thái, Báo cáo của các đề tài, các công trình nghiên cứu có liên quan đến hoạt động bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn ĐDSH.

### 3.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

*Phương pháp thống kê mô tả số liệu:* Trình bày số liệu theo bảng biểu và biểu đồ để thấy được cơ cấu, xu hướng biến động của các nguồn tài chính, các khoản chi thường xuyên của 6 VQG (2018-2022).

*Phương pháp thống kê phân tích:* Số liệu thứ cấp được thu thập theo kỳ nghiên cứu và xử lý bằng phần mềm Excel, cụ thể: tính số bình quân, tốc độ phát triển liên hoàn, bình quân, tính toán các chỉ số phản ánh



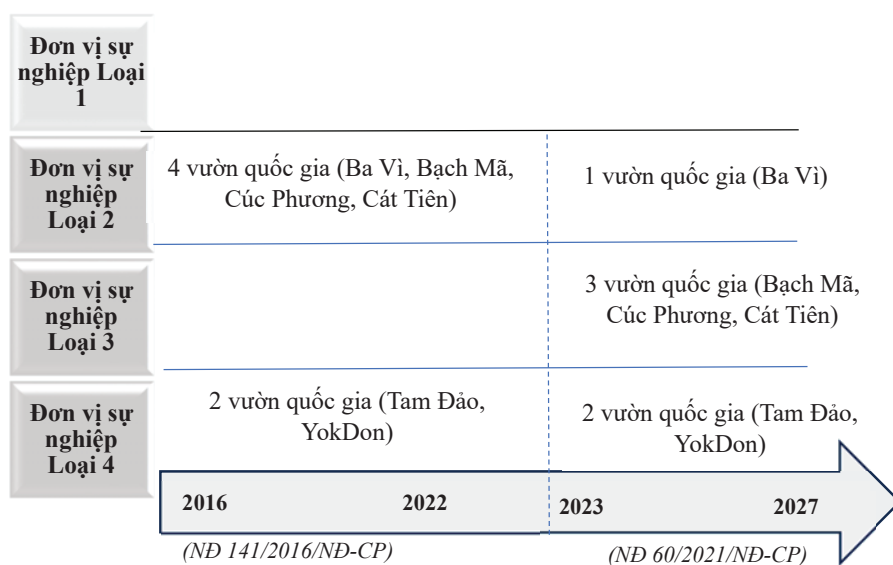
mức độ tự chủ tài chính như tỷ lệ đảm bảo chi thường xuyên, tỷ lệ trích lập các quỹ, hệ số tăng thu nhập tăng thêm; So sánh (theo thời gian, không gian, kỳ nghiên cứu...) để thấy được chênh lệch thu - chi thường xuyên của các VQG các năm; khả năng đáp ứng tự chủ tài chính của các VQG so với yêu cầu. Căn cứ vào dữ liệu phân tích để làm rõ thực trạng (thuận lợi, khó khăn, tồn tại, vướng mắc cần tháo gỡ...); Tham khảo ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực nghiên cứu nhằm nâng cao chất lượng của nghiên cứu.

#### 4. Thực trạng tự chủ tài chính tại các vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

##### 4.1. Phân loại đơn vị sự nghiệp công lập theo mức độ tự chủ tài chính của các vườn quốc gia

Giai đoạn 2016-2020, thực hiện cơ chế tự chủ tài chính theo Nghị định 141/2016/NĐ-CP và quyết định số 441/QĐ-BNN-TC ngày 21/01/2021 về việc giao quyền tự chủ cho các đơn vị sự nghiệp (ĐVSN) kinh tế và sự nghiệp khác thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn có 04 VQG tự đảm bảo chi thường xuyên là Ba Vì, Cúc Phương, Bạch Mã, Cát Tiên; 2 VQG do Nhà nước đảm bảo chi thường xuyên là Tam Đảo và YokDon. Tuy nhiên, theo Báo cáo số 2059/BC-TCLN-KHTC về tổng hợp phương án phân loại tự chủ tài chính và dự toán thu, chi của các ĐVSN kinh tế (2023-2027) của Tổng cục Lâm Nghiệp cho thấy Ba Vì là VQG duy nhất có tỷ lệ đảm bảo chi thường xuyên trên 100%; Các VQG Bạch Mã, Cát Tiên, Cúc Phương có tỷ lệ đảm bảo chi thường xuyên lần lượt là 82%; 84%; 78%, thấp hơn so với yêu cầu là tự chủ 100% chi thường xuyên; 2 VQG YokDon và Tam Đảo còn phụ thuộc hoàn toàn vào NSNN với tỷ lệ đảm bảo chi thường xuyên vô cùng khiêm tốn (VQG YokDon dưới 1% và Tam Đảo dưới 2%). Trước những khó khăn từ việc nguồn thu sụt giảm mạnh do ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid 19 và nguồn thu từ NSNN giảm dần, Tổng cục Lâm nghiệp đưa ra đề xuất (2023-2027) chỉ có VQG Ba Vì được xếp vào ĐVSN loại 2 còn 3 VQG là Bạch Mã, Cúc Phương, Cát Tiên chuyển từ ĐVSN loại 2 xuống ĐVSN loại 3. Điều này cho thấy ngoại trừ Ba Vì, các VQG còn lại đang rất khó khăn trong việc đảm bảo khả năng tự chủ tài chính theo yêu cầu do

**Hình 1: Phân loại đơn vị sự nghiệp của các vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn (2016-2023)**



Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn từ 2016-2023.

nguồn thu của các đơn vị không ổn định, phụ thuộc nhiều vào yếu tố khách quan, trong khi phải thực hiện các chức năng nhiệm vụ được giao đối với công tác bảo vệ và phát triển rừng bền vững.

##### 4.2. Nguồn thu của các vườn quốc gia

Các VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn là những khu rừng đặc dụng có tầm quan trọng bậc nhất tại Việt Nam, do đó luôn nhận được sự quan tâm và sự hỗ trợ tài chính từ các nguồn khác nhau, được tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý. Tuy nhiên, giai đoạn 2018-2022, tổng nguồn thu của các VQG có xu hướng giảm. Nguồn thu của các VQG có sự phân hóa cao, Cát Tiên là VQG có tổng nguồn thu lớn nhất bình quân với 33,14 tỷ đồng/năm; tiếp sau là Cúc Phương, Ba Vì (khoảng 24,5 tỷ đồng/

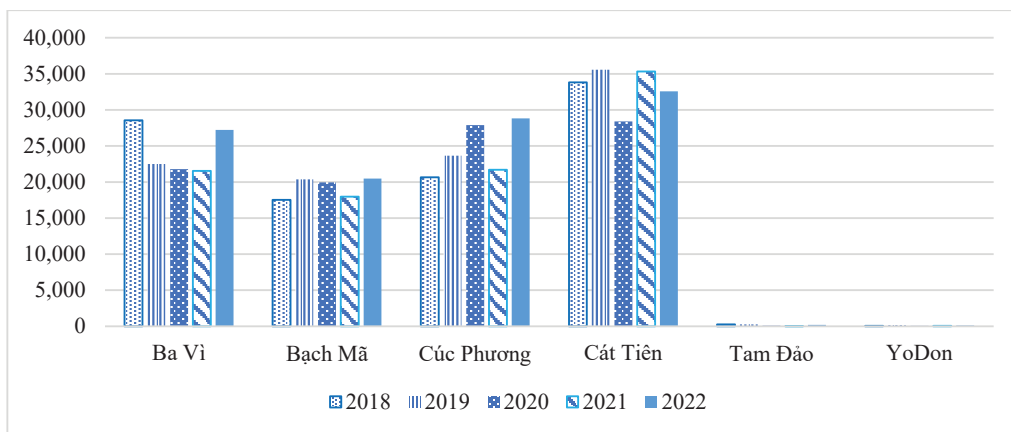
năm), Bạch Mã (19,26 tỷ đồng/năm); 2 VQG có số thu bình quân thấp nhất là Tam Đảo với 164 triệu đồng, YokDon với 85 triệu đồng. Nguồn thu lớn chủ yếu tập trung vào các VQG có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ du lịch sinh thái như VQG Cát Tiên, Ba Vì.

Đối với 04 đơn vị sự nghiệp công lập (Ba Vì, Bạch Mã, Cát Tiên và Cúc Phương) được giao tự chủ chi thường xuyên, Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn giao dự toán chi NSNN theo hình thức giao nhiệm vụ cung cấp dịch vụ công theo Quyết định số 254/QĐ-TTg của Chính phủ (2017) ban hành danh mục dịch vụ sự nghiệp công thuộc lĩnh vực lâm nghiệp gồm: (i) Bảo vệ và phát triển rừng; (ii) Bảo tồn, cứu hộ, phục hồi sinh thái và theo dõi diễn biến tài nguyên rừng; (iii) Điều tra, quy hoạch thuộc lĩnh vực lâm nghiệp; (iv) Thống kê, kiểm kê thuộc lĩnh vực lâm nghiệp; (v) Bảo tàng, bảo quản mẫu vật thuộc lĩnh vực lâm nghiệp. Đối với 2 VQG Tam Đảo và YokDon, khả năng tự chủ còn thấp được nhà nước cấp 100% kinh phí chi thường xuyên trên cơ sở nhiệm vụ được giao, số lượng người làm việc và định mức phân bổ dự toán.

Giai đoạn 2018-2022, cơ cấu nguồn tài chính chi thường xuyên của các Vườn chủ yếu là nguồn thu từ NSNN (chiếm trên 80%). Trong đó, nguồn kinh phí Nhà nước cấp chi thường xuyên trên cơ sở số lượng người làm việc và định mức theo dự toán chiếm tỷ trọng lớn (trên 40%). Nguồn thu từ phí và lệ phí để lại còn chiếm tỷ trọng thấp và có xu hướng giảm dần, cụ thể: Năm 2018, VQG Ba Vì có số thu lớn nhất là 17,14 tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 60,05% tổng nguồn thu), sau đó đến Cúc Phương đạt tỷ lệ 17,43%, Cát Tiên đạt tỷ lệ 18,24%, Bạch Mã đạt tỷ lệ 6%, còn lại Tam đảo và Yokdon có số thu từ phí, lệ phí để lại chiếm tỷ trọng nhỏ (đều dưới 2%). Đến năm 2022, các nguồn thu này có xu hướng giảm do ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid 19 và đang trong giai đoạn phục hồi, Ba Vì là VQG có số thu từ phí, lệ phí lớn nhất cũng chỉ đạt 14,4 tỷ (chiếm tỷ trọng 52,91%). Các VQG Tam Đảo, YokDon nguồn thu này gần như không cải thiện. Trong 4 VQG được phân loại là đơn vị sự nghiệp công lập nhóm 2, Ba Vì là VQG có nguồn thu ngoài NSNN chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn thu là 67,75% (Hình 2). Mặc dù vậy, số thu 18,44 tỷ đồng hiện nay vẫn còn khá ít ỏi so với nhu cầu. Các VQG Cúc Phương, Bạch Mã, Cát Tiên đều có thu từ nguồn NSNN đạt hàng hoặc đầu thầu cung cấp dịch vụ (chiếm trên 70%), trong đó Cúc Phương có số thu cao nhất là 24,98 tỷ (chiếm tỷ

**Hình 2: Tổng nguồn thu của các vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn (2018-2022)**

(Đơn vị tính: Triệu đồng)

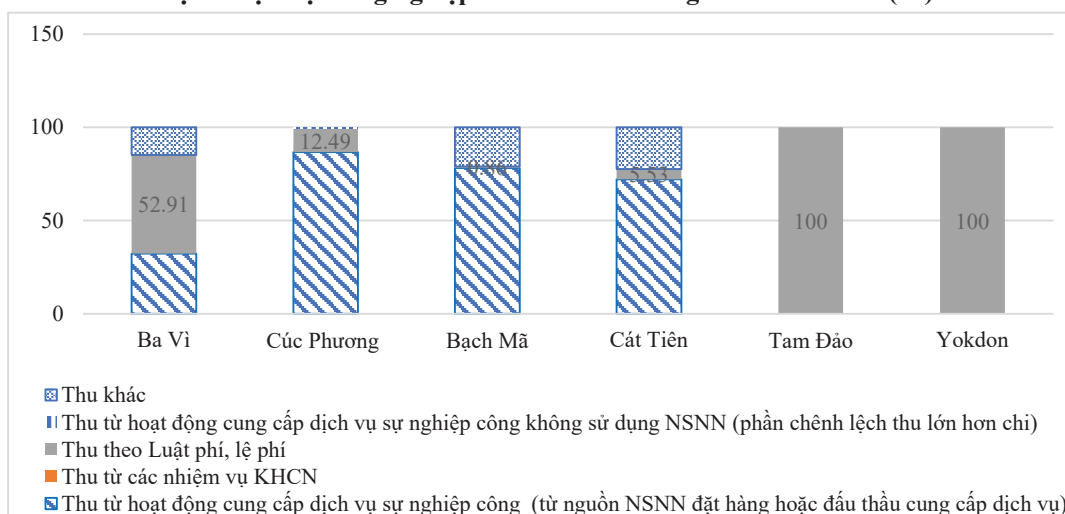


Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo tài chính của các VQG (2018- 2022).

trọng 86,65%) cho thấy phần lớn hoạt động cung cấp dịch vụ sự nghiệp công của các VQG được duy trì bởi nguồn thu từ NSNN.

Theo Nghị định 60/2021/NĐ-CP và Quyết định số 254/2017/QĐ-TTg thì hầu hết các dịch vụ của VQG thuộc nhóm “dịch vụ công do NSNN tài trợ”. Điều này đồng nghĩa với việc rất ít dịch vụ đáp ứng tiêu chí dịch vụ công không được NSNN tài trợ (tức là có khả năng có sự tham gia của khu vực tư nhân, có tiềm năng xã hội hóa cao hoặc có thể định giá theo cơ chế thị trường). Do đó, cũng là điều dễ hiểu khi có đến hơn 80% nguồn thu hiện nay của các Vườn là từ NSNN. Các nguồn thu khác như thu từ dịch vụ du lịch sinh thái, chi trả dịch vụ môi trường rừng cho thuê môi trường rừng,... còn chiếm tỷ trọng khiêm tốn. Năm 2022, chỉ có 3 VQG có nguồn thu này là: Ba Vì (khoảng 4 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 14,84%), Bạch Mã (khoảng 4,3 tỷ

**Hình 3: Cơ cấu nguồn thu của các vườn quốc gia trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn năm 2022 (%)**



Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo tài chính của các VQG năm 2022.

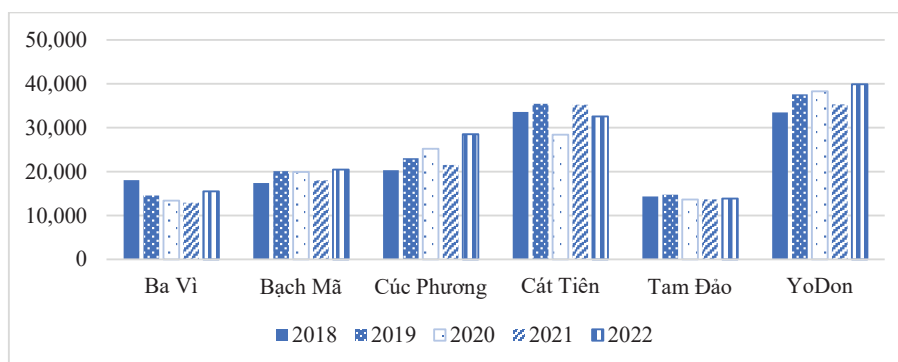
đồng chiếm tỷ trọng 21%), Cát Tiên (gần 7,3 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 22,34%). Bên cạnh đó, không có VQG nào có nguồn thu từ thực hiện các nhiệm vụ khoa học công nghệ và chỉ có duy nhất Cúc Phương có nguồn thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ sự nghiệp công không sử dụng NSNN với số thu nhỏ (248 triệu đồng).

Có thể thấy rằng trong tương lai thì nguồn thu từ NSNN vẫn là nguồn đóng vai trò chủ đạo duy trì hoạt động của các VQG nhằm thực hiện mục tiêu bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn ĐDSH. Tuy nhiên, với yêu cầu nâng cao khả năng tự chủ tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập nhằm tiết kiệm chi NSNN, nguồn NSNN sẽ có xu hướng ngày càng giới hạn và khắt khe hơn. Điều này đòi hỏi các VQG phải chủ động hơn trong việc khai thác các nguồn thu ngoài NSNN trong thời gian tới.

#### 4.3. Khả năng đảm bảo chi thường xuyên của các vườn quốc gia

Giai đoạn 2018-2022, nguồn kinh phí thường xuyên giao tự chủ của các VQG tương đối ổn định. Trong đó, Ba Vì, Cát Tiên, Tam Đảo có xu hướng giảm nhẹ với tốc độ phát triển bình quân lần lượt là 96%, 99,24% và 99,17%. Các VQG còn lại là Cúc Phương, Bạch Mã và YokDon có xu hướng tăng nhẹ với tốc độ phát triển bình quân lần lượt là 108,9%; 104,19% và 108,48%. Giai đoạn vừa qua do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 nên nguồn thu từ phí tham quan của các VQG có xu hướng giảm, song các nguồn thu từ NSNN đặt hàng vẫn duy trì tương đối ổn định. Đối với các VQG có tỷ trọng thu lớn từ dịch vụ du lịch sinh thái như Ba Vì, Cát Tiên, Tam Đảo thì nguồn kinh phí giao tự chủ có xu hướng giảm. Năm 2022, YokDon có nguồn kinh phí chi thường xuyên giao tự chủ lớn nhất là 39,9 tỷ đồng, VQG có nguồn kinh phí chi thường xuyên giao tự chủ thấp nhất là Tam Đảo 13,86 tỷ đồng.

**Hình 4: Tổng kinh phí thường xuyên giao tự chủ của các VQG (2018-2022)**



Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo tài chính của các VQG (2018-2022).

Về cơ cấu chi thường xuyên, tỷ trọng chi cho tiền lương, tiền công đang chiếm phần lớn (khoảng 40-83%) (Bảng 1) và rất khó cắt giảm do số lượng cán bộ, nhân viên hiện khá mỏng so với nhu cầu bảo vệ VQG trên diện tích rộng lớn như Cúc Phương diện tích 22.408 ha chỉ có 102 cán bộ quản lý, VQG Tam Đảo 32.877

**Bảng 1: Tỷ lệ chi tiền lương, tiền công trong tổng chi thường xuyên (%)**

VQG	2018	2019	2020	2021	2022
Ba Vì	42,70	59,20	62,94	64,30	54,84
Bạch Mã	66,03	65,18	70,16	77,12	71,96
Cúc Phương	71,45	64,16	60,82	67,01	69,88
Cát Tiên	71,46	68,13	73,99	70,67	73,40
Tam Đảo	65,88	66,85	66,97	65,31	66,16
Yokdon	83,69	79,87	80,15	81,27	77,12

*Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu Báo cáo tài chính của các VQG (2018-2022).*

ha có 92 cán bộ quản lý. VQG Ba Vì có 70 cán bộ quản lý diện tích 9.702 ha, tỷ lệ chi cho tiền lương, tiền công chiếm khoảng 42-64%. Các VQG còn lại tỷ lệ này còn ở mức cao hơn từ 60-84%.

Nguồn tài chính của các VQG hiện nay mới chỉ đáp ứng được nhu cầu thiết yếu là chi cho con người, các hoạt động chuyên môn chưa được chú trọng, quan tâm đúng mức và còn phụ thuộc lớn vào nguồn tài chính của đơn vị. Với các VQG có nguồn thu tốt, tỷ lệ chi cho hoạt động chuyên môn có thể được tăng lên. VQG Ba Vì có thu từ nhiều nguồn ngoài NSNN, do đó, tỷ trọng chi chuyên môn từ 22-33% trong tổng chi thường xuyên; tỷ lệ chi chuyên môn cũng cao ở VQG Bạch Mã (18-25%), Cúc Phương (28-40%), Cát Tiên (10-23%), trong khi các VQG không có nguồn thu phụ thuộc hoàn toàn vào NSNN như Yokdon và Tam Đảo thì tỷ trọng chi cho hoạt động chuyên môn rất thấp (dưới 2%) vì nguồn NSNN hiện nay chỉ đáp ứng các nhu cầu tối thiểu về quản lý, bảo vệ rừng và bảo tồn ĐDSH.

Trên thực tế, các khoản chi thường xuyên rất khó cắt giảm trong bối cảnh nhu cầu chi phí cho các hoạt động bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn ĐDSH đang có xu hướng tăng lên trong những năm gần đây để đạt mục tiêu phát triển rừng bền vững và bảo tồn được các nguồn gen quý. Tỷ trọng chi cho hoạt động, chuyên môn thấp sẽ khiến các dịch vụ hàng hóa công mà các VQG đang cung cấp hiện nay đứng trước nguy cơ bị suy giảm về mặt chất lượng. Không những vậy, hiện nay có rất nhiều hoạt động, lĩnh vực liên quan đến vấn đề bảo vệ và phát triển rừng và bảo tồn ĐDSH mà các VQG không có hoặc không đủ kinh phí để triển khai, chẳng hạn: nghiên cứu khoa học, cứu hộ động vật, theo dõi diễn biến tài nguyên rừng, giám sát ĐDSH, giáo dục truyền thống, nâng cao nhận thức.

#### **4.4. Trích lập các quỹ và chi thu nhập tăng thêm**

Giai đoạn 2018-2022, do chênh lệch thu – chi rất eo hẹp nên việc trích lập các quỹ và chi trả lương tăng thêm không đồng đều giữa các VQG. VQG Ba Vì có mức trích lập Quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp cao nhất và ổn định nhất với số tiền trích lập khoảng 2 tỷ đồng; sau đó đến YokDon mặc dù mức trích lập của VQG này không ổn định với mức thấp nhất là 200 triệu đồng năm 2018; cao nhất là năm 2020 và 2021 với 800 triệu đồng; năm 2022 không trích lập. VQG Bạch Mã trích lập duy nhất năm 2019 với số tiền ít ỏi 100 triệu đồng. Các VQG còn lại trong 5 năm không trích lập được đồng nào vào Quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp. Đối với các quỹ khác như Quỹ khen thưởng phúc lợi, Quỹ bổ sung thu nhập không có VQG trích lập.

Việc chi trả lương tăng thêm dựa trên cơ sở đánh giá hiệu quả lao động và bình bầu theo quy định tại quy chế chi tiêu nội bộ của đơn vị. Kết quả tài chính của các VQG những năm qua không cao nên mặc dù hầu hết các đơn vị có chi trả lương tăng thêm cho người lao động (5/6 vườn chiếm tỷ lệ 83,3%) nhưng với hệ số tăng thu nhập tăng thêm khá khiêm tốn (dưới 1 lần lương cấp bậc, chức vụ). Trong 5 VQG (Ba Vì, Bạch Mã, YokDon, Cát Tiên và Tam Đảo) thì Ba Vì là Vườn có cán bộ được hưởng lương tăng thêm cao nhất khoảng 8 triệu đồng/tháng; chi bổ sung thu nhập cho người lao động từ tiền lương tăng thêm từ 0,5 đến 0,7 lần (trung bình từ 3-7 triệu đồng/người/tháng). Cúc Phương mặc dù được xếp vào ĐVSN loại 2 có khả năng trả lương tăng thêm lên đến 2 lần nhưng lại là VQG duy nhất trong 6 vườn không có thu nhập tăng thêm. Có thể thấy rằng các VQG đã có được sự tự chủ nhất định trong việc quyết định mức thu nhập cho người lao động nhưng mức chi trả thu nhập tăng thêm còn thấp, đời sống của cán bộ, nhân viên vẫn phụ thuộc nhiều vào tiền lương và phụ cấp từ NSNN.

---

## 5. Đánh giá chung

### 5.1. Kết quả đạt được

*Về Công tác khai thác thu:* Các VQG đã chủ động triển khai các hoạt động đa dạng hóa nguồn thu từ du lịch sinh thái (DLST), chi trả dịch vụ môi trường rừng, tài trợ viện trợ từ nước ngoài, nguồn thu từ dịch vụ cây, con giống, giảm sự phụ thuộc vào NSNN. Trong đó, các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch sinh thái được triển khai nhiều hình thức đa dạng gồm tự tổ chức, liên doanh liên kết, cho thuê môi trường rừng và chi trả dịch vụ môi trường rừng. Nguồn thu từ hoạt động kinh doanh và dịch vụ du lịch sinh thái đã phát huy vai trò tích cực ở một số VQG như Cát Tiên, Ba Vì, Cúc Phương. Trong đó, Ba Vì đang triển khai thực hiện hợp đồng liên kết, cho thuê môi trường rừng khá tốt.

*Về công tác tiết kiệm chi:* Các VQG đã hoàn thành nhiệm vụ tiết kiệm chi và cân đối sử dụng ngân sách được giao trong bối cảnh giá cả thị trường có xu hướng tăng. Bên cạnh đó, để chủ động sử dụng kinh phí chi thường xuyên đúng mục đích, tiết kiệm và có hiệu quả, tất cả 6 VQG trực thuộc Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn đã xây dựng quy chế chi tiêu nội bộ.

*Về trích nộp các quỹ và chi trả lương tăng thêm:* Các VQG đã có được sự tự chủ nhất định trong việc quyết định mức thu nhập cho cán bộ, nhân viên của đơn vị mình với 5/6 VQG chiếm tỷ lệ 83,3% có chi trả lương tăng thêm cho cán bộ, nhân viên.

### 5.2. Hạn chế

*Về công tác khai thác và tạo nguồn thu:* Hiện nay ở đại đa số các VQG, nguồn thu từ NSNN vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu; Đầu tư vào cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất cơ bản cần thiết để thu hút hoạt động kinh doanh mới và tạo thêm doanh thu từ dịch vụ du lịch còn vô cùng hạn chế; Các nguồn thu xã hội hóa như thu từ chi trả dịch vụ môi trường rừng, thu từ hoạt động kinh doanh và dịch vụ du lịch sinh thái vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ. Trong các nguồn thu ngoài NSNN, chủ yếu dựa vào khoản thu từ phí và lệ phí để lại và có xu hướng giảm mạnh.

*Về việc thực hiện nhiệm vụ chi thường xuyên:* Đối với cơ cấu chi tiêu, phần lớn các khoản chi thường xuyên là chi cho con người (chi lương để thực hiện công tác bảo vệ và phát triển rừng), chi nghiệp vụ chuyên môn suy giảm về tỷ trọng; các khoản chi cho bảo tồn ĐDSH rất hạn chế, chi cho hoạt động kinh doanh và dịch vụ du lịch sinh thái thì gần như là không có.

*Về trích nộp các quỹ và chi trả lương tăng thêm:* Trong tổng số 6 VQG chỉ có Ba Vì và YokDon có trích lập quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp, các VQG còn lại không trích lập quỹ này. Đối với quỹ khen thưởng, phúc lợi không có VQG nào trích lập. Các đơn vị được giao tự chủ chi thường xuyên chưa tạo được thu nhập tăng thêm đáng kể cho cán bộ, người lao động, đời sống chủ yếu vẫn phụ thuộc nhiều vào tiền lương và phụ cấp từ NSNN.

*Về khả năng đảm bảo mức độ tự chủ tài chính theo như phân loại:* Các VQG chưa đảm bảo mức độ tự chủ tài chính ổn định như phân loại. Ngoại trừ Ba Vì tiếp tục trụ vững ở nhóm 2, các VQG (Cúc phương, Bạch Mã, và Cát Tiên) đều đề nghị chuyển từ đơn vị tự bảo đảm chi thường xuyên sang đơn vị tự bảo đảm một phần chi thường xuyên trong thời kỳ ổn định ngân sách tiếp theo (2023-2027) với mức tự chủ được đề xuất lần lượt là 78%, 82% và 84% cho các nhiệm vụ chi thường xuyên theo chức năng nhiệm vụ của từng VQG.

### 5.3. Nguyên nhân

#### 5.3.1. Nguyên nhân từ phía các cơ quan quản lý nhà nước

Các văn bản hướng dẫn làm cơ sở pháp lý triển khai các quy định của Luật Lâm nghiệp 2017, Luật NSNN 2015, Luật quản lý tài sản công, ... liên quan đến công tác tổ chức thực hiện xã hội hóa việc cung cấp dịch vụ sự nghiệp công; quản lý và sử dụng tài sản có tính chất đặc thù như rừng, đất rừng, hệ sinh thái của VQG theo các Nghị quyết và văn bản chỉ đạo của Chính phủ hiện nay chưa được ban hành đầy đủ, đồng bộ và thống nhất.

#### 5.3.2. Nguyên nhân từ phía các vườn quốc gia

Năng lực xây dựng các chiến lược và kế hoạch tài chính/kinh doanh, marketing, huy động vốn hàng năm và trung hạn của các VQG còn chưa đáp ứng được yêu cầu; chưa hoạch định ngân sách và chi tiêu một cách hiệu quả gắn với phương án quản lý rừng bền vững.

Một số VQG chưa chủ động trong công tác khai thác các nguồn thu từ NSNN thông qua cơ chế đặt hàng,

---

đầu thầu cung cấp dịch vụ sự nghiệp công sử dụng NSNN; chưa năng động trong khai thác các nguồn thu xã hội hóa như: nguồn thu từ hoạt động DLST, cho thuê môi trường rừng và chi trả dịch vụ môi trường rừng.

## **6. Đề xuất và kiến nghị**

### **6.1. Đề xuất đối với các vườn quốc gia**

*Bảo đảm ổn định và gia tăng các nguồn kinh phí được giao tự chủ từ NSNN* thông qua việc: (i) Cung cấp các hàng hóa, dịch vụ công thiết yếu một cách chất lượng theo cơ chế nhà nước đặt hàng; (ii) Xây dựng được các định mức kinh tế - kỹ thuật và đơn giá trên cơ sở tính đủ 100% chi phí thường xuyên vào giá dịch vụ công làm căn cứ cho các cơ quan nhà nước xác định giá giao kinh phí.

*Gia tăng nguồn thu ngoài NSNN* thông qua việc: (i) tối đa hóa hiệu quả của hoạt động kinh doanh DLST dưới hình thức tự kinh doanh; (ii) Đồng thời, rà soát điều chỉnh phí vào cửa và giá dịch vụ; (iii) Tăng cường thu hút nguồn thu từ các khoản tài trợ/viện trợ của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; (iii) Triển khai hình thức cho thuê môi trường rừng; (iv) Khai thác tiềm năng để tạo nguồn thu từ chi trả dịch vụ môi trường rừng từ cung ứng dịch vụ môi trường rừng kinh doanh dịch vụ du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng giải trí, bảo vệ đất, điều tiết nước và hấp thụ các-bon.

### **6.2. Kiến nghị**

*Chính phủ:* Cần có sự chỉ đạo các Bộ, ngành liên quan tháo gỡ các vướng mắc, khó khăn trong việc thực hiện tự chủ tài chính các đơn vị đơn vị sự nghiệp công lập và các VQG, đảm bảo mục tiêu bảo tồn hệ sinh thái rừng có ý nghĩa quan trọng quốc gia và toàn cầu.

*Bộ Tài chính:* Hiện nay, việc thu phí tham quan đối với 6 VQG trực thuộc Tổng cục Lâm nghiệp (Bạch Mã, Cúc Phương, Ba Vì, Tam Đảo, Yokdon, Cát Tiên) được quy định thống nhất theo Thông tư số 206/2016/TT-BTC, ngày 09/11/2016 của Bộ Tài chính. Việc quy định mức thu phí tham quan thống nhất và cố định là cứng nhắc và không phù hợp với thực tiễn. Do đó, cần thay đổi tư duy xác định mức thu vé vào cửa, phí tham quan, giá dịch vụ cho sát hơn với các quy luật của nền kinh tế thị trường như: Bộ Tài chính chỉ nên quy định mức phí tham quan cố định bình quân, đồng thời cho phép các VQG được quyền quyết định điều chỉnh mức phí tham quan phù hợp với tình hình thực tiễn của đơn vị mình (vị trí địa lý, mức độ hấp dẫn...), phù hợp với những khoảng thời gian nhất định trong năm (mùa cao điểm/ thấp điểm du lịch), nằm trong biên độ giao động cho phép (chẳng hạn giao động tăng/giảm từ 0% đến 20%).

*Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:* Theo Quyết định số 254/2017/QĐ-TTg/, trong lĩnh vực Lâm nghiệp có 5 dịch vụ sự nghiệp công sử dụng NSNN, tuy nhiên, đến nay việc triển khai giao nhiệm vụ, đặt hàng thực hiện các dịch vụ sự nghiệp công vẫn vướng mắc. Vì vậy cần: (i) Thực hiện rà soát, xây dựng các định mức kinh tế kỹ thuật áp dụng cho các dịch vụ sự nghiệp công trong ngành Lâm nghiệp làm cơ sở tính đủ giá, phí dịch vụ sự nghiệp công làm căn cứ giao dự toán NSNN, nâng cao hiệu quả hoạt động của các VQG và duy trì ổn định nguồn NSNN cấp cho các VQG; (ii) Tăng cường sự phối hợp đồng bộ của các Bộ, ngành, cơ quan quản lý nhà nước cấp trung ương và địa phương trong việc triển khai cơ chế tự chủ tài chính ở các đơn vị sự nghiệp công lập nói chung và các VQG nói riêng; (iii) Tiếp tục rà soát các tồn tại, vướng mắc trong việc thực thi chính sách tự chủ tài chính đối với các VQG để có những kiến nghị, điều chỉnh phù hợp, đặc biệt với các dịch vụ có tính chất đặc biệt của các VQG.

## **Tài liệu tham khảo:**

- Adams, D. (2021), 'Financial autonomy and organizational innovation: A comparative study', *Journal of Innovation and Competitiveness*, 18(3), 201-216.
- Ban Chấp hành Trung ương (2017), *Nghị quyết số 19-NQ/TW, Nghị quyết hội nghị lần thứ sáu Ban chấp hành trung ương khóa XII*, ban hành ngày 25 tháng 10 năm 2017.
- Chính phủ (2017), *Quyết định số 254/QĐ – TTg ban hành danh mục dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước trong lĩnh vực sự nghiệp kinh tế và sự nghiệp khác của Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn*, ban hành ngày 22 tháng 02 năm 2017.

- 
- Chính phủ (2021), *Nghị định 60/2021/NĐ – CP của Chính phủ quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập*, ban hành ngày 21 tháng 06 năm 2021.
- Emerton, L. (2006), *Financial barriers to PA management effectiveness: case study of Vietnam*, Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), Paris.
- Emerton, L., Bishop, J. & Thomas, L. (2006), *Sustainable financing of protected areas: A global review of challenges and options*, IUCN, Gland and Cambridge.
- Emerton Lucy, Nguyễn Việt Dũng, Bùi Thị Minh Nguyệt & Max Roth (2021), *Đánh giá hiện trạng tài chính của khu bảo tồn ở Việt Nam: Các nhu cầu, lựa chọn & bước đi tiếp theo để thực hiện cơ chế “tự chủ tài chính”, báo cáo cho dự án bảo tồn, sử dụng bền vững đa dạng sinh học rừng và các dịch vụ hệ sinh thái ở Việt Nam*, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, 41-42.
- Hockings, M., Stolton, S. & Dudley, N. (2000), *Evaluating effectiveness: A framework for assessing management of protected areas*, IUCN, Gland.
- James, A., Gaston, K.J. & Balmford A. (2001), ‘Can we afford to conserve biodiversity?’, *BioScience*, 51(1), 43-52.
- Lê Thanh An, L.T., Markowski, J. & Bartos, M. (2018), ‘The comparative analyses of selected aspects of conservation and management of Vietnam’s national parks’, *Nature Conservation*, 25, 1-30.
- Martin, T.G., Kehoe, L., Mantyka-Pringle, C., Chades, I., Wilson, S., Bloom, R.G. & Smith, P.A. (2018), ‘Prioritizing recovery funding to maximize conservation of endangered species’, *Conservation Letters*, 11, e12604.
- Saporiti N. (2006), *Managing national parks: How public-private partnerships can aid conservation*, retrieved on December 28<sup>th</sup> 2020, from <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/11185>>.
- Smith, A. (2020), ‘Financial autonomy and its role in the sustainability and development of public universities’, *Journal of Higher Education Finance*, 45(2), 123-136.
- Tổng cục Lâm nghiệp (2022), *Báo cáo số 2059/BC-TCLN – KHTC về tổng hợp phương án phân loại tự chủ tài chính và dự toán thu, chi của các đơn vị sự nghiệp kinh tế giai đoạn 2023 – 2027*, ban hành ngày 08 tháng 12 năm 2022.
- Trần Quang Bảo, Bùi Thị Minh Nguyệt, Nguyễn Minh Đạo, Đào Lan Phương, Nguyễn Trọng Cường (2019), *Cơ chế tài chính bền vững trong hoạt động kinh doanh và dịch vụ du lịch sinh thái tại các VQG và khu bảo tồn thiên nhiên ở Việt Nam*, NXB Khoa học kỹ thuật, Hà Nội.
- Wilkie, D.S., Carpenter, J.F. & Zhang, Q. (2001), ‘The under-financing of protected areas in the Congo Basin: So many parks and so little willingness to pay’, *Biodiversity and Conservation*, 10, 691-709.

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA BẢO HIỂM Y TẾ TỰ NGUYỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

**Nguyễn Thị Hải Đường**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: duongnh@neu.edu.vn

**Lê Đức Lữ**

Trường Đại học Văn Lang

Email: Luld@neu.edu.vn (Tác giả liên hệ)

**Ngô Gia Tráng**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: tamtoan012@gmail.com

**Phùng Quang Anh**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: quanganhphung0505@gmail.com

**Nguyễn Thị Bảo Dương**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: baoduongams@gmail.com

**Đào Lê Ngân**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: ngandl.work@gmail.com

Mã bài: JED-1650

Ngày nhận bài: 12/03/2024

Ngày nhận bài sửa: 19/04/2024

Ngày duyệt đăng: 24/05/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1650

## Tóm tắt

Bảo hiểm y tế tự nguyện là một trong những công cụ tài chính góp phần giảm tỉ lệ chi trả y tế từ tiền túi của người dân. Vì nhiều nguyên nhân khác nhau, nhiều người chưa tiếp cận được với bảo hiểm y tế tự nguyện. Với mục tiêu tăng cường khả năng tiếp cận dịch vụ y tế của người dân, bài viết tập trung nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện. Nhóm tác giả vận dụng thuyết hành vi có kế hoạch để xây dựng mô hình nghiên cứu và thực hiện khảo sát trên địa bàn Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát ý định hành vi, hiểu biết, chất lượng dịch vụ và trách nhiệm sức khỏe đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện. Trên cơ sở kết quả phân tích, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm mở rộng khả năng tiếp cận tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân tại Hà Nội.

**Từ khóa:** Ý định mua, bảo hiểm y tế tự nguyện, Hà Nội.

**Mã JEL:** D12, G22, M31

## Factors affecting people's intention to buy voluntary health insurance in Hanoi

### Abstract

Voluntary health insurance is an essential financial tool that contributes to reducing the proportion of healthcare expenses from people's pockets. Many people do not have access to voluntary health insurance for various reasons. This article studies the factors influencing the intention to purchase voluntary health insurance to enhance people's access to healthcare services. The authors apply the Theory of Planned Behavior to build a research model and conduct a survey in Hanoi. The research results show that attitude, subjective norms, perceived behavioral control, knowledge, service quality, and health responsibility all positively impact the intention to participate in voluntary health insurance. Based on the analysis results, the authors propose recommendations to expand the accessibility of voluntary health insurance participation for people in Hanoi.

**Keywords:** Intention to buy, voluntary health insurance, Hanoi.

**JEL Codes:** D12, G22, M31



---

## 1. Giới thiệu

Bảo hiểm y tế (BHYT) là một trong những công cụ tài chính quan trọng trong chính sách chăm sóc sức khỏe toàn dân, góp phần đảm bảo an sinh xã hội quốc gia. Trải qua hơn 30 năm thực hiện tại Việt Nam, BHYT đã góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe và chất lượng cuộc sống cho người dân. Tuy nhiên, phạm vi bảo hiểm của BHYT toàn dân hiện nay không đáp ứng được hết các chi phí y tế, và tỷ lệ chi trả từ tiền túi của người dân còn cao. Báo cáo của Tổ chức Lao động Quốc tế chỉ ra rằng tỷ lệ chi trả của BHYT toàn dân về dịch vụ và chi phí còn thấp, khoảng 60% tổng chi tiêu chăm sóc y tế, tỷ lệ tự chi trả từ tiền túi của người dân ở mức gần 40% (Wagstaff & Neelsen, 2020).

BHYT tự nguyện phát triển tại Việt Nam từ đầu năm 2010 do các doanh nghiệp bảo hiểm cũng cấp. Tuy nhiên số người tham gia BHYT tự nguyện còn rất thấp, với nhiều nguyên nhân khác nhau. Để làm rõ các yếu tố tác động đến việc tiếp cận và tham gia BHYT tự nguyện, nhóm nghiên cứu lựa chọn nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định tham gia BHYT tự nguyện tại Hà Nội. Vận dụng thuyết Hành vi có Kế hoạch và áp dụng phương pháp phân tích định lượng, nghiên cứu làm rõ tác động của các nhân tố ảnh hưởng được xác định và đưa ra các đề xuất thúc đẩy việc tham gia BHYT tự nguyện tại Hà Nội.

## 2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

BHYT tự nguyện là hình thức bảo hiểm mà người tham gia tự nguyện trả một khoản phí bảo hiểm để nhận được sự đảm bảo về tài chính trong một hạn mức nhất định với phạm vi bảo hiểm được quyết định lựa chọn bởi người tham gia bảo hiểm (Mathauer & Kutzin, 2018). BHYT tự nguyện khác với BHYT bắt buộc - hình thức bảo hiểm mà các mối quan hệ tham gia và đóng góp được quy định bắt buộc bởi Nhà nước. Tùy theo quy định của mỗi quốc gia, BHYT tự nguyện có thể được cung cấp bởi các công ty bảo hiểm và hoặc các tổ chức bảo hiểm của nhà nước dưới hình thức bảo hiểm kinh doanh hoặc phi lợi nhuận (Mathauer & Kutzin, 2018).

Có nhiều cách tiếp cận khác nhau, tuy nhiên, xuất phát từ tính chất của BHYT tự nguyện là sản phẩm không mong muốn tiêu dùng, sản phẩm phải trả tiền trước, vì vậy việc mua BHYT tự nguyện cần có ý định hành vi có kế hoạch trên cơ sở nhận thức và hiểu biết từ phía người mua. Xuất phát từ đặc tính này, bài viết tiếp cận mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua BHYT tự nguyện dựa trên khung lý thuyết về thuyết Hành vi có Kế hoạch.

Thuyết Hành vi có Kế hoạch được Ajzen đề xuất lần đầu vào năm 1985, là sự mở rộng của thuyết Hành động Hợp lý để giải quyết hạn chế liên quan đến những hành vi không có tính kiểm soát (Ajzen, 1985). Trong bản nghiên cứu năm 1991, Ajzen đã bổ sung nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Nhân tố này ảnh hưởng đến hành vi theo hai cách: thứ nhất, nó ảnh hưởng đến ý định thực hiện hành vi; thứ hai, nó có thể có tác động trực tiếp đến chính hành vi đó. Ngoài ra, lý thuyết còn mở rộng về mối quan hệ qua lại giữa chuẩn mực chủ quan và thái độ đối với hành vi. Năm 2005, Ajzen đã đưa thêm những nhân tố chung (background factors), bao gồm cá nhân, xã hội và thông tin vào mô hình thuyết Hành vi có Kế hoạch (Ajzen, 2005).

### 2.2. Tổng quan nghiên cứu

Mô hình thuyết Hành vi có Kế hoạch được sử dụng rộng rãi để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm ở Việt Nam và các nước. Kazaure (2019), Bhatti & Husin (2019), Zakaria & cộng sự (2016) đã sử dụng mô hình thuyết Hành vi có Kế hoạch với những nhân tố chính là thái độ, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, ngoài ra bổ sung thêm ảnh hưởng xã hội, niềm tin hành vi, niềm tin chuẩn mực, kiểm soát niềm tin, hiểu biết tài chính, động cơ tiết kiệm và tôn giáo để nghiên cứu về ý định mua bảo hiểm nhân thọ thông thường cũng như bảo hiểm hồi giáo Takaful. Tại Việt Nam, Nguyễn Hồng Hà & Lê Long Hồ (2020), và Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023), trong nghiên cứu về ý định tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện, đã sử dụng mô hình TPB với các nhân tố là thái độ, chuẩn mực chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, nhận biết, rào cản giá trị, rủi ro tài chính, rủi ro hiệu quả và ý thức sức khỏe.

Ở Việt Nam, những nghiên cứu về các quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua BHYT tự

---

nguyện chưa nhiều. Lê Cảnh Bích Thơ & cộng sự (2017), khi nghiên cứu về những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHYT tự nguyện của người dân thành phố Cần Thơ, đã chỉ ra rằng có 05 yếu tố ảnh hưởng đó là sức khỏe, trình độ, tuyên truyền, giới tính và số lần khám chữa bệnh, trong đó, trình độ, số lần khám chữa bệnh và tuyên truyền có tác động tích cực đến quyết định tham gia BHYT tự nguyện của người dân. Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHYT tự nguyện của người dân huyện Trảng Bom, tỉnh Đồng Nai của Nguyễn Thị Xuân Hương & cộng sự (2018) đã chỉ ra 06 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia BHYT tự nguyện của người dân: thủ tục hành chính, mức độ hiểu biết về bảo hiểm y tế, thu nhập, cơ sở vật chất khám chữa bệnh, chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh và mức phí BHYT tự nguyện. Tuy nhiên, cả hai nghiên cứu trên đều không xây dựng các nhân tố dựa trên mô hình thuyết Hành vi có Kế hoạch và nội dung nghiên cứu tập trung vào BHYT tự nguyện do BHXH Việt Nam phát hành. Nghiên cứu về BHXH tự nguyện của Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023) cũng chỉ ra rằng quyết định mua BHXH tự nguyện phụ thuộc phần lớn vào thái độ của khách hàng. Kết quả trên cũng được ủng hộ bởi nghiên cứu của Bhatti & Husin (2019) về bảo hiểm Hồi giáo, Wilfred (2020) về bảo hiểm y tế. Nhân tố thái độ luôn có ảnh hưởng tích cực và có thể được xem là một trong những yếu tố tiên quyết.

Theo Fishbein & Ajzen (1975), chuẩn chủ quan là nhận thức của một cá nhân, với những người tham khảo quan trọng của họ có cho rằng họ nên thực hiện hành vi đó hay không. Nghiên cứu của Nosi & cộng sự (2014) về ý định mua niên kim đã cho thấy rằng việc ra quyết định của mọi người sẽ chịu tác động bởi ý kiến của những người thân quen căn cứ vào mức độ tin tưởng lẫn nhau và cho rằng chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua bảo hiểm. Nghiên cứu của Nguyễn Xuân Cường & cộng sự (2014) chỉ ra rằng chuẩn chủ quan có ảnh hưởng yếu đến ý định tham gia bảo hiểm.

Theo Ajzen (1991), nhận thức kiểm soát hành vi của một cá nhân là nhận thức về mức độ dễ dàng hay khó khăn để thực hiện hành vi. Nghiên cứu của Zakaria & cộng sự (2016) cho thấy những người có tự tin về năng lực, có tiềm lực tài chính và có hiểu biết về tài chính càng nhiều thì ý định mua bảo hiểm càng cao. Tuy nhiên, nghiên cứu của Phạm Xuân Giang & Nguyễn Thị Thu Hằng (2021) lại chỉ ra rằng nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng yếu tới ý định tham gia bảo hiểm do người dân chưa tự tin vào khả năng của bản thân mình khi tham gia bảo hiểm.

Nhận biết về các dòng sản phẩm bảo hiểm và dịch vụ bảo hiểm giúp khách hàng dễ dàng đưa ra được lựa chọn theo nhu cầu của mình và đưa ra được hành vi mua hàng (Percy & Rossiter, 1992). Do tính chất phức tạp của bảo hiểm, việc người tiêu dùng nắm rõ mục đích, quyền lợi, quy tắc và điều khoản của các loại sản phẩm sẽ giúp họ đưa ra được những quyết định mua nhanh chóng, đúng đắn và phù hợp với nhu cầu.

Nghiên cứu về tầm ảnh hưởng các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ tại Ukraina của Okhrimenko & Manaienko (2020) nhấn mạnh rằng các công ty bảo hiểm phải kết hợp giữa xây dựng hình ảnh, danh tiếng và chất lượng dịch vụ để đem đến cho khách hàng dịch vụ bảo hiểm tối ưu nhất. Vai trò của chất lượng dịch vụ bảo hiểm tác động tích cực đến việc quyết định tham gia bảo hiểm của khách hàng và điều này được chứng minh bởi nghiên cứu của Nguyễn Thị Xuân Hương & cộng sự (2018), Hoàng Thu Thủy & Bùi Hoàng Minh Thư (2018), Nguyễn Nhật Hạ & cộng sự (2020).

Nhóm nghiên cứu cũng nhận thấy rằng nhân tố trách nhiệm đối với sức khỏe cũng có ảnh hưởng tích cực tới ý định tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân, tuy nhiên chưa nhiều nghiên cứu sử dụng nhân tố này. Trong nghiên cứu về bảo hiểm y tế tự nguyện, Lê Thị Mỹ Như & Nguyễn Tuấn Kiệt (2020) đã đưa nhân tố số lần khám bệnh vào mô hình, điều này thể hiện trách nhiệm đối với sức khỏe của người dân và khi họ càng quan tâm đến sức khỏe và sợ rủi ro đến với sức khỏe của bản thân, xác suất họ tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện sẽ càng tăng lên.

Về các yếu tố nhân khẩu học, theo Lê Cảnh Bích Thơ & cộng sự (2017), những yếu tố bao gồm giới tính và trình độ học vấn được xem xét là có ảnh hưởng sâu sắc đến nhu cầu và ý định mua bảo hiểm của khách hàng. Ngoài ra, theo nghiên cứu của Yamada & cộng sự (2009), thu nhập cũng là một yếu tố cần cân nhắc, khi những người có thu nhập cao hơn có xu hướng mua BHYT tự nguyện nhiều hơn. Theo Lê Thị Mỹ Như & Nguyễn Tuấn Kiệt (2020), tuổi tác cũng có ảnh hưởng dương và quan trọng tới ý định tham gia BHYT tự nguyện của người dân.

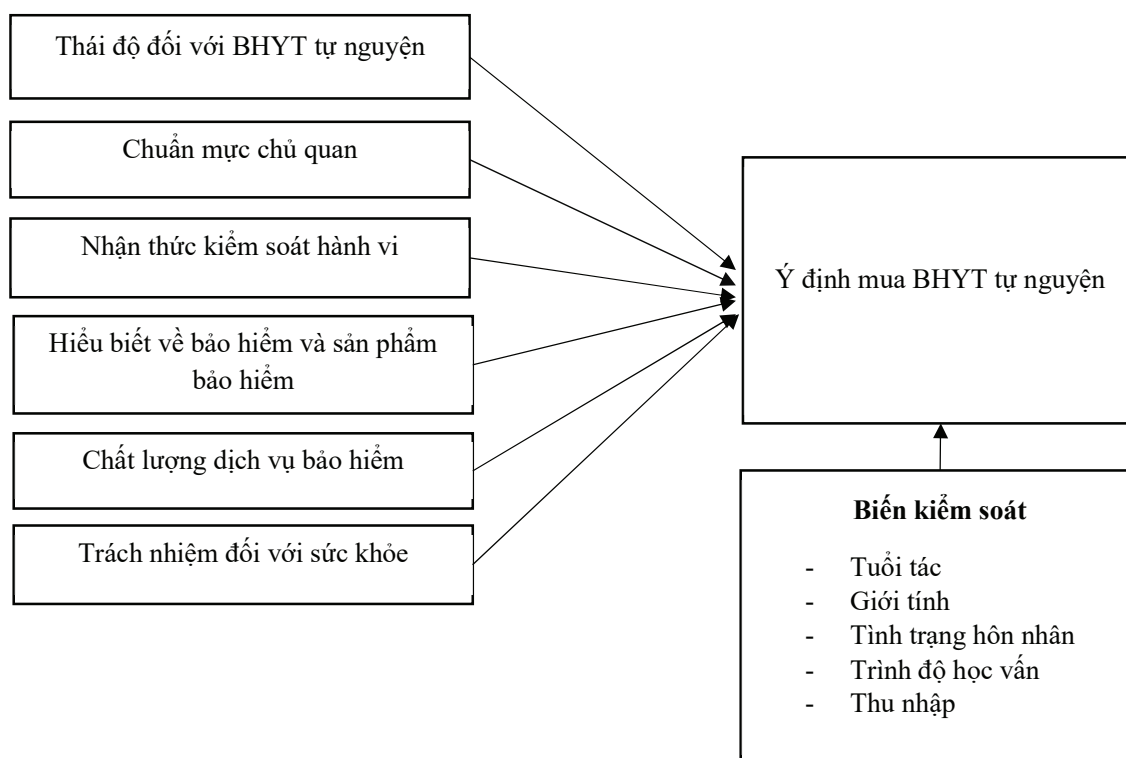
Mặc dù có nhiều nghiên cứu về các nhân tố tác động đến ý định mua bảo hiểm, tuy nhiên, các nghiên cứu sâu hơn gắn với đối tượng sản phẩm là BHYT tự nguyện ở Việt Nam và quốc tế không nhiều. Ngoài ra, các nghiên cứu trước đây hầu hết đều được thực hiện trước giai đoạn Covid 19 - một đại dịch làm thay đổi rất nhiều hành vi tham gia bảo hiểm của người dân. Vì vậy, nghiên cứu mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua BHYT tự nguyện sau đại dịch Covid 19 chính là khoảng trống cần làm rõ trong nghiên cứu này.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Từ khung lý thuyết, tổng quan và khoảng trống nghiên cứu, Nhóm nghiên cứu lựa chọn sử dụng mô hình thuyết Hành vi có Kế hoạch của Ajzen (1991) làm nền tảng cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua BHYT tự nguyện trên địa bàn thành phố Hà Nội. Các nhân tố được xác định bao gồm Thái độ đối với BHYT tự nguyện, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Hiểu biết về bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm, Chất lượng dịch vụ bảo hiểm và Trách nhiệm đối với sức khỏe. Nhân tố “Hiểu biết về bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm” được nhóm nghiên cứu tách ra khỏi “Nhận thức kiểm soát hành vi” để làm rõ hơn tác động của hiểu biết gắn với từng khía cạnh của sản phẩm bảo hiểm. Trong khi đó, ở “Nhận thức kiểm soát hành vi”, nhóm nghiên cứu đi sâu hơn vào vấn đề nhận thức, ràng buộc và ảnh hưởng tâm lý từ những người xung quanh tác động đến ý định mua. Ngoài ra, nhân tố “Chất lượng dịch vụ bảo hiểm” và “Trách nhiệm đối với sức khỏe” được nhóm nghiên cứu bổ sung vào mô hình gốc dựa trên tổng quan về những công trình nghiên cứu trước đây và cân nhắc dựa trên chủ đề bài viết và phạm vi nghiên cứu.

**Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất**



#### 3.2. Thang đo

Nghiên cứu này vận dụng thuyết hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1991) kết hợp với cơ sở tổng quan các mô hình nghiên cứu thực nghiệm để giải thích ý định mua BHYT tự nguyện của người dân trên địa bàn thành phố Hà Nội. Bảng 1 tóm tắt bảy thang đo sử dụng trong bài nghiên cứu.

#### 3.3. Thu thập dữ liệu

**Bảng 1: Tổng hợp thang đo các nhân tố**

Mã hóa	Thang đo	Nguồn
<b>TD</b>	<b>Thái độ đối với bảo hiểm y tế tự nguyện</b>	
TD1	Tin tưởng vào những lợi ích nhận được khi tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023)
TD2	Tin tưởng phân bồi thường xứng với số tiền bỏ ra khi tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	
TD3	Tin tưởng rằng mình không bị lừa đảo khi tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	
<b>CCQ</b>	<b>Chuẩn chủ quan</b>	
CCQ1	Người thân tôi nghĩ rằng tôi nên mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	Nosi & cộng sự (2014)
CCQ2	Bạn bè tôi nghĩ rằng tôi nên mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	
CCQ3	Có nguồn thông tin cho tôi thấy bảo hiểm y tế tự nguyện là hữu ích.	Fishbein & Ajzen (1975)
CCQ4	Những người tôi biết đều tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	
<b>NTK</b>	<b>Nhận thức kiểm soát hành vi</b>	
NTK1	Có đầy đủ thông tin cụ thể và chi tiết về việc mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	Phạm Xuân Giang & Nguyễn Thị Thu Hằng (2021); Ajzen (1991)
NTK2	Có toàn quyền quyết định khi mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	
NTK3	Có đủ khả năng chi trả cho việc mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	
NTK4	Có cân nhắc ý kiến người xung quanh (nhân viên bán hàng, người quen...) khi mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	
<b>HB</b>	<b>Hiểu biết về bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm</b>	
HB1	Hiểu rõ về bảo hiểm y tế tự nguyện.	Đề xuất của nhóm nghiên cứu Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023)
HB2	Nắm được quyền lợi khi tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	
HB3	Nắm được nghĩa vụ của người tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.	
HB4	Nắm được thủ tục đăng ký và nhận quyền lợi bảo hiểm y tế tự nguyện.	
HB5	Nắm được quy định pháp luật về bảo hiểm y tế tự nguyện.	
<b>CL</b>	<b>Chất lượng dịch vụ bảo hiểm</b>	
CL1	Người mua có thể dễ dàng tiếp cận/ mua bảo hiểm y tế tự nguyện.	Nguyễn Nhật Hạ & cộng sự (2020)
CL2	Nhân viên tư vấn mua bảo hiểm y tế tự nguyện nhiệt tình và hiểu biết về chuyên môn.	
CL3	Phí bảo hiểm hợp lý.	
CL4	Tiền bảo hiểm được thanh toán nhanh chóng.	
CL5	Thủ tục đăng ký bảo hiểm và nhận tiền bảo hiểm dễ dàng.	
<b>SK</b>	<b>Trách nhiệm đối với sức khỏe</b>	
SK1	Có nhận thức tốt hơn về chăm sóc sức khỏe bản thân và gia đình.	Lê Thị Mỹ Như & Nguyễn Tuấn Kiệt (2020)
SK2	Hình thành thói quen khám bệnh tại các cơ sở y tế thay vì tự điều trị/điều trị không chính quy.	
SK3	Ý thức chi tiêu tài chính có kế hoạch, coi việc mua bảo hiểm là một công cụ tài chính đối phó với rủi ro về sức khỏe.	Đề xuất của nhóm nghiên cứu
SK4	Từng tham gia nhiều dòng sản phẩm bảo hiểm sức khỏe.	

Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, cụ thể là lấy mẫu dựa trên sự thuận lợi, dễ tiếp cận với đối tượng, các cá nhân có cùng cơ hội (cùng xác suất) để được chọn vào mẫu. Vì vậy, Hà Nội với vị trí là thủ đô - trung tâm kinh tế chính trị và thương mại, nơi tập trung đông dân cư nhất cả nước làm địa bàn nghiên cứu khảo sát. Đối tượng khảo sát là những người chưa, đã và đang tham gia bảo hiểm y tế tự nguyện.

Đối với mô hình hồi quy, quy mô mẫu cần thiết là:  $n \geq 50 + 8k$ , với  $k$  là số biến độc lập của mô hình (Hair & cộng sự, 1998). Nghiên cứu của nhóm sử dụng 6 biến độc lập, do vậy quy mô mẫu tối thiểu là:  $n = 50 + 8 \times 6 = 98$  (người). Người được khảo sát được lựa chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện, cụ thể là chọn mẫu xung quanh người nghiên cứu. Sau ba tuần khảo sát trực tiếp và trực tuyến trong khoảng tháng 10 năm 2023, nhóm nghiên cứu đã thu về 381 phiếu khảo sát, trong đó 354 phiếu hợp lệ. Mẫu khảo sát có có sự đa dạng về độ tuổi từ 18 đến trên 55, giới tính, tình trạng hôn nhân, có trình độ học vấn và khả năng tài chính.

### 3.4. Xử lý dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu sau khi thu thập sẽ được mã hóa và xử lý, phân tích bằng phần mềm Rstudio. Nhóm nghiên cứu thực hiện phân tích thống kê mô tả, phân tích đánh giá độ tin cậy thang đo theo Cronbach's Alpha (Hair & cộng sự, 2010; Nunnally, 1978), phân tích nhân tố khám phá (EFA) (Hair & cộng sự, 2010), phân tích hồi quy tuyến tính (Gujarati, 2003) và phân tích phương sai theo mô hình (ANOVA).

## 4. Kết quả và thảo luận

### 4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Trong mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện, hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để kiểm tra mức độ chặt chẽ giữa các biến quan sát trong cùng một nhân tố, từ đó tìm kiếm được sự vô lý nếu có trong các câu trả lời.

**Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo**

Biến	Cronbach's Alpha	Biến	Cronbach's Alpha	Biến	Cronbach's Alpha
TD1	0,8709	NTK3	0,7520	CL3	0,8124
TD2	0,8707	NTK4	0,8954	CL4	0,8114
TD3	0,8501	HB1	0,9372	CL5	0,8151
CCQ1	0,8221	HB2	0,9328	SK1	0,6820
CCQ2	0,7770	HB3	0,9270	SK2	0,6752
CCQ3	0,8350	HB4	0,9360	SK3	0,6454
CCQ4	0,8531	HB5	0,9389	SK4	0,8737
NTK1	0,7411	CL1	0,8590		
NTK2	0,7250	CL2	0,8377		

*Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu.*

Bảng 2 cho thấy các thang đo cho các nhóm nhân tố đều có độ tin cậy cao trên 0.6, phù hợp với mục đích của nhóm nghiên cứu và phù hợp để tiến hành các bước phân tích tiếp theo (Hair & cộng sự, 2010). Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều không vượt quá 0.95, vì vậy không có hiện tượng các câu hỏi bị trùng lặp nhau về mặt ý nghĩa hoặc bỏ sót biến (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2007). Ngoài ra, hệ số tương quan biến tổng của các biến đều lớn hơn 0.3, cho thấy không có biến rác cần loại ra khỏi thang đo (Nunnally, 1978).

### 4.2. Phân tích nhân tố khám phá

Các biến quan sát sau bước kiểm tra độ tin cậy bằng phương pháp Cronbach's Alpha sẽ tiếp tục được kiểm tra mức độ tương quan với nhau thông qua phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Sau phân tích nhân tố khám phá (EFA) lần 1, nhóm nghiên cứu đã thực hiện loại bỏ các biến quan sát NTK4, CL1, CL2 và SK4 do trọng số tải nhỏ hơn 0.5 ở tất cả các nhân tố thành phần chính, vì vậy các biến quan sát này không có hoặc có đóng góp ít vào độ ảnh hưởng của các nhân tố thành phần chính (Hair & cộng sự, 2010). Sau đó, nhóm nghiên cứu thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) lần 2. Xét kiểm định KMO, với KMO = 0.9, dữ liệu đã thích hợp và đủ độ tin cậy để thực hiện phân tích nhân tố (Hair & cộng sự, 2010). Kiểm định tương quan giữa các biến sử dụng kiểm định Bartlett, nhóm đưa ra kết luận các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể ( $P\text{-value} \leq 0.05$ ). Sử dụng phân tích nhân tố EFA và phép xoay nhân tố Varimax, các biến ban đầu có trọng số tải trong nhóm thành phần chính lớn hơn 0.5 được giữ lại (Hair & cộng sự, 2010), từ đó, các biến ban đầu được phân loại vào 5 nhóm nhân tố theo bảng 3 dưới đây.

**Bảng 3: Bảng tóm tắt các nhân tố sau phân tích nhân tố khám phá**

Nhân tố	Biến quan sát	Mô tả nhân tố
HB	HB1, HB2, HB3, HB4, HB5	Hiểu biết về bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm
NTTN	NTK1, NTK2, NTK3, SK1, SK2, SK3	Nhận thức hành vi và trách nhiệm sức khỏe
CCQ	CCQ1, CCQ2, CCQ3, CCQ4	Chuẩn chủ quan
TD	TD1, TD2, TD3	Thái độ đối với bảo hiểm y tế tự nguyện
CL	CL3, CL4, CL5	Chất lượng dịch vụ bảo hiểm

*Nguồn: Kết quả tổng hợp của nhóm nghiên cứu.*

Nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi (NTTK) và nhân tố Trách nhiệm đối với sức khỏe (SK) được gộp lại thành một nhân tố chung là Nhận thức hành vi và trách nhiệm sức khỏe (NTTN) do có tính tương đồng cao trong bộ dữ liệu. Trên thực tế, trong đời sống hiện đại ngày nay với nhiều những thay đổi trong lối sống và làm việc, đặc biệt là sau đại dịch Covid-19, người dân ngày càng có ý thức và trách nhiệm đối với việc bảo vệ sức khỏe của bản thân từ đó hình thành nhận thức, ý định và khả năng tham gia bảo hiểm. Vì vậy, sự

kết hợp của hai nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi và Trách nhiệm đối với sức khỏe là hoàn toàn hợp lý.

### 4.3. Phân tích hồi quy và kiểm định kết quả hồi quy

**Bảng 4: Kết quả ước lượng của mô hình**

n	df	R-Sq	Adjusted R-Sq	F-stat	P-value
354	348	0,3051	0,2952	30,56	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu.

Hệ số  $R^2 = 0.3051$  có nghĩa là 30.51% sự biến thiên của ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân trên địa bàn thành phố Hà Nội được giải thích từ mối liên hệ tuyến tính giữa các khái niệm nghiên cứu. Gần 70% còn lại được giải thích bởi các sai số ngẫu nhiên và biến độc lập ngoài mô hình. Dễ thấy, với bộ số liệu khảo sát về ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện, sự biến động của bộ dữ liệu là lớn làm giảm khả năng giải thích. Tuy vậy, mô hình vẫn có ý nghĩa và sử dụng được do mô hình cung cấp đầy đủ về mối quan hệ giữa các biến. Ngoài ra, nếu mô hình được bổ sung thêm quá nhiều biến để giải thích cho sự biến thiên của dữ liệu, làm tăng hệ số  $R^2$  thì sẽ xảy ra hiện tượng quá khớp (overfitting).

**Bảng 5: Kết quả kiểm định mô hình**

Kiểm định	Test Statistic	P-value
RESET	1.9701	0.1410
White	1.52	0.4684

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu.

**Bảng 6: Hệ số phóng đại phương sai VIF**

	HB	NTTN	CCQ	TD	CL
VIF	1.0062	1.0100	1.0048	1.0062	1.0038

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu.

Kiểm định RESET của Ramsey có P-value = 0.1410 chứng tỏ tại mức ý nghĩa 5%, giả thuyết  $H_0$  không bị bác bỏ, mô hình không có hiện tượng thiếu biến nghiên cứu và có thể sử dụng được. Đối với kiểm định White, với giả thuyết  $H_0$  là phần dư xuất hiện trong hàm hồi quy tổng thể có phương sai không đổi, tại mức ý nghĩa 5%, P-value = 0.4684, giả thuyết  $H_0$  không bị bác bỏ, mô hình có hiệp phương sai đồng nhất (homoscedasticity). Hệ số VIF của tất cả các biến đều nhỏ hơn 2, từ đó nhóm đưa ra kết luận rằng mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến. Vậy mô hình hồi quy tuyến tính là phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

**Bảng 7: Hệ số hồi quy của các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân trên địa bàn thành phố Hà Nội**

	(C)	HB	NTTN	CCQ	TD	CL
Hệ số	3,4548 (***)	0,2421 (***)	0,2085 (***)	0,1218 (***)	0,1748 (***)	0,2977 (***)
Độ lệch chuẩn	(0,0384)	(0,0406)	(0,0426)	(0,0420)	(0,0416)	(0,0421)

(\*), (\*\*), (\*\*\*) : mức ý nghĩa lần lượt tại 10%, 5%, 1%

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu.

Cả năm nhân tố được giữ lại sau khi phân tích nhân tố khám phá đều có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu và đều mang hệ số dương, tức là tất cả đều tác động tích cực đến ý định mua bảo hiểm y tế tự nguyện và mô hình được xác định như sau:

$$YD = 0.2421HB + 0.2085NTTN + 0.1218CCQ + 0.1748TD + 0.2977CL$$

Nhân tố Hiểu biết về bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm có hệ số hồi quy 0.2421, tương đồng với kết quả nghiên cứu của Jayaraman & cộng sự (2017). Trong đó, quan sát HB3 có mức ảnh hưởng cao nhất. Điều này có thể lí giải trong thực tế, những người hiểu rõ về “quyền lợi” và “nghĩa vụ” của người tham gia BHYT tự

---

nguyện họ thường lựa chọn được sản phẩm bảo hiểm phù hợp.

Nhân tố Nhận thức hành vi và trách nhiệm sức khỏe là sự kết hợp của hai nhân tố “Nhận thức kiểm soát hành vi” và “Trách nhiệm đối với sức khỏe”, có hệ số hồi quy 0.2085. Biến NTK2 nằm ở mức cao nhất, điều này lý giải sự chủ động tìm hiểu về bảo hiểm sức khỏe tự nguyện và ý thức vai trò của bảo hiểm khi đối phó với rủi ro sức khỏe. Biến quan sát SK1 có mức đánh giá cao nhất là 3.982, điều này cho thấy tỉ trọng lớn mẫu khảo sát có sự quan tâm đến sức khỏe và mối liên hệ với bảo hiểm.

Nhân tố Chuẩn chủ quan có hệ số dương 0.1218, tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nosi & cộng sự (2014). Kết luận về tác động tích cực là hợp lý. Nhân tố này là cơ sở để các công ty bảo hiểm đưa ra các biện pháp tuyên truyền thông sản phẩm hợp lý.

Nhân tố Thái độ có tác động thuận chiều, tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023). Điều này có nghĩa người dân có sự tin tưởng rằng BHYT tự nguyện sẽ đem lại lợi ích, họ sẽ sẵn sàng dành một khoản tài chính để tham gia BHYT tự nguyện.

Nhân tố chất lượng có hệ số 0.2977, thuận chiều giống với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Nhật Hạ & cộng sự (2020). Trong đó, biến CL3 (Phí bảo hiểm hợp lý) có mức đánh giá cao nhất, điều này cho thấy tỉ trọng lớn người được khảo sát quan tâm đến mức phí của sản phẩm bảo hiểm. Biến CL5 có mức đánh giá thấp nhất, điều này cũng hợp lý vì chỉ một số ít người mua bảo hiểm có rủi ro xảy ra mới có trải nghiệm dịch vụ giám định bồi thường của bảo hiểm.

## 5. Kết luận

Với kết quả phân tích có được, nhóm nghiên cứu cho rằng để tăng cường ảnh hưởng tích cực của các nhân tố đến ý định mua BHYT tự nguyện trên địa bàn thành phố Hà Nội cần một số hành động cụ thể, bao gồm:

Thứ nhất, doanh nghiệp bảo hiểm cần tăng cường truyền thông về bảo hiểm và sản phẩm BHYT tự nguyện thông qua các hình thức khác nhau như tận dụng tính lan truyền và phổ rộng của internet và mạng xã hội, các phương tiện media, thông qua giải thích từ đội ngũ bán. hoạt động này có thể tăng tính lan truyền của chuẩn chủ qua đến ý định tham gia BHYT tự nguyện của người dân.

Thứ hai, các doanh nghiệp bảo hiểm cần tăng khả năng tiếp cận BHYT tự nguyện cho người dân thông qua đa dạng kênh phân phối với các hình thức phân phối khác nhau như phân phối trực tiếp qua các phòng giao dịch, phát triển kênh đại lý, môi giới, đặc biệt thúc đẩy hình thức phân phối trực tuyến, phân phối qua các trang thương mại điện tử. Ngoài ra, để cải thiện chất lượng dịch vụ, có thể cần rút ngắn thời gian phê duyệt hồ sơ và thời gian bồi thường sau khi đã xác định các chi phí thuộc trách nhiệm bảo hiểm.

Thứ ba, chính sách truyền thông cần thực hiện ở tầm quốc gia hoặc ngành. Các chương trình truyền thông mang tính quốc gia về ý thức chăm sóc sức khỏe, thu xếp tài chính và bảo hiểm có kế hoạch cần được triển khai lâu dài để dần hình thành thói quen có kế hoạch về tài chính và bảo hiểm cũng như ý thức trách nhiệm với sức khỏe.

Nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế như địa bàn hẹp, mẫu khảo sát còn khá nhỏ so với dân số trên địa bàn thành phố Hà Nội, điều này dẫn đến việc đánh giá ý định mua BHYT tự nguyện sẽ chưa được toàn diện. Từ những hạn chế nêu trên, nhóm nghiên cứu hi vọng có thể tiếp tục mở rộng qui mô khảo sát và nghiên cứu sâu hơn về ý định mua BHYT tự nguyện để có được đánh giá toàn diện toàn diện, làm cơ sở cho việc ban hành chính sách cũng như có các chiến lược phù hợp phát triển BHYT tự nguyện ở Việt Nam.

## Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1985), ‘From Intentions to Actions: a Theory of Planned Behavior’, In Kuhl, J. & Beckmann, J. (eds), *Action Control, SSSP Springer Series in Social Psychology*, Springer, Berlin, Heidelberg. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2).
- Ajzen, I. (1991), ‘The Theory of Planned Behavior’, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2),

- Ajzen, I. (2005), *Attitudes, Personality and Behavior*, Open University Press.
- Bhatti, T., & Md Husin, M. (2019). ‘An investigation of the effect of customer beliefs on the intention to participate in family Takaful schemes’, *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 709–727. DOI: 10.1108/jima-04-2018-0066.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley Publication Company.
- Gujarati, D. N. (2003), *Basic Econometrics* (4th ed.), McGraw-Hill, New York.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010), *Multivariate data analysis* (7th Ed.), Cengage Learning Emea.
- Hoàng Thu Thủy & Bùi Hoàng Minh Thư (2018). ‘Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện của nông dân: Trường hợp địa bàn tỉnh Phú Yên’, *Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ*, 2(4), 54-62.
- Jayaraman, K., Alesa, N., & Azeema, N. (2017), ‘Factors influencing the purchase intention of health insurance policy - An empirical study in Malaysia’, *International Journal of Economic Research*, 14, 1-13.
- Kazaure, M. A. (2019), ‘Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria’. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 607–620. DOI: 10.1108/jiabr-08-2017-0113.
- Lê Cảnh Bích Thơ, Võ Văn Tuấn, & Trương Thị Thanh Tâm (2017), ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân thành phố Cần Thơ’, *Tạp Chí Khoa Học Trường Đại Học Cần Thơ*, 48(D), 20–25. DOI: 10.22144/ctu.jvn.2017.626.
- Lê Thị Mỹ Như & Nguyễn Tuấn Kiệt (2020), ‘Sự sẵn sàng chi trả bảo hiểm y tế tự nguyện của các cá nhân trên địa bàn tỉnh Hậu Giang’, *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 147, 26-34.
- Mathauer, I. & Kutzin, J. (2018), Voluntary Health Insurance: Potentials and Limits in Moving towards UHC, *Health Financing Policy*, Brief No 5, World Health Organization.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nghiên Cứu Khoa Học Marketing - Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*, Nhà xuất bản Đại học quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Hồng Hà, & Lê Long Hồ. (2020). ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia Bảo hiểm xã hội tự nguyện của người lao động khu vực phi chính thức tại tỉnh Kiên Giang,’ *Tạp chí Tài chính*, tháng 9/2020, 106-109.
- Nguyễn Ngọc Hiền & Lê Thị Thanh Hoa (2023). ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua Bảo hiểm xã hội tự nguyện của người dân tại Thành phố Hồ Chí Minh’, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing*, 74, DOI: 10.52932/jfm.vi2.
- Nguyễn Nhật Hạ, Nguyễn Thị Hải Đường, Nguyễn Thái Sơn, Bùi Quỳnh Anh & Trần Tiến Dũng (2020), ‘Level of Factors impact on the Buyers’ Intention in Buying Private Health Insurance with the Case of Vietnam Non-Life Insurance Companies’, *European Journal of Business and Management*, 12(27), 55-61. DOI: 10.7176/EJBM/12-27-06.
- Nguyễn Thị Xuân Hương, Mai Thị Thu Thủy, & Nguyễn Như Bằng (2018), ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm y tế tự nguyện của người dân Huyện Trảng Bom, Tỉnh Đồng Nai’, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 252(II), 113-122.
- Nguyễn Xuân Cường, Nguyễn Xuân Thọ & Hồ Huy Tựu (2014), ‘Một số nhân tố ảnh hưởng đến sự quan tâm tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện của người buôn bán nhỏ lẻ trên địa bàn tỉnh Nghệ An’, *Tạp chí Khoa học Đại học quốc gia Hà Nội*, 30(1), 36-45.
- Nosi, C., D’Agostino, A., Maria Pagliuca, M., & Alberto Pratesi, C. (2014), ‘Saving for old age: Longevity annuity buying intention of Italian young adults’, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 51, 85–98. DOI:10.1016/j.socec.2014.05.001.
- Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> Ed.), McGraw-Hill, New York.
- Okhrimenko, O., & Manaienko, I. (2020), ‘Forming the life insurance companies’ reputation in Ukrainian realities’, *Insurance Markets and Companies*, 10(1), 49–60. DOI: 10.21511/ins.10(1).2019.05.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992), ‘A model of brand awareness and brand attitude advertising strategies’, *Psychology and Marketing*, 9(4), 263–274. DOI:10.1002/mar.4220090402.



- 
- Phạm Xuân Giang & Nguyễn Thị Thu Hằng (2021), ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua Bảo hiểm nhân thọ của người dân: Trường hợp nghiên cứu tại quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh’, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 54, 26-38.
- Wagstaff, A., & Neelsen, S. (2020), ‘A comprehensive assessment of universal health coverage in 111 countries: a retrospective observational study’, *The Lancet Global Health*, 8(1), 39–49. DOI:10.1016/S2214-109X(19)30463-2.
- Wilfred, V. (2020), ‘Factors influencing the purchase intention of health insurance in Kota Kinabalu Sabah’, *Malaysian Journal of Business and Economics*, 7(2), 99–99. DOI: 10.51200/mjbe.vi.2882.
- Yamada, T., Chen, C.-C., Yamada, T., Noguchi, H., & Miller, M. (2009), ‘Private Health Insurance and Hospitalization Under Japanese National Health Insurance’, *The Open Economics Journal*, 2(1), 61–70. DOI: 10.2174/1874919400902010061.
- Zakaria, Z., Azmi, N. M., Hassan, N. F. H. N., Salleh, W. A., Tajuddin, M. T. H. M., Sallem, N. R. M., & Noor, J. M. M. (2016), ‘The Intention to Purchase Life Insurance: A Case Study of Staff in Public Universities’, *Procedia Economics and Finance*, 37, 358–365. DOI: 10.1016/s2212-5671(16)30137-x.

---

# ẢNH HƯỞNG CỦA ĐIỀU CHỈNH LỢI NHUẬN ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TRÊN SÀN GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN HÀ NỘI

**Nguyễn La Soa**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: soanguyen310383@gmail.com

**Đỗ Thị Ly**

Trường Đại học Nha Trang  
Email: lydt@ntu.edu.vn

**Nguyễn Thị Phương Anh**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: 11219497@st.neu.edu.vn

**Trần Thị Phương Anh**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: 11220640@st.neu.edu.vn

**Hoàng Việt Hà**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: 11211872@st.neu.edu.vn

**Lê Quỳnh Trang**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: 11215782@st.neu.edu.vn

**Nguyễn Diệu Hà**

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
Email: nguyendieuhavi@gmail.com

Mã bài: JED-1627

Ngày nhận: 29/02/2024

Ngày nhận bản sửa: 23/03/2024

Ngày duyệt đăng: 06/04/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1627

## **Tóm tắt:**

Nghiên cứu này nhằm xác định tác động của việc điều chỉnh lợi nhuận thông qua các giao dịch thực tế (REM) đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp trong tương lai dựa trên báo cáo tài chính đã qua kiểm toán của 192 doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) tại Việt Nam từ năm 2019 đến 2022. Áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng và xử lý số liệu theo dữ liệu bảng, nhóm nghiên cứu đã thực hiện các kiểm định để tìm ra sự phù hợp của các mô hình hồi quy Pool OLS, hồi quy với tác động cố định (FEM), hồi quy với tác động ngẫu nhiên (REM), từ đó lựa chọn mô hình phù hợp nhất. Kết quả nghiên cứu chỉ ra mối quan hệ nghịch biến giữa điều chỉnh lợi nhuận và hiệu quả tài chính. Từ kết quả, nhóm nghiên cứu đã đưa ra các khuyến nghị tới doanh nghiệp, cơ quan nhà nước về việc áp dụng mô hình phát hiện điều chỉnh lợi nhuận nhằm đảm bảo lợi ích của các bên liên quan.

**Từ khoá:** Điều chỉnh lợi nhuận, điều chỉnh lợi nhuận thực tế, hiệu quả tài chính, Việt Nam

**Mã JEL:** M48

## **The impact of Real Earnings Management on the financial performance of companies listed on the HNX stock exchange**

### **Abstract:**

This study aims to determine the impact of earning management through real transactions (REM) on future financial performance based on audited financial statements of 192 listed companies of the Hanoi Stock Exchange (HNX) in Vietnam from 2019 to 2022. Applying quantitative research methods and processing data using panel data, the study also carried out tests to find out the suitability of the models Pool OLS, regression with fixed effects (FEM), regression with random effects (REM) and then selected the most appropriate model, the research results show a negative relationship between REM and future financial performance. From the results, the research team has made recommendations to businesses and state agencies on applying the earnings management detection model to ensure the benefits of stakeholders.

**Keywords:** Earnings management, real earnings management, firm performance, Vietnam

**JEL Code:** M48

---

## 1. Đặt vấn đề

Hiệu quả tài chính (HQTC) là một trong những yếu tố quan trọng đối với doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp đã niêm yết. Từ góc độ lý thuyết, các nhà đầu tư có thể đánh giá hiệu quả hoạt động của một công ty bằng cách nhìn vào hiệu quả tài chính của công ty đó. Vì vậy, trong một số trường hợp, dưới áp lực đạt được hiệu quả tài chính mong muốn, nhiều nhà quản lý đã thực hiện hành vi điều chỉnh lợi nhuận (ĐCLN). Trong thực tế, đã có rất nhiều vụ gian lận có liên quan đến điều chỉnh lợi nhuận (như Enron gây thiệt hại 74 tỷ USD tại Mỹ, WorldCom gây thiệt hại 107 tỷ USD, Health South gây thiệt hại 4 tỷ USD, Italy có Parmalat gây thiệt hại ước tính 11 tỷ USD, Nhật Bản Olympus gây thiệt hại 1,7 tỷ USD, tại Việt Nam công ty Gỗ Trường Thành lỗ gần 1000 tỷ sau kiểm toán (Ngọc Vũ, 2015).

Điều chỉnh lợi nhuận có thể được thực hiện theo ba cách: điều chỉnh lợi nhuận dựa trên giao dịch thực tế (REM), điều chỉnh lợi nhuận dựa trên chuyển dịch chi phí và điều chỉnh lợi nhuận dựa trên cơ sở dồn tích (AEM) (Roychowdhury, 2006). Trên thế giới, đã có rất nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của ba loại điều chỉnh lợi nhuận này đến hiệu quả tài chính, tuy nhiên, trong hai thập kỷ trở lại đây, điều chỉnh lợi nhuận thông qua các giao dịch thực tế (REM) lại nhận được sự chú ý đáng kể (Pacheco Paredes & Wheatley, 2017; Dakhllalh, 2020; Kumar & cộng sự, 2020). Ở Việt Nam, đa số nghiên cứu về điều chỉnh lợi nhuận tập trung vào quản lý lợi nhuận dồn tích (AEM) qua nghiên cứu của Đặng Ngọc Hùng (2015), Dương Thị Chi (2021), Đặng Anh Tuấn (2023), trong khi các nghiên cứu về REM chỉ mới bắt đầu phát triển. Do đó, bài viết này sẽ tập trung vào việc nghiên cứu các vấn đề liên quan đến REM thay vì giải quyết toàn bộ điều chỉnh lợi nhuận bởi những lý do sau đây:

Thứ nhất, qua khảo sát tại Việt Nam, các nghiên cứu về điều chỉnh lợi nhuận chủ yếu xoay quanh các vấn đề về việc định lượng điều chỉnh lợi nhuận (Phạm Thị Bích Vân, 2017), các yếu tố ảnh hưởng (Nguyễn Hà Linh, 2017), ảnh hưởng của AEM đối với hiệu suất tài chính xung quanh việc niêm yết (Dương Thị Chi, 2021),... Các nghiên cứu về REM cũng như tác động của nó tới hiệu quả tài chính ở các thị trường đang phát triển nói chung và thị trường Việt Nam nói riêng còn rất ít.

Thứ hai, thị trường chứng khoán Việt Nam dù đã trải qua hơn 20 năm hình thành và phát triển nhưng vẫn còn tồn tại một vài hạn chế như thiếu chính sách và khung pháp lý phức tạp, môi trường pháp lý yếu, thiếu minh bạch và thiếu sự phối hợp điều tiết (Zingales, 2009), vẫn tồn tại hành vi thao túng thị trường và hành vi đám đông. Bên cạnh đó, khác với các quốc gia trong khu vực như Singapore, Ấn Độ, Malaysia, Pakistan và Thái Lan đã và đang áp dụng Chuẩn mực Kế toán Quốc tế / Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế, thì tại Việt Nam, báo cáo tài chính (BCTC) được lập theo Chuẩn mực Kế toán Việt Nam (VAS) do Bộ Tài chính ban hành dựa trên phiên bản cũ của các chuẩn mực quốc tế với những sửa đổi để phù hợp với bối cảnh Việt Nam. Những lỗ hổng này có thể dễ dàng tạo cơ hội cho nhà quản lý lợi dụng để tiến hành điều chỉnh lợi nhuận.

Phần còn lại của bài báo được cấu trúc như sau: Phần 2 tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết. Phần 3 mô hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu. Phần 4 là kết quả nghiên cứu và thảo luận. Phần 5 trình bày kết luận và khuyến nghị.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

### 2.1. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính đã và đang là chủ đề được các nhà khoa học trong và ngoài nước quan tâm. Các nghiên cứu có thể được phân thành các nhóm như sau:

Nhóm 1: Nhóm các nghiên cứu về ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính. Thuộc nhóm này có thể kể đến nghiên cứu của Kumar & cộng sự (2020) dựa trên báo cáo tài chính của 108 công ty không thuộc lĩnh vực tài chính của Ấn Độ từ năm 2006 đến 2018. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các hoạt động REM ảnh hưởng ngược chiều đến hiệu quả tài chính công ty trong tương lai trên cả hiệu quả kế toán và thị trường. Kết quả này đã được phát hiện ra từ nghiên cứu của Sun & cộng sự (2014). Tương tự, AEM được phát hiện có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của 60 công ty Việt Nam trong tương lai trong nghiên cứu của Dao Thi Thanh Binh & Ngo Hoang Anh (2020). Nghiên cứu của Dương Thị Chi (2021) nhằm khám phá tác động của AEM đến hiệu quả tài chính và các vấn đề xung quanh việc niêm yết trên 189 công ty niêm yết trên sàn chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) từ 2009 đến 2017 cũng cho thấy điều chỉnh lợi nhuận có tác động ngược chiều tới hiệu quả tài chính trong tương lai. Kết quả này trùng khớp với nghiên cứu của Susanto & cộng sự (2016), Chen & cộng sự (2015), Liu & Tsai

---

(2015). Một số nghiên cứu tại Việt Nam điều tra ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính hiện tại, tuy nhiên không có kết luận đối với hiệu quả tài chính trong tương lai, có thể kể đến như nghiên cứu của Đào Thị Thanh Bình & Lê Xuân Minh (2022) tìm ra ảnh hưởng ngược chiều của REM đến hiệu quả tài chính hiện tại. Trái ngược với nghiên cứu trên, nghiên cứu của Nguyễn Đỗ Quyên & Trần Quốc Hoàng (2017) đối với 628 công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong khoảng thời gian từ 2010 đến 2015 chỉ ra rằng điều chỉnh lợi nhuận có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính hiện tại. Kết quả này cũng nhất quán với nghiên cứu của Nguyễn Vĩnh Khương & cộng sự (2019) về ảnh hưởng của REM đến hiệu quả tài chính hiện tại.

Nhóm 2: Nhóm các nghiên cứu chỉ ra không có mối liên hệ của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính. Tiêu biểu phải kể đến nghiên cứu của Akram & cộng sự (2015). Bài nghiên cứu được thực hiện bằng cách so sánh ảnh hưởng tại hai quốc gia khác nhau nhưng kết quả lại ngược nhau. Theo kết quả của Akram & cộng sự (2015), có tồn tại mối quan hệ có ý nghĩa thống kê giữa điều chỉnh lợi nhuận và hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp tại Pakistan, trong khi đó không có ý nghĩa thống kê tại Ấn Độ. Tại Việt Nam, Đào Thị Thanh Bình & Lê Xuân Minh (2022) đã nghiên cứu mối quan hệ điều chỉnh lợi nhuận (AEM và REM), quản trị doanh nghiệp và hiệu quả tài chính của công ty trên dữ liệu của 94 công ty niêm yết từ 2016 đến 2020. Kết quả cho thấy REM có ảnh hưởng ngược chiều tới hiệu quả tài chính, tuy nhiên không có sự tác động đáng kể của AEM lên hiệu quả tài chính.

## **2.2. Khoảng trống nghiên cứu**

Dựa trên tổng quan nghiên cứu đã được tổng hợp như trên, chúng tôi đưa ra những khoảng trống nghiên cứu sau:

Thứ nhất, các nghiên cứu trước đây đã cho thấy sự khác biệt về tác động của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính tương lai (tích cực, tiêu cực, tác động không rõ ràng hoặc không có mối liên hệ). Ảnh hưởng khác nhau như vậy là do sự thay đổi theo môi trường, quốc gia, đối tượng và thời gian nghiên cứu. Do đó cũng là cơ sở cho sự cần thiết của việc nghiên cứu sâu hơn về mức ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính trong tương lai.

Thứ hai, tại các quốc gia phát triển như Hoa Kỳ và Anh, chủ đề về điều chỉnh lợi nhuận đã được nghiên cứu rộng rãi, tuy nhiên với các thị trường mới nổi như Việt Nam thì nghiên cứu về ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận, đặc biệt là REM đến hiệu quả tài chính còn khá ít, chưa được phong phú và tồn tại nhiều điểm hạn chế như phương pháp, biến đo lường, quy mô mẫu. Vì vậy, cần khắc phục những thiếu sót của các nghiên cứu trước đây, bổ sung cơ sở lý thuyết tại Việt Nam bằng cách tiến hành nghiên cứu định lượng về REM và tác động của REM đến hiệu quả tài chính trong tương lai.

Thứ ba, nhiều tác giả quốc tế đưa Tobin Q vào mô hình nghiên cứu của họ như James Tobin (1969), R. G. King & R. Levine (1993), N. Kaplan & L. Zingales (1997),... nhưng lại chưa được áp dụng nhiều tại Việt Nam. Nghiên cứu của nhóm tác giả đưa vào chỉ số Tobin Q trong bối cảnh TTCK Việt Nam đang được cải cách mạnh mẽ và chính sách quản trị chặt chẽ hơn, tái cơ cấu hiệu quả và môi trường kinh tế vĩ mô tương đối ổn định.

## **2.3. Lý thuyết nền tảng**

*Lý thuyết đại diện* được Berle & Means (1932) sử dụng lần đầu vào năm 1932, sau đó được Jensen & Meckling phát triển năm 1976. Nội dung chính của lý thuyết nhấn mạnh những rủi ro trong mối quan hệ phức tạp giữa chủ sở hữu (cổ đông) và người đại diện (CEO/giám đốc). Áp dụng lý thuyết này vào bài nghiên cứu, với áp lực và mục tiêu lương thưởng, các nhà quản lý có thể tham gia vào việc thao túng lợi nhuận để đáp ứng kỳ vọng của cổ đông. Tuy nhiên, việc thao túng lợi nhuận của người quản lý có thể gây bất lợi cho chủ sở hữu. Những hành vi cơ hội này được phản ánh trong báo cáo tài chính của công ty, đòi hỏi phải có sự giám sát chặt chẽ của các cổ đông hoặc kiểm toán viên độc lập để ngăn chặn các ý định gian lận cũng như có chính sách trả lương phù hợp cho các nhà quản lý.

*Lý thuyết triển vọng* của Kahneman & Tversky (1979) minh họa quyết định tốt nhất mà một người có thể đưa ra trong tình huống thực tế. Nó xem xét triển vọng tương lai của một công ty từ góc độ thị trường vốn bằng cách tính giá thị trường trên mỗi cổ phiếu của công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán. Subekti (2012) cho rằng chỉ số duy nhất để đo lường hiệu quả tài chính trong tương lai là lợi nhuận. Do đó, lý thuyết triển vọng dựa vào lợi nhuận để xác định hoặc dự đoán giá trị thị trường của các công ty trong tương lai. Theo lý thuyết triển vọng, nếu nhà quản lý báo cáo khoản lỗ không đáng kể trên báo cáo tài chính thay vì

lợi nhuận không đáng kể sẽ gây khó chịu cho nhà đầu tư vì nhà đầu tư có xu hướng lựa chọn công ty có lợi nhuận dương. Do đó, trong nghiên cứu này, lý thuyết triển vọng là cơ sở tạo động lực thúc đẩy các nhà quản lý thực hiện hành vi điều chỉnh để báo cáo lợi nhuận dương thay vì thua lỗ.

### 3. Mô hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) là hai chỉ số đóng vai trò phổ biến và quan trọng khi đo lường hiệu quả tài chính dựa trên thông tin kế toán trên thế giới (Abbas Ali Rastegar, 2012; Iqbal & cộng sự, 2009). Ngược lại, mặc dù tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS) cũng là chỉ số đo lường dựa trên thông tin lợi nhuận nhưng lại xuất hiện rất ít trong nghiên cứu, đặc biệt tại Việt Nam. Do vậy, giả thuyết nghiên cứu sẽ được xây dựng với 3 chỉ số kế toán là ROA, ROE và ROS:

**H1:** REM có ảnh hưởng ngược chiều đến ROA trong tương lai

**H2:** REM có ảnh hưởng ngược chiều đến ROE trong tương lai

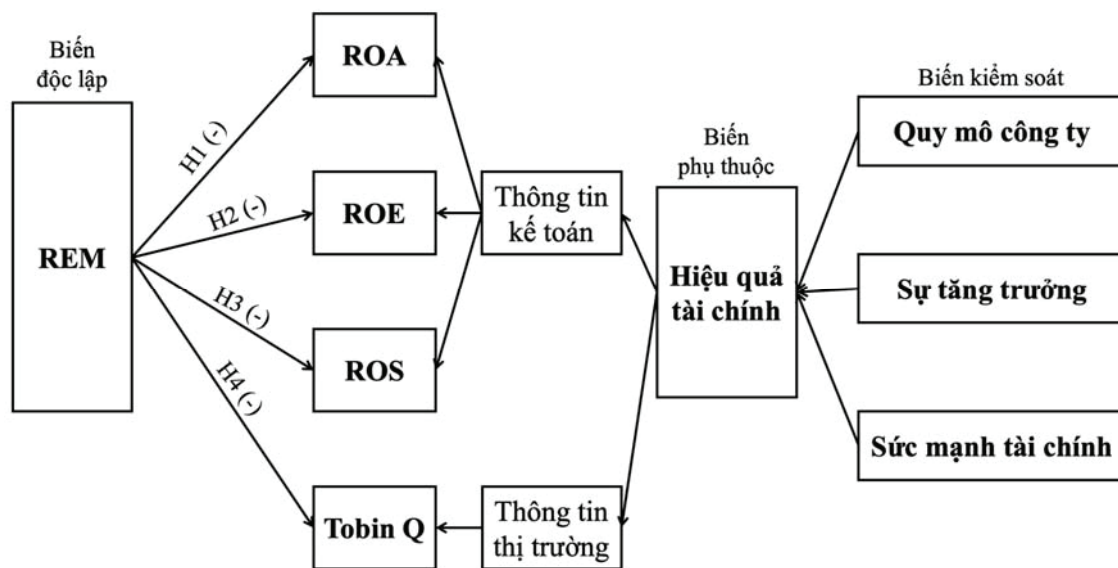
**H3:** REM có ảnh hưởng ngược chiều đến ROS trong tương lai

Tobin Q phản ánh được đánh giá của thị trường về tiềm năng lợi nhuận và thị giá của cổ phiếu của doanh nghiệp trong tương lai. Đây cũng là một chỉ số tài chính dựa trên thông tin thị trường phổ biến trong các nghiên cứu về hiệu quả tài chính trên thế giới (Khan, 2012; Salim & Yadav, 2012; Zeitun & Tian, 2014; Dakhllalh, 2020) nhưng còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Vậy nên, nhóm nghiên cứu quyết định đưa Tobin q vào giả thuyết nghiên cứu:

**H4:** REM có ảnh hưởng ngược chiều đến Tobin Q trong tương lai

Bốn giả thuyết nghiên cứu được nhóm tác giả tổng hợp lại ở mô hình sau:

**Hình 1: Mô hình nghiên cứu**



*Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu*

#### 3.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu: Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ các báo cáo tài chính hợp nhất đã được kiểm toán của doanh nghiệp niêm yết trên HNX. Phạm vi của nghiên cứu tập trung vào các doanh nghiệp bên ngoài lĩnh vực ngân hàng, tài chính và bảo hiểm. Mẫu nghiên cứu đã được lọc kỹ lưỡng, bao gồm các doanh nghiệp thỏa mãn tiêu chí và có đủ thông tin cần thiết, với tổng cộng 192 doanh nghiệp được chọn, tạo ra 768 quan sát trong 4 năm từ 2019 đến 2022.

Phương pháp xử lý dữ liệu: Phương pháp nghiên cứu định lượng. Dữ liệu sau khi được thu thập sẽ được nhập vào phần mềm STATA để phân tích thông qua mô hình dữ liệu bảng (Panel Data) gồm các bước: thống kê mô tả, tương quan, hồi quy dữ liệu bảng bằng Pooled OLS, FEM và REM; sau đó kiểm định để lựa chọn

mô hình phù hợp trong ba mô hình trên. Tiến hành kiểm định đa cộng tuyến, tự tương quan, phương sai thay đổi và sự phụ thuộc chéo cho mô hình đã chọn. Cuối cùng, nghiên cứu sử dụng phương pháp sửa lỗi mô hình bằng mô hình hiệu chỉnh tổng quát FGLS (Feasible Generalized Least Squares) và chỉ ra kết quả của các mô hình về ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính.

Phương pháp đo lường biến nghiên cứu:

*Đo lường REM:*

Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh:

$$\frac{CFO_t}{A_{t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{S_t}{A_{t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta S_t}{A_{t-1}} + \varepsilon \quad (1)$$

Chi phí sản xuất:

$$\frac{PROD_t}{A_{t-1}} = \beta_0 + \beta_1 \frac{S_t}{A_{t-1}} + \beta_2 \frac{\Delta S_t}{A_{t-1}} + \beta_3 \frac{\Delta S_{t-1}}{A_{t-1}} + \varepsilon \quad (2)$$

Tổng hợp của chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D), chi phí quảng cáo và doanh số bán hàng, chi phí quản trị và hành chính:

$$\frac{DISEXP_t}{A_{t-1}} = \gamma_0 + \gamma_1 \frac{S_t}{A_{t-1}} + \varepsilon \quad (3)$$

Trong đó,

CFO: Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh

PROD (= COGS +  $\Delta INV$ ): Chi phí sản xuất

COGS: Giá vốn hàng bán

$\Delta INV$ : Chênh lệch hàng tồn kho giữa đầu kỳ và cuối kỳ

DISEXP: Tổng hợp của chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D), chi phí quảng cáo và doanh số bán hàng, chi phí quản trị và hành chính

$S_t$ : Doanh thu trong khoảng thời gian t

$S_{t-1}$ : Doanh thu trong khoảng thời gian t-1

$\Delta S_t = S_t - S_{t-1}$

$\Delta S_{t-1} = S_{t-1} - S_{t-2}$

$A_t$ : Tổng tài sản tại thời điểm t

$A_{t-1}$ : Tổng tài sản tại thời điểm t-1

$\alpha, \beta, \gamma$ : Các hệ số hồi quy

$\varepsilon$ : phần dư từ CFO, PROD, DISEXP

Áp dụng các công thức (1), (2) và (3) với các số liệu của các doanh nghiệp, ta sẽ tính được phần dư (Residuals) dùng để đo phần điều chỉnh có thể điều chỉnh được:

REM = (-1)\*Residuals of (1) + Residuals of (2) + (-1)\*Residuals of (3)

Tác động của REM lên hiệu quả tài chính - dựa trên thông tin kế toán:

$$ROA_{t+i} = \alpha_0 + \alpha_1 REM_t + \alpha_2 SIZE_{t+i} + \alpha_3 ZSCORE_{t+i} + \alpha_4 GROWTH_{t+i} + \alpha_5 ROA_t + \varepsilon_{it}$$

$$ROE_{t+i} = \alpha_0 + \alpha_1 REM_t + \alpha_2 SIZE_{t+i} + \alpha_3 ZSCORE_{t+i} + \alpha_4 GROWTH_{t+i} + \alpha_5 ROE_t + \varepsilon_{it}$$

$$ROS_{t+i} = \alpha_0 + \alpha_1 REM_t + \alpha_2 SIZE_{t+i} + \alpha_3 ZSCORE_{t+i} + \alpha_4 GROWTH_{t+i} + \alpha_5 ROS_t + \varepsilon_{it}$$

Tác động của REM lên hiệu quả tài chính - dựa trên thông tin thị trường:

$$Q_{t+i} = \alpha_0 + \beta_1 REM_t + \beta_2 SIZE_{t+i} + \beta_3 ZSCORE_{t+i} + \beta_4 GROWTH_{t+i} + \beta_5 Q_t + \epsilon_{it}$$

Trong đó,

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}} \times 100$$

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Số vốn bỏ ra}} \times 100$$

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu}} \times 100$$

$$\text{Tobin Q} = \frac{\text{Tổng giá trị thị trường của vốn} + \text{Tổng giá trị thị trường của các khoản nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$$

$$\text{SIZE (quy mô công ty)} = \text{Ln (tổng tài sản)}$$

$$\text{GROWTH (sự tăng trưởng của doanh nghiệp)} = \frac{\text{Giá trị thị trường của vốn}}{\text{Giá trị sổ sách của vốn}}$$

$$\text{Theo Gunny, (2010), Leggett \& cộng sự, (2016): ZSCORE (sức mạnh tài chính)} = 3.3 \times \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} + 1.0 \times \frac{\text{Total Sales}}{\text{Total Assets}} + 1.4 \times \frac{\text{Retained Earnings}}{\text{Total Assets}} + 1.2 \times \frac{\text{Working Capital}}{\text{Total Assets}} + 0.6 \times \frac{\text{Market Value of Equity}}{\text{Total Liabilities}}$$

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1. Ma trận hệ số tương quan

Ma trận hệ số tương quan chỉ ra mối quan hệ giữa từng cặp biến. Sử dụng hệ số tương quan để kiểm tra khả năng có thể xuất hiện đa cộng tuyến giữa các biến giải thích. Không có trường hợp nào giữa các cặp biến vượt quá 0,8, cho thấy không có dấu hiệu của đa cộng tuyến trong mô hình hồi quy. Nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích tương quan giữa từng cặp biến. Kết quả thống kê mô tả ma trận hệ số tương quan giữa các biến được thể hiện ở Bảng 1.

**Bảng 1: Ma trận tương quan giữa các biến số**

	ROA <sub>t+1</sub>	ROE <sub>t+1</sub>	ROS <sub>t+1</sub>	TobinQ <sub>t+1</sub>	REM	SIZE	GROWTH	ZSCORE	ROA <sub>t</sub>	ROE <sub>t</sub>	ROS <sub>t</sub>	TobinQ <sub>t</sub>
ROA <sub>t+1</sub>	1,0000											
ROE <sub>t+1</sub>	0,0826	1,0000										
ROS <sub>t+1</sub>	0,4591	0,3701	1,0000									
TobinQ <sub>t+1</sub>	0,3441	0,2833	0,2196	1,0000								
REM	-0,3160	-0,2718	-0,0539	-0,1121	1,0000							
SIZE	-0,1787	0,0159	0,0085	-0,0527	0,1764	1,0000						
GROWTH	0,0017	0,0034	0,0460	0,2679	0,0848	0,0260	1,0000					
ZSCORE	0,4117	0,1880	0,2466	0,5034	-0,0804	-0,3504	-0,0125	1,0000				
ROA <sub>t</sub>	0,6645	0,5055	0,2453	0,3734	-0,3700	-0,1716	0,0009	0,4387	1,0000			
ROE <sub>t</sub>	0,4927	0,5607	0,1256	0,3036	-0,2861	0,0258	0,0327	0,1940	0,0822	1,0000		
ROS <sub>t</sub>	0,1938	0,0960	0,4630	0,2314	-0,0450	0,0235	0,0473	0,2398	0,4388	0,3320	1,0000	
TobinQ <sub>t</sub>	0,3182	0,2663	0,1755	0,7142	-0,1129	-0,0584	0,1292	0,4234	0,3676	0,3101	0,0292	1,0000

Nguồn: Tổng hợp kết quả của nhóm nghiên cứu.

Từ kết quả của Bảng 1, chúng ta có thể thấy cả bốn biến phụ thuộc ROA<sub>t+1</sub>, ROE<sub>t+1</sub>, ROS<sub>t+1</sub> và Tobin Q<sub>t+1</sub> đều có hệ số tương quan âm với biến REM. Biến Quy mô công ty (SIZE) có hệ số tương quan âm với hai biến ROA<sub>t+1</sub> và Tobin Q<sub>t+1</sub>; với các biến còn lại thì hệ số tương quan mang dấu dương. Biến Sự tăng trưởng của công ty (GROWTH) có hệ số tương quan dương với tất cả các biến còn lại. Biến sức mạnh tài chính (ZSCORE) có hệ số tương quan dương với tất cả các biến còn lại ngoại trừ biến REM, SIZE và GROWTH. Biến ROA<sub>t</sub> và Tobin Q<sub>t</sub> có hệ số tương quan dương với tất cả các biến ngoại trừ hai biến REM và SIZE. Biến ROE<sub>t</sub> và ROS<sub>t</sub> có hệ số tương quan âm chỉ với biến REM các biến còn lại hệ số tương quan đều mang dấu dương.

### 4.2. Kết quả kiểm định

4.2.1. Kiểm định lựa chọn mô hình hồi quy đo lường ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận thông qua giao dịch thực tế đến hiệu quả tài chính

Thực hiện kiểm định F với kết quả Prob > F = 0,0000, nhỏ hơn 0,05, cho thấy mô hình FEM phù hợp hơn mô hình OLS. Tiếp tục thực hiện Kiểm định Breusch - Pagan Lagrangian, cho thấy Prob > chi2 = 0,0000, Hausman test có kết quả Prob > chibar2 = 0,0000, F test với kết quả that all u<sub>i</sub>=0: F(191,571) = 2,31 (ROA); F(191,571)= 2,11 (ROE); F(191,571) = 2,28 (ROS); F(191,571)=3,41 (Tobin Q) cho thấy mô hình hồi quy với tác động cố định FEM phù hợp hơn REM để đo lường ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận thực

**Bảng 2: Kiểm định mô hình đo lường tác động của REM đến hiệu quả tài chính**

GIẢ THUYẾT 1				GIẢ THUYẾT 2			
	POOL OLS	FEM	REM		POOL OLS	FEM	REM
REM	-0,0174** (-3,28)	-0,0171* (-2,34)	-0,0174** (-3,28)	REM	-0,0385*** (-4,14)	-0,0286* (-2,14)	-0,0385*** (-4,14)
SIZE	-0,000488 (-0,42)	0,0166* (2,35)	-0,000488 (-0,42)	SIZE	0,00409 (1,91)	0,0495*** (3,80)	0,00409 (1,91)
ZSCORE	0,00232*** (4,94)	0,00291** (3,13)	0,00232*** (4,94)	ZSCORE	0,00247** (3,15)	0,00357* (2,08)	0,00247** (3,15)
GROWTH	0,000628 (0,44)	-0,000138 (-0,09)	0,000628 (0,44)	GROWTH	-0,000203 (-0,08)	-0,000398 (-0,14)	-0,000203 (-0,08)
$ROA_t$	0,591*** (17,61)	-0,0359 (-0,78)	0,591*** (17,61)	$ROE_t$	0,510*** (15,83)	-0,0602 (-1,36)	0,510*** (15,83)
Hằng số	0,0215 (0,90)	-0,288* (-2,04)	0,0215 (0,90)	Hằng số	-0,0429 (-0,99)	-0,893*** (-3,43)	-0,0429 (-0,99)
N	768			N	768		
GIẢ THUYẾT 3				GIẢ THUYẾT 4			
	POOL OLS	FEM	REM		POOL OLS	FEM	REM
REM	-0,0164 (-1,09)	-0,0134 (-0,61)	-0,0164 (-1,09)	REM	-0,0983* (-2,43)	0,0177 (0,33)	-0,0983* (-2,43)
SIZE	0,00651 (1,80)	0,00263 (0,12)	0,00651 (1,80)	SIZE	0,0322*** (3,33)	0,209*** (3,94)	0,0322*** (3,33)
ZSCORE	0,00636*** (4,73)	0,00648* (2,28)	0,00636*** (4,73)	ZSCORE	0,0417*** (10,80)	0,0782*** (11,35)	0,0417*** (10,80)
GROWTH	0,00411 (0,93)	0,00663 (1,42)	0,00411 (0,93)	GROWTH	0,104*** (8,71)	0,0686*** (6,07)	0,104*** (8,71)
$ROS_t$	0,418*** (12,74)	-0,251*** (-5,72)	0,418*** (12,74)	Tobin $Q_t$	0,551*** (21,80)	-0,0638 (-1,85)	0,551*** (21,80)
Hằng số	-0,119 (-1,61)	-0,00102 (-0,00)	-0,119 (-1,61)	Hằng số	-0,441* (-2,25)	-3,374** (-3,20)	-0,441* (-2,25)
N	768			N	768		

Chú thích: \*\*\* Mức ý nghĩa 1% ( $p < 0,01$ ); \*\* Mức ý nghĩa 5% ( $p < 0,05$ ); \* Mức ý nghĩa 10% ( $p < 0,1$ )  
 Nguồn: Tổng hợp từ Stata 17.

tế đến hiệu quả tài chính. Tuy nhiên các mô hình đều xuất hiện hiện tượng phương sai thay đổi nên nhóm nghiên cứu quyết định sử dụng phương pháp FGLS để khắc phục.

Kết quả của các mô hình hồi quy được lựa chọn như sau:

#### 4.2.2. Kết quả đo lường mức độ điều chỉnh lợi nhuận qua các năm

Kết quả từ Bảng 3 cho thấy, năm 2019, các công ty có xu hướng điều chỉnh lợi nhuận tăng thông qua 2 phương pháp là điều chỉnh lợi nhuận thông qua dòng tiền (CFO) và chi phí sản xuất (PROD). Bên cạnh đó, xu hướng điều chỉnh thông qua các chi phí tùy ý (DISEXP) ngược lại. Các năm còn lại, mức độ điều chỉnh lợi nhuận của các công ty cũng chưa được thống nhất. Năm 2020, 2021, 2022, xu hướng điều chỉnh là gia tăng lợi nhuận thông qua phương pháp điều chỉnh các giao dịch thực tế. Các công ty có xu hướng tăng lợi nhuận thông qua các hoạt động chính sách tín dụng thương mại, chiết khấu và tác động đến chi phí sản xuất, trong khi các công ty có xu hướng giảm chi phí lợi nhuận thông qua tác động đến chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D), quảng cáo và chi phí bán hàng, chi phí quản lý và hành chính. Khi đối tác được phép hoàn thanh toán và kết hợp với chính sách chiết khấu, lợi nhuận có thể được tăng lên thông qua hoạt động kinh doanh, kích thích đối tác mua hàng với số lượng lớn, từ đó tăng doanh thu. Khi chi phí giảm, lợi nhuận của công ty sẽ tăng lên trong khi chứng tỏ công ty hoạt động hiệu quả hơn thực tế. Kết quả này tương đồng với



**Bảng 3: Mức độ điều chỉnh lợi nhuận qua các năm 2019-2022**

Năm	Số quan sát	CFO	PROD	DISEXP	REM
2019	192	0,0025614	-0,0335733	0,0049961	-0,0411308
2020	192	0,0098997	0,0001683	0,0031405	-0,0128718
2021	192	-0,0008031	0,0312309	-0,0084299	0,040464
2022	192	-0,0100205	0,0058732	-0,0015208	0,0174145
<b>Tổng</b>	768	0,0016374	0,0036991	-0,0018141	0,0038758

*CFO: Phần lợi nhuận điều chỉnh thông qua dòng tiền từ hoạt động kinh doanh*

*PROD: Phần lợi nhuận điều chỉnh thông qua chi phí sản xuất*

*DISEXP: Phần lợi nhuận điều chỉnh thông qua các chi phí tùy ý: nghiên cứu và phát triển (R&D), chi phí quảng cáo và doanh số bán hàng, chi phí quản trị và hành chính*

*Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả.*

kết luận trong các nghiên cứu trước Nguyen Thu Hang & Nguyen Manh Hiep (2016), Aladwan (2018), Đỗ Thùy Linh & Vũ Hùng Phương (2023).

**Bảng 4: Tác động của REM đến hiệu quả tài chính**

Biến nghiên cứu	$ROA_{t+1}$	$ROE_{t+1}$	$ROS_{t+1}$	Tobin $Q_{t+1}$
REM	-0,00726*** (-3,42)	-0,0254*** (-7,36)	-0,0090** (-3,05)	-0,0489*** (-2,89)
SIZE	0,00226*** (6,70)	-0,0254*** (-7,36)	0,0025*** (4,69)	0,0171*** (6,13)
ZSCORE	-0,000295 (-0,53)	0,0017*** (3,94)	0,0031*** (6,36)	0,0251*** (8,69)
GROWTH	-0,000295 (-0,53)	-0,0010 (-0,86)	0,00007 (0,08)	0,0502*** (6,53)
$ROA_t / ROE_t / ROS_t /$ Tobin $Q_t$	0,735*** (32,49)	0,6735*** (29,83)	0,7149*** (25,98)	0,6080*** (24,43)
_cons	0,00491 (0,68)	-0,0037** (-3,15)	-0,0479*** (-4,39)	-0,0905 (-1,42)
Panel data model type	FGLS	FGLS	FGLS	FGLS
Number of observation	768	768	768	768
R-square	0,4676	0,3371	0,3385	0,6046

*Chú thích: \*\*\* Mức ý nghĩa 1% ( $p < 0.01$ ); \*\* Mức ý nghĩa 5% ( $p < 0.05$ ); \* Mức ý nghĩa 10% ( $p < 0.1$ )*

*Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả.*

#### 4.2.3. Kết quả đo lường ảnh hưởng của REM đối với hiệu quả tài chính

Sau các bước kiểm tra cần thiết, nhóm nghiên cứu đã chọn FGLS làm mô hình hồi quy khách quan và hiệu quả nhất. Bảng 4 là kết quả của mô hình sau khi hồi quy.

Kết quả Bảng 4 cho thấy mối quan hệ của hệ số chặn với các biến phụ thuộc  $ROE_{t+1}$ ,  $ROS_{t+1}$  và Tobin  $Q_{t+1}$  đều mức ý nghĩa 1% hoặc 5%. Tuy nhiên, mối quan hệ của hệ số chặn và biến phụ thuộc  $ROA_{t+1}$  lại không có ý nghĩa thống kê.

Mối quan hệ giữa biến REM với  $ROA_{t+1}$ ,  $ROE_{t+1}$  và Tobin  $Q_{t+1}$  đều có mức ý nghĩa 1%, chỉ riêng  $ROS_{t+1}$  có mức ý nghĩa 5% với hệ số hồi quy lần lượt là -0,00726; -0,0254; -0,0489 và -0,0090. Cả bốn hệ số hồi quy cho thấy REM có tác động tiêu cực đến cả bốn biến phụ thuộc.

Mối quan hệ giữa biến kiểm soát quy mô doanh nghiệp (SIZE) với các biến phụ thuộc  $ROA_{t+1}$ ,  $ROE_{t+1}$ ,  $ROS_{t+1}$  và Tobin  $Q_{t+1}$  đều có ý nghĩa thống kê ở mức độ tin cậy 95%, với giá trị p là  $0,000 < 0,01$ .

Biến sức mạnh tài chính (ZSCORE) có tác động đến tiêu cực đến biến phụ thuộc  $ROA_{t+1}$  nhưng lại không có ý nghĩa thống kê, tuy nhiên với ba biến phụ thuộc lại có tác động tích cực và đều có mức ý nghĩa 1%.

Bên cạnh đó, biến tăng trưởng doanh nghiệp (GROWTH) có mối quan hệ với biến phụ thuộc Tobin  $Q_{t+1}$  ở mức ý nghĩa 1%, nhưng lại không có ý nghĩa thống kê với ba biến phụ thuộc còn lại lần lượt là  $ROA_{t+1}$ ,  $ROE_{t+1}$ ,  $ROS_{t+1}$ .

Cuối cùng, cả bốn biến  $ROA_t$ ,  $ROE_t$ ,  $ROS_t$  và Tobin  $Q_t$  đều có tác động tích cực đến cả bốn biến phụ thuộc với cùng mức ý nghĩa 1%.

Phương trình hồi quy phản ánh tác động của REM đến hiệu quả tài chính được trình bày như sau:

$$ROA_{t+1} = 0,00491 - 0,00726 * REM_t - 0,00226 * SIZE_{t+1} + 0,00295 * ZSCORE_{t+1} - 0,000295 * GROWTH_{t+1} + 0,735 * ROA_t$$

$$ROE_{t+1} = -0,0037 - 0,0254 * REM_t - 0,0254 * SIZE_{t+1} + 0,0017 * ZSCORE_{t+1} - 0,0010 * GROWTH_{t+1} + 0,6735 * ROE_t$$

$$ROS_{t+1} = -0,0479 - 0,0090 * REM_t + 0,0025 * SIZE_{t+1} + 0,0031 * ZSCORE_{t+1} + 0,00007 * GROWTH_{t+1} + 0,7149 * ROS_t$$

$$Q_{t+1} = -0,0905 - 0,0489 * REM_t + 0,0171 * SIZE_{t+1} + 0,0251 * ZSCORE_{t+1} + 0,0502 * GROWTH_{t+1} + 0,6080 * Q_t$$

### 4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Sau khi tiến hành kiểm định, nhóm nghiên cứu kết luận cả 4 giả thuyết H1, H2, H3, H4 đều được chấp nhận: REM có tác động tiêu cực đến ROA, ROE, ROS và Tobin Q trong tương lai. Hiệu quả tài chính trong tương lai sẽ bị ảnh hưởng xấu bởi sự điều chỉnh hiện tại thông qua các giao dịch thực tế, vì thông qua các giao dịch này, các nhà quản lý có thể thúc đẩy doanh thu bằng cách can thiệp vào báo cáo tài chính, làm cho doanh thu và lợi nhuận có vẻ cao hơn. Quan niệm sai lầm này khiến các nhà đầu tư tin rằng công ty đang hoạt động rất tốt trong năm hiện tại. Tuy nhiên, theo thời gian, nhà đầu tư sẽ thất vọng vì những điều chỉnh trong quá khứ sẽ làm giảm hiệu quả tài chính trong tương lai. Điều này cũng phù hợp với Lý thuyết triển vọng của Kahneman & Tversky (1979) và Lý thuyết đại diện của Jensen & Meckling (1976), khẳng định lại kết quả của các nghiên cứu trước đó của Dechow & cộng sự (1995), Subramanyam (1996), Healy & Wahlen (1999). Ở Việt Nam, kết quả nghiên cứu này trùng khớp với nghiên cứu của Dương Thị Chi (2021), đồng thời là sự khắc phục cho hạn chế nghiên cứu của Nguyễn Đỗ Quyên & Trần Quốc Hoàng (2017), Nguyễn Vĩnh Khương & cộng sự (2019) bởi nhóm tác giả đã đưa ra mối quan hệ của điều chỉnh lợi nhuận đến hiệu quả tài chính trong tương lai.

## 5. Kết luận và khuyến nghị

Từ kết quả, nhóm nghiên cứu có một số đề xuất cho doanh nghiệp cũng như các bên liên quan trong việc quản lý và ngăn chặn hành vi điều chỉnh lợi nhuận như sau:

Với các doanh nghiệp niêm yết, nếu muốn xây dựng hình ảnh tốt thì bản thân doanh nghiệp phải thể hiện các thông tin được công bố đảm bảo minh bạch, tin cậy, bền vững. Do đó, các mô hình phát hiện điều chỉnh lợi nhuận là thực sự cần thiết đối với doanh nghiệp nói chung và các nhà quản lý nói riêng. Thông qua các mô hình đáng tin cậy này, các nhà quản lý tính toán và phân tích thông tin một cách kỹ lưỡng, thận trọng hơn trước khi đưa ra quyết định công bố thông tin tới các nhà đầu tư.

Với các nhà đầu tư, để có thể ra được các quyết định tốt nhất cũng như giảm thiểu tình trạng thông tin bất cân xứng, ngoài việc trang bị cho mình những kiến thức về kế toán, phân tích báo cáo tài chính, tài chính, thị trường chứng khoán..., nhà đầu tư cần có thêm kiến thức về điều chỉnh lợi nhuận. Kết quả nghiên cứu này có thể cung cấp thêm cho các nhà đầu tư kiến thức cơ bản về điều chỉnh lợi nhuận, cũng như dấu hiệu nhận diện từ sự biến động của các chỉ số hiệu quả tài chính. Từ đó, tạo cơ sở cho các nhà đầu tư đánh giá các mã chứng khoán một cách thông suốt, chính xác.

Với các cơ quan kiểm toán độc lập, mặc dù các báo cáo kiểm toán đã được kiểm toán, hành vi điều chỉnh lợi nhuận vẫn có thể diễn ra sau báo cáo kiểm toán ở nhiều công ty. Trước những hành vi điều chỉnh lợi nhuận ngày càng phức tạp, trách nhiệm của các cơ quan kiểm toán và kiểm toán viên là làm thế nào để có thể giảm thiểu rủi ro xuống mức tối đa, đảm bảo sự tin cậy, trung thực và hợp lý của các thông tin cung cấp

---

cho người sử dụng. Dựa vào mô hình phát hiện điều chỉnh lợi nhuận được đề xuất trong các nghiên cứu, kiểm toán viên có thể phát hiện những hành vi và giao dịch bất thường của nhà quản lý để đưa ra hành động kịp thời.

Kết quả hàm ý gửi đến nhà quản trị của các doanh nghiệp trong việc nâng cao ý thức về quản trị doanh nghiệp và công bố thông tin. Tuy nhiên, nghiên cứu còn một số hạn chế về phương pháp đo lường các biến trong mô hình cũng như quy mô mẫu nghiên cứu. Đây chính là những gợi mở cho các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai.

### Tài liệu tham khảo

- Abbas Ali Rastegar (2012), 'Impacts of organizational culture on organizational commitment', *Journal of Human Resource Management and Development*, 2 (2), 2277-4742.
- Akram, M. A., Hunjra, A. I., Butt, S. & Ijaz, I. (2015), 'Earnings management and organizational performance: Pakistan vs India', *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, 4 (9), 211-220.
- Aladwan, M. (2018), 'Accrual based and real earning management association with dividends policy "the case of Jordan"', *Italian Journal of Pure and Applied Mathematics*, 41, 691-707.
- Berle, A. A. & Means, G. C. (1932), *The modern corporation and private property*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, USA.
- Chen, X., Cheng, Q. & Wang, X. (2015), 'Does increased board independence reduce earnings management? Evidence from recent regulatory reforms', *Review of Accounting Studies*, 20, 899-933.
- Dakhlallah, M.M. (2020), 'Accrual-based Earnings Management, Real Earnings Management and Firm Performance: Evidence from Public Shareholders Listed Firms on Jordanian's Stock Market', *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12 (1), 16-27.
- Đặng Anh Tuấn (2023), 'Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến quản trị lợi nhuận: Trường hợp các công ty niêm yết ở Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 311 (2), 23-32.
- Đặng Ngọc Hùng (2015), 'Nghiên cứu xu hướng quản trị lợi nhuận do thay đổi thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 219, 46-54.
- Đào Thị Thanh Bình & Lê Xuân Minh (2022), 'Earnings Management, Corporate Governance and Firm Performance', *SSRN Electronic Journal*.
- Đào Thị Thanh Bình & Ngô Hoàng Anh (2020), 'Impact of Corporate Governance on Firm Performance and Earnings Management a Study on Vietnamese Non-Financial Companies', *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 480-501.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. & Sweeney, A. P. (1995), 'Detecting earnings management', *Accounting review*, 70 (2), 193-225.
- Đỗ Thùy Linh & Vũ Hùng Phương (2023), 'Đo lường mức độ quản trị lợi nhuận: nghiên cứu thực nghiệm tại các công ty niêm yết', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 312, 38-48.
- Dương Thị Chi (2021), 'Ảnh hưởng của điều chỉnh lợi nhuận tới hiệu quả tài chính của các công ty khi niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP-Hồ Chí Minh', luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân.
- Gunny, K.A. (2010), 'The Relation Between Earnings Management Using Real Activities Manipulation and Future Performance: Evidence from Meeting Earnings Benchmarks', *Contemporary Accounting Research*, 27(3), 855-888.
- Healy, P. M. & Wahlen, J. M. (1999), 'A review of the earnings management literature and its implications for standard setting', *Accounting horizons*, 13 (4), 365-383.
- Iqbal, A., Espenlaub, S., & Strong, N. (2009), 'Earnings management around UK open offers', *The European Journal of Finance*, 15 (1), 29-51.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976) 'Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure', *Journal of Financial Economics*, 4 (3), 305-360.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979), 'Prospect theory: An analysis of decision under risk', *Econometrica*, 47 (2),

---

263–91, retrieved on January 18th 2024, from <<https://www.jstor.org/stable/1914185>>.

- Kaplan, S.N. & Zingales, L. (1997), ‘Do Investment-Cash Flow Sensitivities Provide Useful Measures of Financing Constraints?’, *The Quarterly Journal of Economics*, 112 (1), 169-215.
- Khan, A.G. (2012), ‘The relationship of capital structure decisions with firm performance: A study of the engineering sector of Pakistan’, *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 2(1), 245-262.
- King, Robert & Levine, Ross (1993), ‘Finance, entrepreneurship and growth: Theory and evidence’, *Journal of Monetary Economics*, 32 (3), 513-542.
- Kumar, M., Vij, M. & Goswami, R. (2020), ‘Effect of Real Earnings Management on Firm Performance: Evidence from India’, *Sage Journal*, 27 (3), 386-396.
- Leggett, D., Parsons, L.M. & Reitenga, A.L. (2016), ‘Real Earnings Management and Subsequent Operating Performance’, *Journal of Operations Management*, 4 (15), 7-32.
- Liu, J.-L. & Tsai, C.-C. (2015), ‘Board member characteristics and ownership structure impacts on real earnings management: Evidence from Taiwan’, *Accounting and Finance Research*, 4 (4), 84-96.
- Ngọc Vũ (2015), ‘10 vụ bê bối đình đám nhất của các doanh nghiệp trên thế giới’, *Thời báo tài chính Việt Nam*, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 12 năm 2023, từ <<https://thoibaotaichinhvietnam.vn/10-vu-be-boi-dinh-dam-nhat-cua-cac-doanh-nghiep-tren-the-gioi-10359.html>>.
- Nguyễn Đỗ Quyên & Trần Quốc Hoàng (2017), ‘Hành vi quản trị lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam’, *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, 99, 1-18.
- Nguyễn Hà Linh (2017), ‘Nghiên cứu các nhân tố tác động đến hành vi điều chỉnh lợi nhuận tại các công ty phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam’, luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân.
- Nguyen Thu Hang & Nguyen Manh Hiep (2016), ‘Real earnings management: Evidence from Vietnam’, *Journal of International Economics and Management*, 89 (2), 22-34.
- Nguyễn Vĩnh Khương, Nguyễn Trần Thái Hà & Phùng Anh Thư (2019), ‘The Relationship between Real Earnings Management and Firm Performance: The Case of Energy Firms in Vietnam’, *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9 (2), 307-314.
- Pacheco Paredes, A.A. & Wheatley, C. (2017), ‘Real earnings management or ‘just business’’, *Journal of Financial Economic Policy*, 9 (3), 268-283.
- Phạm Thị Bích Vân (2017), ‘Quản trị lợi nhuận khi phát hành thêm cổ phiếu của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam’, luận án tiến sĩ, Đại học Đà Nẵng.
- Roychowdhury, S. (2006), ‘Earnings management through real activities manipulation’, *Journal of accounting and economics*, 42 (3), 335-370.
- Salim, M. & Yadav, R. (2012), ‘Capital Structure and Firm Performance: Evidence from Malaysian Listed Companies’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 156-166.
- Subekti, I. (2012), ‘Accrual and Real Earnings Management: One of the Perspectives of Prospect Theory’, *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 15 (3), 443–456.
- Subramanyam, K. (1996), ‘The pricing of discretionary accruals’, *Journal of accounting and economics*, 22 (3), 249-281.
- Sun, J., Lan, G. & Liu, G. (2014), ‘Independent audit committee characteristics and real earnings management’, *Managerial Auditing Journal*, 29 (2), 153-172.
- Susanto, S dan Christiawan, Y.J., (2016), ‘Effect of Earnings Management towards Firm Value’, *Business Accounting Review*, 4 (1), 205-216.
- Tobin, J. (1969), ‘A General Equilibrium Approach to Monetary Theory’, *Journal of Money, Credit and Banking*, 1 (1), 15-29.
- Zeitun, R. & Tian, G.G. (2014), ‘Capital Structure and Corporate Performance: Evidence from Jordan’, *Australasian Accounting Business & Finance Journal*, 1(4), 1-36.
- Zingales, L. (2009), ‘The future of securities regulation’, *Journal of Accounting Research*, 47 (2), 391-425.