

Mục lục

Tác động của chính sách tiền tệ Mỹ đến các yếu tố vĩ mô ở Việt Nam và hàm ý chính sách	<i>Ngô Hoàng Thảo Trang, Ngô An</i>	2
Tác động không đồng nhất của đa dạng hóa kinh tế đến chất lượng môi trường ở Việt Nam	<i>Bùi Hoàng Ngọc, Nguyễn Huỳnh Mai Trâm, Nguyễn Minh Hà</i>	14
Tác động bất đối xứng của lãi suất đến nợ xấu tại ngân hàng thương mại Việt Nam: Tiếp cận hồi quy phân vị	<i>Nguyễn Thị Liên, Bùi Quốc Hoàn</i>	24
Khám phá mối quan hệ nhân quả giữa hiệu quả thực hiện ESG và chất lượng tín dụng của ngân hàng tại các thị trường mới nổi	<i>Nguyễn Bích Ngân</i>	34
Văn hóa hợp tác và đổi mới thanh đạm: Vai trò trung gian của quản trị tri thức trong SMEs Việt Nam	<i>Lê Ba Phong</i>	44
Tác động của trải nghiệm đa chiều và nhận diện thương hiệu đến hành vi truyền bá điểm đến: Vai trò trung gian của trải nghiệm điểm đến của du khách	<i>Nguyễn Hải Ninh</i>	54
Tác động độ tin cậy của nội dung do người dùng tạo trên Facebook đến hình ảnh điểm đến và ý định du lịch đến thành phố Hồ Chí Minh	<i>Lý Quốc Huy, Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Trần Hữu Tuấn</i>	64
Đánh giá tác động môi trường sử dụng phương pháp đánh giá vòng đời (LCA) của hoạt động chăn nuôi bò thịt: Nghiên cứu trường hợp chăn nuôi bò Blanc Blue Belgium tại Ba Vì, Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Thanh Huyền, Nguyễn Thị Thùy Linh</i>	74
Đỉnh chính bài báo: “Tác động của hoạt động tiếp thị truyền thông xã hội (SMMAS) đến sự sẵn lòng trả giá cao hơn của người dùng phương tiện truyền thông xã hội Việt Nam”	<i>Nguyễn Thị Huyền, Nguyễn Minh Ngọc, Cao Anh Thảo</i>	86

TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ MỸ ĐẾN CÁC YẾU TỐ VĨ MÔ Ở VIỆT NAM VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Ngô Hoàng Thảo Trang

Khoa Kinh tế - Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email: trangnht@ueh.edu.vn

Ngô An*

Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email: anngo.31211022712@st.ueh.edu.vn

Mã bài: JED-2112

Ngày nhận: 28/11/2024

Ngày nhận bản sửa: 04/04/2025

Ngày duyệt đăng: 10/06/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2112

Tóm tắt:

Một chính sách tiền tệ thắt chặt của Mỹ có ý nghĩa quan trọng trong việc hoạch định chính sách tiền tệ của một quốc gia khác. Nghiên cứu tìm hiểu tác động của lãi suất hiệu lực FED đến các yếu tố kinh tế vĩ mô của Việt Nam như lãi suất tái cấp vốn, lãi suất tiền gửi, lãi suất cho vay, tỷ giá, lạm phát trong giai đoạn 01/2000-12/2023. Kết quả nghiên cứu cho thấy trước một cú sốc trong chính sách tiền tệ thắt chặt của Mỹ, các mặt bằng lãi suất của Việt Nam có xu hướng tăng lên trong ngắn hạn, sau đó giảm xuống và quay trở lại cân bằng trong dài hạn. Phản ứng của tỷ giá là không có ý nghĩa thống kê trước một cú sốc trong chính sách tiền tệ của Mỹ, và phản ứng của lạm phát có xu hướng giảm trong ngắn hạn. Từ đó rút ra những hàm ý chính sách cho các nhà điều hành kinh tế để chuẩn bị trước các đợt thắt chặt trong tương lai của chính sách tiền tệ Mỹ.

Từ khoá: Chính sách tiền tệ Mỹ, chính sách tiền tệ Việt Nam, kinh tế Việt Nam.

Mã JEL: E52, E58, E59.

The impact of US monetary policy on macroeconomic factors in Vietnam and policy implications

Abstract:

A tight US monetary policy is important in the monetary policy planning of other countries. The study investigates the impact of the Fed's effective interest rate on Vietnam's macroeconomic determinants such as refinancing interest rates, deposit interest rates, lending interest rates, exchange rates, and inflation in the period 01/2000-12/2023. The results reveal that in the face of a shock in the US's tight monetary policy, Vietnam's interest rates tend to increase in the short term, then decrease and return to equilibrium in the long term. The exchange rate response is statistically insignificant in the face of a shock in the US's monetary policy, and the inflation response tends to decrease in the short term. From there, policy implications are drawn for economic operators to prepare for future tightening in the US's monetary policy.

Keywords: US monetary policy, Vietnam monetary policy, Vietnam economy.

JEL Codes: E52, E58, E59

1. Giới thiệu

Tác động của một sự thay đổi trong chính sách tiền tệ Mỹ đến nền kinh tế ở các quốc gia khác vốn là chủ đề nghiên cứu quan trọng trong lĩnh vực kinh tế vĩ mô theo thời gian (Edwards & Khan, 1985; Valente, 2009; Georgiadis, 2016). Đối với những quốc gia tự do hoá dịch chuyển dòng vốn, khi Mỹ bắt đầu tăng lãi suất buộc quốc gia phải đưa ra những đánh đổi nhất định, dòng vốn sẽ tháo chạy để tìm kiếm suất sinh lợi cao hơn, quốc gia sẽ phải lựa chọn giữa một cơ chế tỷ giá ổn định bằng cách tăng lãi suất trong nước, hay nên giữ

nguyên lãi suất để khuyến khích chi tiêu dùng và chi đầu tư nhưng phải chịu sự mất giá lớn của đồng nội tệ?

Những khác biệt trong tác động của chính sách tiền tệ thắt chặt của Mỹ giữa các thị trường mới nổi và các nền kinh tế tiên tiến phần lớn phản ánh sự chênh lệch về chế độ tỷ giá và các đặc điểm kinh tế vĩ mô cơ bản. Thông qua lý thuyết ngang bằng lãi suất, ban đầu dòng vốn là ngưng di chuyển, khi Mỹ tăng lãi suất làm cho suất sinh lợi nước ngoài cao hơn suất sinh lợi trong nước, dòng vốn đổ về nơi có suất sinh lợi cao hơn dẫn đến cầu ngoại tệ gia tăng, làm cho nội tệ có xu hướng mất giá. Nếu quốc gia tự do hoá dịch chuyển dòng vốn với chế độ tỷ giá cố định sẽ phải tăng lãi suất để tránh áp lực mất giá, hoặc sẽ để cho đồng nội tệ mất giá và không đổi lãi suất nếu quốc gia theo cơ chế thả nổi tỷ giá, hoặc sẽ vừa thả nổi vừa tăng lãi suất dần dần để không gây sốc đến nền kinh tế. Tuy nhiên, vấn đề sẽ phức tạp hơn nếu một quốc gia đang trải qua một nền tảng kinh tế vĩ mô yếu kém, làm cho yếu tố kỳ vọng về tỷ giá xuất hiện theo chiều hướng nội tệ mất giá, nếu cộng với áp lực Mỹ tăng lãi suất sẽ càng làm cho dòng vốn tháo chạy nhiều hơn.

Có thể thấy, những nghiên cứu trong nước khi tìm hiểu về truyền dẫn tiền tệ xem xét lãi suất hiệu lực Fed như là một biến ngoại sinh mà chưa thực sự đi sâu vào tìm hiểu tác động của biến số này đến các yếu tố vĩ mô quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu đi sâu vào tìm hiểu tác động của lãi suất hiệu lực Fed đến các yếu tố vĩ mô của Việt Nam, bao gồm lãi suất tái cấp vốn, lãi suất tiền gửi, lãi suất cho vay, tỷ giá và lạm phát ở Việt Nam, trong giai đoạn từ tháng 01/2000 đến tháng 12/2023, với mục tiêu của nghiên cứu nhằm: (i) Phân tích tác động của chính sách tiền tệ Mỹ đến các yếu tố vĩ mô của Việt Nam thông qua mô hình SVAR; (ii) Đề xuất các hàm ý chính sách thích hợp giúp giảm thiểu tác động đến nền kinh tế Việt Nam khi Mỹ thay đổi chính sách tiền tệ. Bài viết được cấu trúc thành 5 phần: phần 1 giới thiệu, phần 2 cơ sở lý thuyết, phần 3 trình bày về dữ liệu và phương pháp nghiên cứu, phần 4 phân tích kết quả. Cuối cùng, nhóm tác giả đưa ra kết luận và hàm ý chính sách ở phần 5.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Cơ sở lý thuyết nền

Ngang bằng lãi suất (IRP)

IRP giả định rằng dòng vốn được tự do di chuyển, nhà đầu tư trung tính với rủi ro, tài sản trong nước và nước ngoài là thay thế hoàn hảo. IRP được xác lập khi suất sinh lợi kỳ vọng nước ngoài bằng với suất sinh lợi trong nước ($ROR^{(e)} = ROR$), với i^* là lãi suất nước ngoài, i là lãi suất trong nước, E_t là tỷ giá kỳ vọng, E_t là tỷ giá giao ngay và θ_t là phí bù rủi ro của quốc gia. Theo đó, công thức ngang bằng lãi suất được minh hoạ trong phương trình (1) như sau:

$$\underbrace{i}_{ROR} = \underbrace{i^* + \frac{E_{t+1}^{(e)} - E_t}{E_t}}_{ROR^{(e)*}} + \theta_t \quad (1)$$

Khi i^* tăng, dòng vốn tự do lưu chuyển sẽ đổ về nơi có suất sinh lợi cao hơn khiến cầu ngoại tệ gia tăng, dưới một cơ chế tỷ giá thả nổi làm cho nội tệ có xu hướng mất giá, làm cho cân bằng của phương trình được tái lập trong điều kiện θ_t là không đổi. Nếu lựa chọn giữ nguyên i để thúc đẩy kinh tế yếu kém trong nước và để tỷ giá biến động theo chiều hướng nội tệ mất giá, sẽ làm cho chi phí nhập khẩu của quốc gia tăng lên, từ đó tác động đến yếu tố lạm phát (Fischer, 2015). Nếu nội tệ mất giá quá lớn và quốc gia muốn ổn định ngoại thương và đầu tư sẽ buộc phải tăng lãi suất i , tuy nhiên mặt trái là sự đánh đổi trong chi đầu tư và chi tiêu dùng trong nước (Rittenberg, 2007). Mặt khác, một cơ chế tỷ giá cố định và một dòng vốn di chuyển tự do sẽ khiến chính sách tiền tệ phải thắt chặt để tránh mất giá nội tệ và thu hút vốn trở lại.

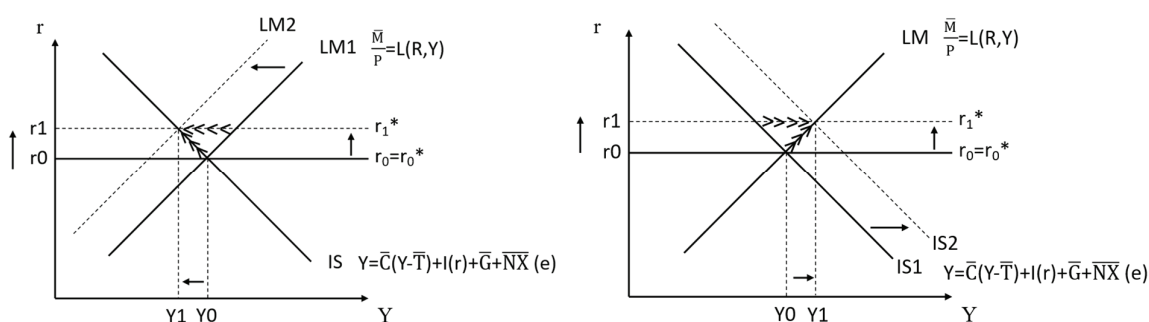
Trong trường hợp θ_t thay đổi khi i^* tăng sẽ càng làm cho suất sinh lợi nước ngoài lớn hơn suất sinh lợi trong nước mà sự gia tăng trong E_t không thể bù đắp được. Những yếu tố thuộc về nền tảng kinh tế vĩ mô của quốc gia nếu biến động theo chiều hướng xấu đi sẽ làm cho dòng vốn có xu hướng tháo chạy ra khỏi quốc gia, cầu ngoại tệ gia tăng, làm cho xuất hiện và biến động theo chiều hướng nội tệ mất giá. Nếu quốc gia lựa chọn những biện pháp hành chính như đánh thuế lên dòng vốn tháo chạy, cộng với môi trường kinh tế yếu kém trong nước, lúc này phí bù rủi ro của quốc gia xuất hiện, ảnh hưởng cộng gộp vào sự gia tăng trong suất sinh lợi tại nước ngoài và làm cho dòng vốn tháo chạy nhiều hơn.

Mô hình Mundell-Fleming

Mô hình Mundell-Fleming giả định rằng nền kinh tế là một nền kinh tế nhỏ, mở, tài sản trong nước và

nước ngoài thay thế hoàn hảo cho nhau, giá cả là cứng nhắc trong ngắn hạn và không có bất kì hạn chế nào đối với việc di chuyển vốn qua biên giới. Lãi suất nước ngoài r^* tăng ($r^* > r$) khiến dòng vốn đổ ra ngoài để tìm kiếm nơi có suất sinh lời cao hơn, cầu ngoại tệ lớn hơn cung ngoại tệ, làm cho nội tệ mất giá. Một cơ chế tỷ giá cố định sẽ buộc quốc gia phải xuất dự trữ ngoại hối để cân bằng cung cầu ngoại tệ, làm cung tiền trong nước giảm, khiến cho lãi suất r tăng lên trên thị trường tiền tệ và đường LM dịch chuyển sang trái. Lãi suất r tăng khiến sản lượng Y giảm qua đầu tư I , đường IS di chuyển sang trái, hình thành nên điểm cân bằng mới. Một cơ chế tỷ giá cố định sẽ làm cho chính sách tiền tệ trong nước thất bại bị động, và dự trữ ngoại hối của quốc gia suy giảm. Mặt khác, dưới một cơ chế tỷ giá thả nổi, nội tệ mất giá làm cải thiện cán cân thương mại khiến đường IS dịch phải. Sản lượng Y trong nước cao hơn làm cầu tiền dịch chuyển sang phải trên thị trường tiền tệ, từ đó làm tăng r . Điểm cân bằng mới được thiết lập - với lãi suất r và sản lượng Y cao hơn. Như vậy, khi r^* tăng lên, dưới bất kỳ cơ chế tỷ giá nào thì lãi suất trong nước đều sẽ phải tăng để bù đắp cho sự chênh lệch với lãi suất nước ngoài.

Hình 1: Mô hình Mundell-Fleming dưới cơ chế tỷ giá cố định (trái) và cơ chế tỷ giá thả nổi (phải)



Nguồn: Minh họa của nhóm tác giả khi có sự thay đổi trong lãi suất nước ngoài.

Mối quan hệ giữa lãi suất, tỷ giá và lạm phát

Phương trình Fisher¹ hàm ý với một mức lạm phát cao hơn, ngân hàng trung ương sẽ phải tăng lãi suất danh nghĩa tương ứng để kiềm chế lạm phát, ngược lại, một mức tăng trong lãi suất làm giảm chi tiêu dùng và chi đầu tư (Boivin & cộng sự, 2010), từ đó làm giảm lạm phát. Trong dài hạn, quy luật ngang bằng sức mua cho rằng nước nào có lạm phát cao hơn, đồng tiền nước đó có xu hướng mất giá². Bên cạnh đó, tác động của một đồng nội tệ yếu hơn cũng làm gia tăng lạm phát do sự gia tăng trong chi phí nhập khẩu (Mishkin, 2008). Ngang bằng lãi suất giải thích về mối quan hệ nghịch chiều giữa lãi suất và tỷ giá, trong điều kiện các yếu tố lãi suất nước ngoài, kì vọng của tỷ giá và phí bù rủi ro quốc gia là không đổi (Lê Thị Tuấn Nghĩa & Chu Khánh Lâm, 2014). Như vậy, ba yếu tố lãi suất trong nước, lạm phát và tỷ giá có mối quan hệ tác động qua lại lẫn nhau, bên cạnh chịu ảnh hưởng từ các thay đổi trong chính sách tiền tệ của Mỹ.

2.2. Khung phân tích

He (2023) và Bluedorn & Bowdler (2011) cho rằng thất bại chính sách tiền tệ Mỹ thường liên quan đến sự tăng giá của đồng đô la Mỹ, tương tự với cách lý giải của lý thuyết IRP, do thu hút đầu tư nước ngoài và tăng nhu cầu đối với đồng đô la. Tuy nhiên theo Ilzetzi & Jin (2021), sự gia tăng lãi suất của Mỹ có liên quan đến việc đồng tiền của các quốc gia khác tăng giá.

Phần lớn các quốc gia sẽ trải qua một số mức tăng lạm phát dưới sự thất bại tiền tệ của Mỹ do cơ chế truyền dẫn thông qua tỷ giá, với ước tính truyền dẫn trong một năm dao động từ 0,05 đến 0,5 (Giuliano & Luttini, 2019; Goldfajn & Werlang, 2000). Truyền dẫn đến lạm phát còn phụ thuộc vào cơ chế tỷ giá và đặc điểm vĩ mô của từng quốc gia (Ha & cộng sự, 2020).

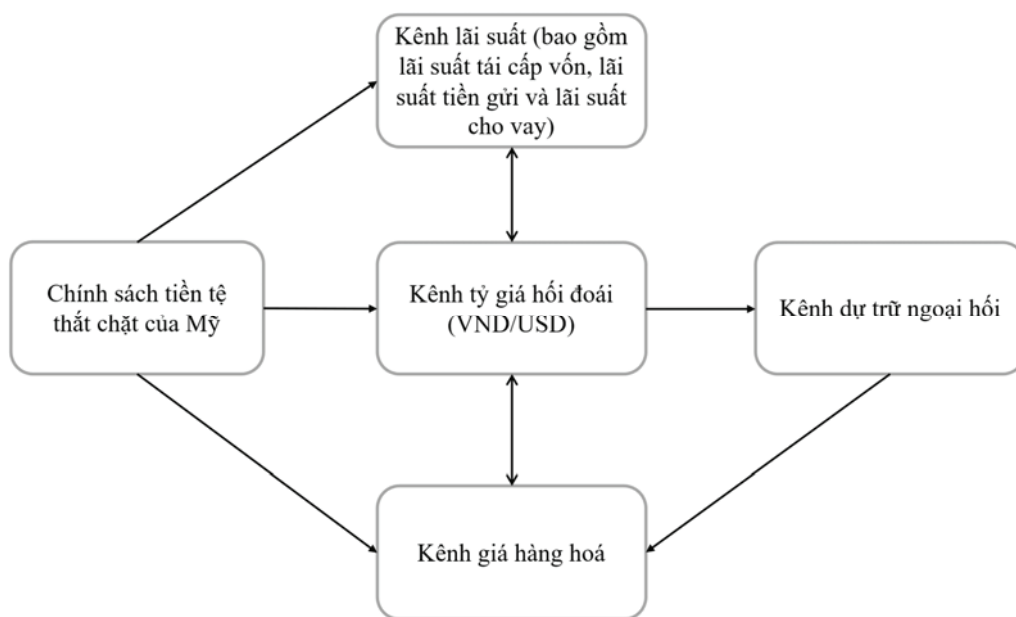
Edwards & Khan (1985) nêu lên vai trò của tác động lãi suất ở khu vực nước ngoài đến lãi suất thị trường trong nước. Khi lãi suất điều hành của một quốc gia phản ứng với sự thay đổi trong chính sách tiền tệ của Hoa Kỳ cũng làm thay đổi lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại, vì khi lãi suất điều hành tăng, chi phí vay vốn từ ngân hàng trung ương tăng, dẫn đến việc các ngân hàng thương mại phải điều chỉnh lãi suất tiền gửi và cho vay trên thị trường tiền tệ (Wang & Lee, 2009). Demir (2019) cho thấy chính sách tiền tệ thất bại Mỹ làm tăng lãi suất, sụt giảm mức giá chung và đô la tăng giá, tuy nhiên Lastauskas

& Nguyen (2024) lại cho thấy mức lãi suất tại nước ngoài có xu hướng giảm.

Tóm lại, chính sách tiền tệ thắt chặt của Mỹ ảnh hưởng đến lãi suất, tỷ giá và lạm phát tại các quốc gia khác, tuy nhiên mức độ tác động phụ thuộc vào đặc điểm từng quốc gia. Ở các nước mới nổi và đang phát triển, ngân hàng trung ương có thể chọn sử dụng dự trữ ngoại hối thay vì tăng lãi suất để ổn định tỷ giá, tránh ảnh hưởng tiêu cực đến đầu tư và tiêu dùng (Huertas, 2022). Việc điều chỉnh dự trữ ngoại hối cũng ảnh hưởng đến cung tiền và lạm phát trong nước (Steiner, 2017; Krušković, 2022). Các yếu tố như lãi suất, tỷ giá và lạm phát có mối quan hệ tác động lẫn nhau và đều bị chi phối bởi chính sách tiền tệ của Mỹ. Dựa trên lý thuyết và nghiên cứu thực tiễn, nhóm tác giả đề xuất khung phân tích cho nghiên cứu được thể hiện như sau:

Các nghiên cứu trong nước mặc dù đưa lãi suất Fed vào mô hình nhưng chưa có nghiên cứu nào phân tích sâu về tác động của nó đến các biến số trong nước. Nguyễn Phi Lâm (2014) dùng SVAR để nghiên cứu

Hình 2: Khung phân tích



về mối quan hệ giữa các biến số như sản lượng công nghiệp trong nước, chỉ số CPI, cung tiền M2 và lãi suất ngắn hạn 3 tháng VND cũng như các cú sốc từ 1 biến này đến các biến số còn lại, đồng thời nghiên cứu tác động của các biến số khu vực quốc tế, trong đó bao gồm lãi suất công bố của Fed tác động đến các biến trong nước, với dữ liệu nghiên cứu được thực hiện trong giai đoạn từ tháng 01/1998 đến 12/2009. Nguyễn Thị Ánh (2018) cũng sử dụng mô hình SVAR để nghiên cứu truyền dẫn chính sách tiền tệ tại Việt Nam với dữ liệu từ quý 01/1995 đến quý 4/2017, trong đó các yếu tố bên ngoài nền kinh tế (giá dầu và lãi suất Fed) được cho rằng ngày càng có tác động lớn đến nền kinh tế trong nước (sản lượng công nghiệp, lạm phát, cầu tiền, cung tiền, tỷ giá). Trần Ngọc Thơ & Nguyễn Hữu Tuấn (2013) sử dụng SVAR với dữ liệu 01/1998-05/2012 cho thấy rằng, sau WTO, các yếu tố như sản lượng, lạm phát, cầu tiền, lãi suất và tỷ giá nhạy cảm hơn đối với các yếu tố bên ngoài (giá dầu thế giới và lãi suất Fed).

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Dữ liệu của bài nghiên cứu là dữ liệu thứ cấp thu thập hằng tháng, gồm 288 quan sát, trong giai đoạn 01/2000-12/2023. Theo đó, chính sách tiền tệ Mỹ được đo lường bởi lãi suất Fed (*usir*), được lấy từ FRED. Đối với các biến số vĩ mô của Việt Nam được lấy từ Thống kê tài chính quốc tế IFS và Tổng cục Thống kê Việt Nam, bao gồm lãi suất tái cấp vốn đại diện cho chính sách tiền tệ của Việt Nam (*vnir*), lãi suất tiền gửi (*vndr*), lãi suất cho vay (*vnlr*), tỷ giá (*exr*), lạm phát (*inf*) và dự trữ ngoại hối (*fr*). Đơn vị tính của tất cả các chuỗi ở dạng phần trăm, theo đó chuỗi tỷ giá và dự trữ ngoại hối được tính bằng phần trăm thay đổi so với cùng kỳ năm trước. Giai đoạn nghiên cứu bao gồm những sự kiện lớn đối với kinh tế thế giới và cả Việt Nam, trong đó bao gồm giai đoạn Covid 19 vốn chưa được đưa vào những nghiên cứu trước đây.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng mô hình SVAR vì Việt Nam vẫn là một nền kinh tế nhỏ - mở, những quyết định về chính sách của Việt Nam sẽ không có tác động lên nền kinh tế Mỹ. Bernanke & Blinder (1992) sử dụng SVAR để phân tích tác động của lãi suất Fed đến sản lượng công nghiệp, tỷ lệ thất nghiệp và lạm phát. Trần Thị Xuân Hương & cộng sự (2014) nhận định SVAR được dùng rộng rãi vì có thể áp đặt ràng buộc quan hệ giữa các biến theo lý thuyết kinh tế, điều mà VAR không làm được.

Theo đó, mô hình SVAR(p) được định nghĩa như sau (Pfaff, 2008):

$$Ay_t = A_1^* y_{t-1} + \dots + A_p^* y_{t-p} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Trong đó:

A: ma trận (KxK) thể hiện mối quan hệ đồng thời giữa các biến.

y_t : vecto chứa các biến nghiên cứu.

A_i^* (i=1,...,p): ma trận đa thức trễ của các biến.

ε_t : ma trận sai số cấu trúc và được giả định là nhiễu trắng, $\varepsilon_t \sim iid(0, \sigma^2)$.

Để thực hiện hàm phản ứng xung và phân rã phương sai, ta cần phải sử dụng các cú sốc cơ cấu ε_t , vì vậy cần phải biến đổi hệ phương trình cấu trúc (2) thành hệ phương trình rút gọn (4) bằng cách nhân hai vế cho A^{-1} như trong hệ phương trình (3). Lúc này, các cú sốc cơ cấu ε_t sẽ được tính toán thông qua sai số dự báo u_t và ma trận A, với $u_t = A^{-1}\varepsilon_t$. Việc phân tích hàm phản ứng xung của các biến số vĩ mô trong nước trước cú sốc bên ngoài nền kinh tế được thực hiện thông qua tính đạo hàm riêng phần của các biến phụ thuộc trong mô hình theo cú sốc, theo đó cơ chế phân rã Choleski được sử dụng để áp đặt các ràng buộc lên ma trận A. Hệ phương trình rút gọn VAR được định nghĩa như sau:

$$y_t = A^{-1}A_1^* y_{t-1} + \dots + A^{-1}A_p^* y_{t-p} + A^{-1}\varepsilon_t \quad (3)$$

$$y_t = A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + u_t \quad (4)$$

Phân rã Choleski yêu cầu tất cả các phần tử nằm phía trên đường chéo chính của ma trận A bằng 0, và biến đứng sau chỉ chịu tác động từ cú sốc của các biến đứng trước mà không có chiều ngược lại. Theo đó, cấu trúc ma trận A biểu hiện mối quan hệ giữa các biến số trong mô hình được thể hiện như sau:

Ở phương trình đầu tiên, lãi suất và các biến số vĩ mô khác của Việt Nam không tác động đến lãi suất của Fed, do nền kinh tế Việt Nam có quy mô nhỏ. Ở ba phương trình kế tiếp, lãi suất Mỹ có tác động đến các mặt bằng lãi suất trong nước, đồng thời lãi suất tái cấp vốn quyết định đến mức lãi suất tiền gửi và cho vay của

$$\begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ a_{21} & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ a_{31} & a_{32} & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ a_{41} & a_{42} & a_{43} & 1 & 0 & 0 & 0 \\ a_{51} & a_{52} & a_{53} & a_{54} & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & a_{65} & 1 & 0 \\ a_{71} & a_{72} & a_{73} & a_{74} & a_{75} & a_{76} & 1 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} u_t^{usir} \\ u_t^{vnir} \\ u_t^{vndr} \\ u_t^{vnlr} \\ u_t^{exr} \\ u_t^{fr} \\ u_t^{inf} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \varepsilon_t^{usir} \\ \varepsilon_t^{vnir} \\ \varepsilon_t^{vndr} \\ \varepsilon_t^{vnlr} \\ \varepsilon_t^{exr} \\ \varepsilon_t^{fr} \\ \varepsilon_t^{inf} \end{bmatrix} \quad (5)$$

các ngân hàng thương mại. Ở phương trình thứ tư, bên cạnh lãi suất của Fed thì tỷ giá còn chịu sự tác động của các mặt bằng lãi suất trong nước. Theo Huertas (2022), một số ngân hàng trung ương thường sử dụng can thiệp ngoại hối để ổn định đồng tiền của mình trước cú sốc từ lãi suất Mỹ, vì vậy ở phương trình thứ năm, biến dự trữ ngoại hối được đưa vào để xem xét phản ứng đối với biến tỷ giá mà không chịu tác động của các biến còn lại. Ở phương trình cuối cùng, lạm phát chịu sự tác động từ lãi suất Fed, lãi suất trong nước và các biến số vĩ mô khác của Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

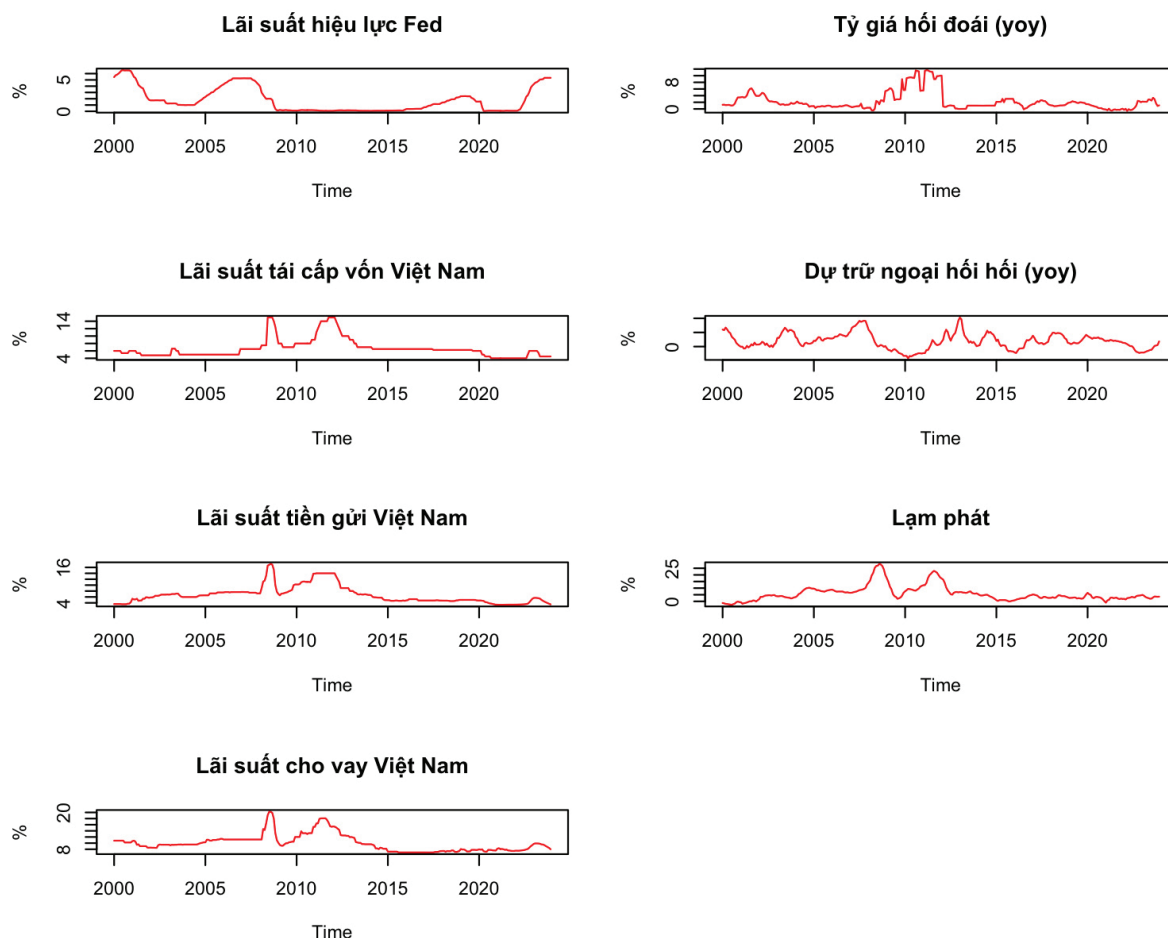
Hình 3 cho thấy, chuỗi lãi suất Fed biến động mạnh trong các khoảng thời gian 2000-2001, 2004-2009, 2015-2020 và 2021-2023. Đối với các chuỗi lãi suất, tỷ giá và lạm phát ở Việt Nam có xu hướng biến động

khá mạnh trong khoảng thời gian 2007-2009, 2010-2012 và 2022-2023. Có thể thấy về mặt trực quan, khi lãi suất Mỹ tăng sẽ làm cho các mặt bằng lãi suất ở Việt Nam có xu hướng tăng theo, từ đó gây nên những biến động trong tỷ giá và lạm phát.

4.2. Kết quả kiểm định

Các chuỗi dữ liệu vào mô hình SVAR đòi hỏi phải có tính dừng. Kết quả của Bảng 1 cho thấy các chuỗi gốc đều không có tính dừng đối với cả hai kiểm định ADF và KPSS, sau khi lấy sai phân một lần thì bảy chuỗi dữ liệu đều dừng.

Hình 3: Dữ liệu nghiên cứu



Tác giả lựa chọn độ trễ tối ưu cho mô hình VAR bằng các tiêu chuẩn như AIC, HQ, SC, FPE. Thông thường, các nhà nghiên cứu lựa chọn độ trễ tối đa là 6 nếu dữ liệu theo quý, trong bài nghiên cứu này do dữ liệu được thu thập theo tháng nên sẽ lựa chọn độ trễ tối đa là 10. Bảng 2 cho thấy, AIC và FPE cho ra kết quả độ trễ tối ưu là 5, HQ và SC cho ra kết quả là 1. Do dữ liệu được thu thập tương đối nhiều nên lựa chọn độ trễ là 5 để phần dư là nhiễu trắng.

Từ kết quả của ma trận A chú ý đến chuỗi lãi suất Mỹ có mối quan hệ dương đối với các chuỗi lãi suất (ngoại trừ lãi suất cho vay), tỷ giá và lạm phát ở Việt Nam. Ngoài ra, chuỗi dự trữ ngoại hối Việt Nam có mối quan hệ âm đối với chuỗi tỷ giá, có thể hàm ý rằng một sự tăng giá/mất giá của nội tệ dẫn đến việc mua vào/bán ra ngoại tệ từ dự trữ ngoại hối.

Các kiểm định hậu ước lượng được thực hiện nhằm xem xét độ phù hợp của mô hình. Kiểm định đầu tiên cho thấy hai giá trị p -value đều lớn hơn 5%, không thể bác bỏ giả thuyết H_0 rằng không có tự tương quan ở phần dư, ngụ ý độ trễ của mô hình là đủ và phần dư là nhiễu trắng. Kiểm định thứ hai với giả thuyết H_0 là phần dư có phương sai không đổi. Giá trị p -value > 5%, không thể bác bỏ H_0 , vì vậy phần dư có phương sai không đổi. Kiểm định thứ ba với giả thuyết H_0 là phần dư có phân phối chuẩn, vì p -value < 5% nên ta bác

Bảng 1: Kiểm tra tính dừng

Chuỗi gốc			Chuỗi sau khi lấy sai phân			Kết quả
Kí hiệu	t-statistic (ADF)	t-statistic (KPSS)	Kí hiệu	t-statistic (ADF)	t-statistic (KPSS)	
usir	-1,6515	1,0339	d_usir	-4,2293	0,4462	I(1)
vnir	-0,8242	0,6892	d_vnir	-6,2247	0,0495	I(1)
vndr	-0,8067	1,2189	d_vndr	-8,6198	0,0961	I(1)
vnlr	-0,5993	1,3523	d_vnlr	-8,5305	0,036	I(1)
exr	-2,0984	0,4509	d_exr	-4,1104	0,0418	I(1)
inf	-1,4727	0,7196	d_inf	-4,793	0,0637	I(1)
fr	-2,105	0,2366	d_fr	-5,5924	0,0374	I(1)

Bảng 2: Kết quả lựa chọn độ trễ tối ưu cho mô hình VAR

	1	2	3	4	5
AIC(n)	-6,243357755	-6,164026489	-6,144766842	-6,287181686	-6,582036347
HQ(n)	-5,912643568	-5,576090158	-5,299608366	-5,184801064	-5,222433580
SC(n)	-5,419122726	-4,698719772	-4,038388436	-3,539731591	-3,193514563
FPE(n)	0,001943631	0,002105662	0,002150437	0,001871133	0,001400685
	6	7	8	9	10
AIC(n)	-6,560024775	-6,509344938	-6,458731978	-6,392121607	-6,417352561
HQ(n)	-4,943199863	-4,635297881	-4,327462776	-4,003630259	-3,771639069
SC(n)	-2,530431302	-1,838679777	-1,146995128	-0,439313068	0,176527667
FPE(n)	0,001442997	0,001534406	0,001637265	0,001782481	0,001778637

Bảng 3: Kết quả ma trận A

	d_usir	d_vnir	d_vndr	d_vnlr	d_exr	d_fr	d_inf
d_usir	1	0	0	0	0	0	0
d_vnir	0,001766	1	0	0	0	0	0
d_vndr	0,008849	-0,32640	1	0	0	0	0
d_vnlr	-0,101873	-0,05937	-0,51237	1	0	0	0
d_exr	0,012946	-0,16281	-0,09387	0,08875	1	0	0
d_fr	0	0	0	0	-0,01076	1	0
d_inf	0,044159	0,09021	-0,12242	-0,22300	0,06208	-0,9	1

bỏ giả thuyết H_0 . Vì vậy phương pháp bootstrap sẽ được sử dụng để ước lượng được dải tin cậy trong hàm phản ứng xung. Kiểm định điểm gây cấu trúc cho thấy các giá trị của các chuỗi dữ liệu đều nằm trong phạm vi màu đỏ, cho thấy các chuỗi là ổn định theo thời gian. Kiểm định cuối cùng với giả thuyết H_0 là không có nhân quả Granger đi từ biến d_usir đến các biến còn lại trong mô hình, ta bác bỏ H_0 do p_value < 5%.

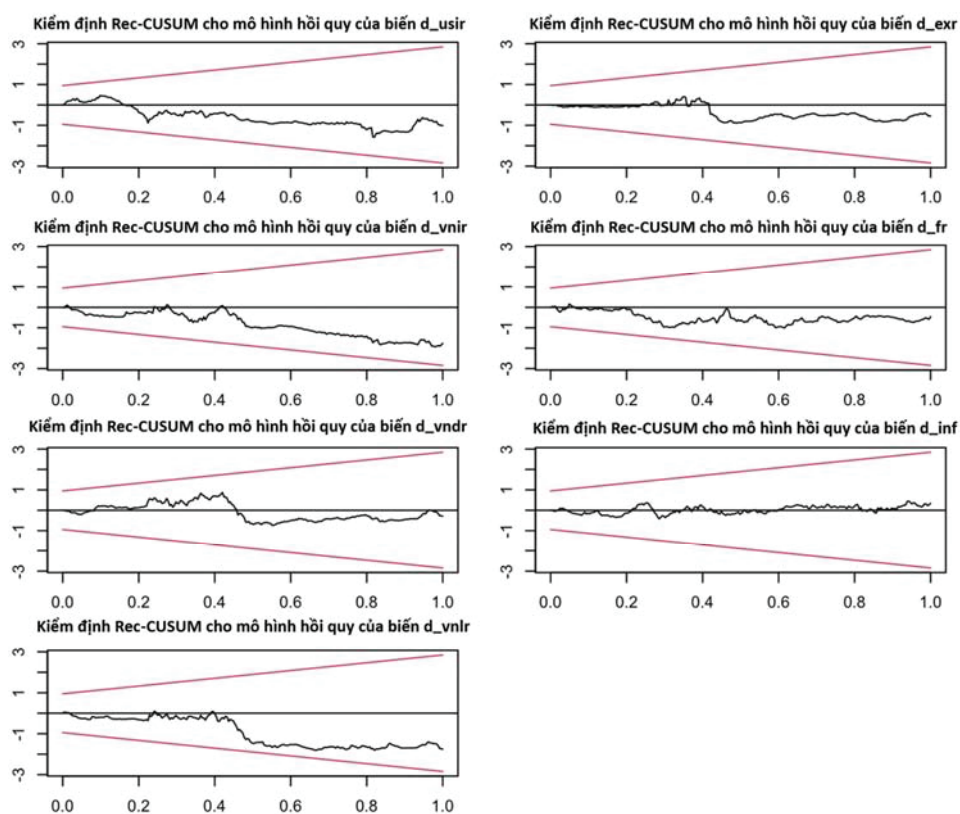
4.3. Kết quả mô hình SVAR

Trước cú sốc một đơn vị trong biến lãi suất Fed, lãi suất tái cấp vốn có xu hướng tăng trong ngắn hạn (4 tháng), đạt đỉnh ở kỳ thứ 4, giảm xuống ở kỳ thứ 5 và có ý nghĩa thống kê ở hai kỳ này, từ kỳ thứ 6 cú sốc này tan dần đi. Kết quả phù hợp với mô hình Mundell-Fleming cho rằng trước một sự thắt chặt trong chính

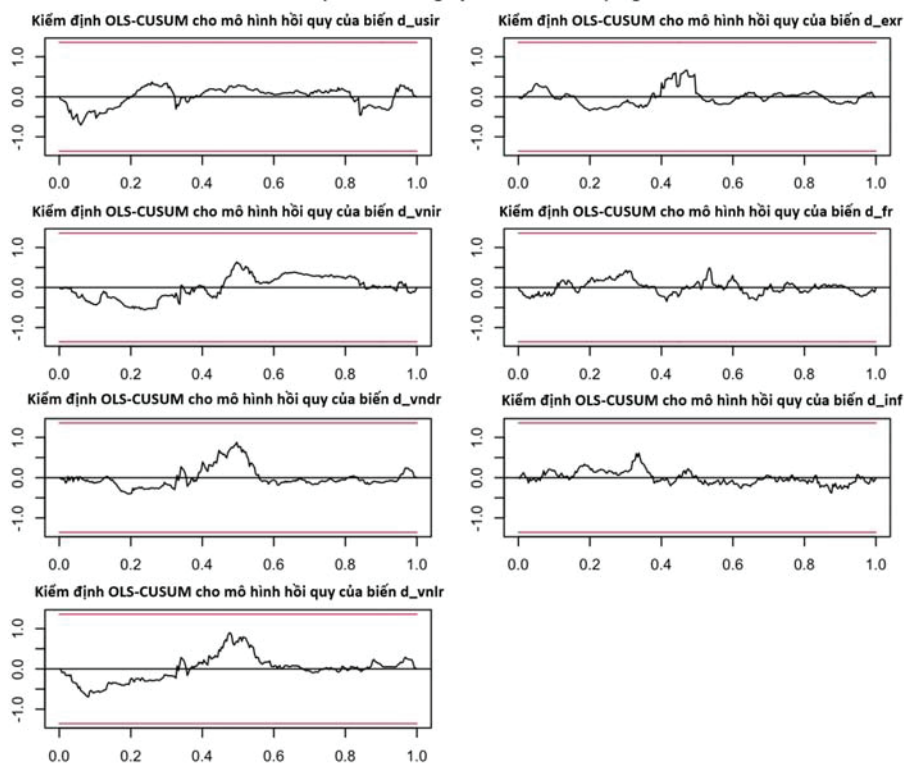
Bảng 4: Các kiểm định hậu ước lượng

Kiểm định	p_value
Kiểm định tự tương quan ở phần dư	0,07041
	0,4076
Kiểm định phương sai thay đổi	0,9641
Kiểm định phân phối chuẩn ở phần dư	< 2,2.10 ⁻¹⁶
Kiểm định nhân quả Granger	6,921.10 ⁻⁶

Hình 4: Kiểm định điểm gãy cấu trúc dạng Rec-Cusum



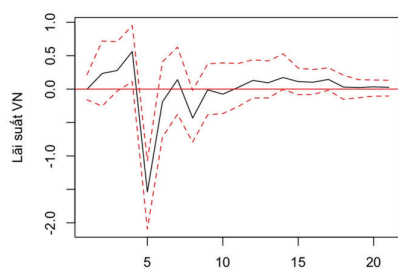
Hình 5: Kiểm định điểm gãy cấu trúc dạng OLS-Cusum



sách tiền tệ Mỹ sẽ làm cho lãi suất ở các quốc gia khác tăng lên, bất kể chế độ tỷ giá. Việc một quốc gia phản ứng bằng cách tăng lãi suất khi Mỹ thắt chặt tiền tệ đã được chứng minh qua nhiều nghiên cứu (Bluedorn & Bowdler, 2011; Demir, 2019). Theo Huertas (2022), đối với quốc gia có chế độ tỷ giá được quản lý thường

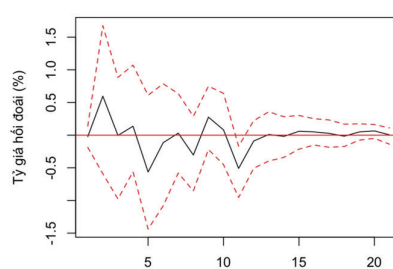
Hình 6: Hàm phản ứng xung

Phản ứng của chuỗi lãi suất tái cấp vốn trước một cú sốc trong chuỗi lãi suất Mỹ



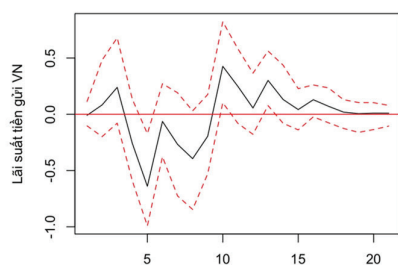
Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

Phản ứng chuỗi tỷ giá hối đoái trước một cú sốc trong chuỗi lãi suất Mỹ



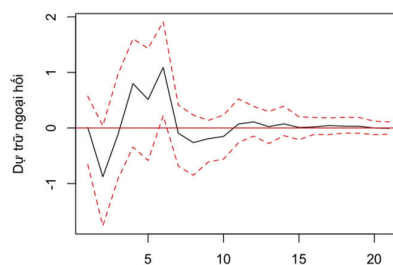
Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

Phản ứng chuỗi lãi suất tiền gửi trước một cú sốc trong chuỗi lãi suất Mỹ



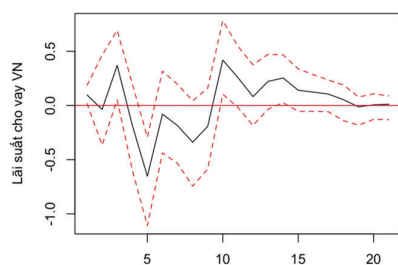
Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

Phản ứng chuỗi dự trữ ngoại hối trước một cú sốc trong chuỗi tỷ giá hối đoái



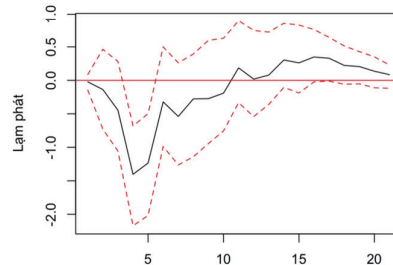
Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

Phản ứng chuỗi lãi suất cho vay trước một cú sốc trong chuỗi lãi suất Mỹ



Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

Phản ứng chuỗi lạm phát trước một cú sốc trong chuỗi lãi suất Mỹ



Khoảng tin cậy Bootstrap 95%, với 100 lần lặp

sẽ tăng lãi suất để hạn chế mất giá tiền tệ hoặc để thu hẹp chênh lệch lãi suất và ngăn chặn dòng vốn chảy ra. Việc cắt giảm đột ngột lãi suất ở kỳ thứ 5 trong khi Mỹ vẫn thắt chặt chính sách tiền tệ có thể xuất phát từ tác động hạn chế của tỷ giá đến lạm phát nên ngân hàng nhà nước có dư địa để giảm lãi suất, hoặc để kích thích chi tiêu dùng và chi đầu tư trong bối cảnh kinh tế suy yếu.

Trước một cú sốc trong lãi suất Fed, lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay có xu hướng tăng lên trong ngắn hạn (3 tháng), giảm xuống và đều có ý nghĩa thống kê ở kỳ thứ 5, bắt đầu từ kỳ thứ 10 cả hai chuỗi có xu hướng quay trở lại cân bằng. Ngoài ra, hai mức lãi suất này còn chịu chi phối bởi lãi suất chính sách của ngân hàng trung ương (Wang & Lee, 2009; Nguyễn Thị Phúc, 2017). Kết quả nghiên cứu trên phù hợp với kỳ vọng của lý thuyết và tương đồng với nghiên cứu của (Valente, 2009; Đào Thị Minh Huyền, 2017) cho rằng, khi Mỹ tăng lãi suất, các mặt bằng lãi suất cũng sẽ tăng lên, mức độ tăng còn tùy thuộc vào chế độ tỷ giá và độ mở cửa tài khoản vốn.

Trước một cú sốc trong lãi suất Fed, dải tin cậy của đường phản ứng luôn bao phủ vạch 0, hàm ý rằng cú sốc lãi suất Fed đến tỷ giá là không có ý nghĩa thống kê. Do Việt Nam theo cơ chế tỷ giá thả nổi có quản lý và tăng lãi suất trong 4 kỳ đầu tiên khi Mỹ thắt chặt tiền tệ, nên áp lực mất giá nội tệ được kiểm chế, tương

đồng với lý thuyết của bộ ba bất khả thi. Ngoài ra áp lực lên lãi suất điều hành của ngân hàng nhà nước khi Fed tăng lãi suất là có, nhưng không lớn so với các nước trong khu vực vì ba lý do sau: (i) Việt Nam kiểm soát chặt dòng vốn, đặc biệt là dòng vốn ra, nên tác động từ việc Fed tăng lãi suất nhỏ hơn so với Hàn Quốc, Thái Lan; (ii) quy mô dòng vốn FDI lớn hơn nhiều lần FII, ổn định hơn và ít đảo chiều; (iii) thặng dư cán cân vãng lai giúp ngân hàng nhà nước dự trữ ngoại hối để can thiệp khi nội tệ mất giá. Duy trì tỷ giá ổn định đòi hỏi giữ vững lòng tin công chúng vào khả năng điều hành của Chính phủ, tránh nguy cơ khủng hoảng do đầu cơ vào sự mất giá của nội tệ khi nền tảng vĩ mô suy yếu.

Do phản ứng tỷ giá không có ý nghĩa thống kê trước cú sốc lãi suất Fed, nghiên cứu xem xét vai trò của dự trữ ngoại hối. Kết quả cho thấy phản ứng của dự trữ không có ý nghĩa thống kê trước cú sốc tỷ giá, hàm ý rằng việc ổn định tỷ giá chủ yếu được thực hiện qua công cụ lãi suất và kiểm soát dòng vốn chặt chẽ cũng như từ nguồn cung ngoại tệ của thặng dư cán cân vãng lai, thay vì can thiệp bằng dự trữ ngoại hối.

Trước một cú sốc trong chính sách tiền tệ của Mỹ, lạm phát Việt Nam có xu hướng giảm trong 4 tháng, đạt đáy và có ý nghĩa thống kê ở kỳ thứ 4, bắt đầu từ kỳ thứ 5, lạm phát có xu hướng tăng lên và tác động này có xu hướng tan dần trong dài hạn. Nguyên nhân được cho là do lãi suất Việt Nam có xu hướng tăng lên trong 4 kỳ đầu tiên, đồng thời tỷ giá cũng không biến động quá mạnh, từ đó giúp kiềm chế được lạm phát. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu của Nguyễn Thị Ánh (2018), Lê Trung Nhân (2020) cho rằng trước một cú sốc trong chính sách tiền tệ Mỹ thất chặt sẽ có xu hướng làm giảm lạm phát.

Phân rã phương sai

Giai đoạn phân rã phương sai được thực hiện trong 10 kỳ và cho biết các nhân tố đóng góp bao nhiêu phần trăm trong biến động lên phương sai của từng chuỗi theo thời gian. Phân rã phương sai biến lãi suất tái cấp vốn, lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay cho thấy bắt đầu từ kỳ thứ 5, ba chuỗi này nhạy cảm hơn với cú sốc từ bên ngoài, tác động từ cú sốc Fed lần lượt chiếm khoảng 63%, 25% và 26% trong mức biến động của chuỗi. Phân rã phương sai biến tỷ giá cho thấy chuỗi chịu tác động phần lớn bởi cú sốc của chính nó, và tác động này là giảm dần theo thời gian, bắt đầu từ kỳ thứ 5 cú sốc từ lãi suất Fed đóng góp nhiều hơn vào biến động của chuỗi, với mức tác động chiếm khoảng 31%. Cú sốc trong tỷ giá chỉ giải thích rất nhỏ những biến động trong dự trữ ngoại hối. Theo đó, cú sốc này có tác động đến dự trữ bắt đầu từ kỳ thứ 2 (8%), và ảnh hưởng này chiếm khoảng 3%-6% trong 8 kỳ tiếp theo. Phân rã phương sai lạm phát cho thấy bắt đầu từ kỳ thứ 4 cú sốc trong lãi suất Fed đóng vai trò quan trọng trong giải thích biến động của chuỗi, với mức tác động tích lũy chiếm khoảng 36%.

5. Kết luận và kiến

5.1. Kết luận

Các mặt bằng lãi suất ở Việt Nam có xu hướng tăng lên trong 4 kỳ đầu tiên và giảm xuống ở kỳ thứ 5 trước cú sốc thắt chặt chính sách tiền tệ của Mỹ. Việt Nam theo đuổi một cơ chế tỷ giá thả nổi có quản lý, cộng với việc lãi suất có xu hướng tăng giúp phần nào ổn định được tỷ giá, vì vậy tác động của một cú sốc thắt chặt tiền tệ Mỹ đối với tỷ giá ở Việt Nam là không có ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, phản ứng của yếu tố lạm phát trước một cú sốc tăng lên trong lãi suất Fed có xu hướng giảm trong 4 kỳ đầu tiên, phần nào được giải thích bởi chính sách tiền tệ thắt chặt của Việt Nam và việc theo đuổi chính sách tỷ giá ổn định, giúp giảm áp lực lên lạm phát trong nước.

5.2. Kiến nghị

Giảm áp lực lạm phát thông qua điều hành lãi suất và tỷ giá

Lạm phát giảm trong ngắn hạn khi lãi suất Mỹ tăng, do ba lý do nêu trên nên tỷ giá không phản ứng quá mạnh trước việc Fed tăng lãi suất. Hiệu ứng truyền dẫn của tỷ giá vào lạm phát (khi Fed tăng lãi suất) sẽ nhỏ. Do vậy, lạm phát của Việt Nam sẽ ổn định hơn, so với các quốc gia trong khu vực, khi Fed tăng lãi suất. Sau đó lạm phát bắt đầu tăng trở lại từ kỳ thứ 5. Điều này nhấn mạnh vai trò quan trọng của việc phối hợp điều hành chính sách tiền tệ và chính sách tỷ giá để kiềm chế lạm phát. Khi lạm phát có xu hướng giảm trong ngắn hạn nhờ tăng lãi suất và ổn định tỷ giá, cần đảm bảo không giảm lãi suất quá nhanh sau giai đoạn đầu để tránh áp lực lạm phát quay trở lại trong trung và dài hạn.

Điều hành lãi suất linh hoạt theo chu kỳ

Trước cú sốc lãi suất Fed, thắt chặt lãi suất ban đầu là cần thiết để hạn chế tác động đến tỷ giá và ngăn cản dòng vốn tháo chạy. Sau đó, việc giảm lãi suất ở kỳ thứ 5 là khả thi do hai điều kiện được đáp ứng: (i) Lạm

phát được kiểm soát (thể hiện qua xu hướng giảm của lạm phát trong 4 tháng đầu, sau đó đạt đáy ở kỳ thứ 4); và (ii) nội tệ không mất giá mạnh (thể hiện qua phản ứng của tỷ giá là không có ý nghĩa thống kê). Để đảm bảo hiệu quả của việc nới lỏng chính sách tiền tệ, phản ánh qua sự điều chỉnh của lãi suất tiền gửi và cho vay (có xu hướng giảm và có ý nghĩa thống kê ở kỳ thứ 5), ngân hàng nhà nước cần tập trung vào các giải pháp chuyển đổi giảm lãi suất thành cầu tín dụng thông qua việc gỡ bỏ các rào cản tiếp cận vốn, kết hợp với các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, cải thiện môi trường kinh doanh và niềm tin của người tiêu dùng.

Cần phối hợp đồng bộ giữa các công cụ chính sách (lãi suất, tỷ giá và dự trữ ngoại hối)

Phản ứng của tỷ giá là không có ý nghĩa thống kê trước cú sốc từ lãi suất Fed, có thể được giải thích bởi chính sách tiền tệ thắt chặt của Việt Nam trong giai đoạn đầu. Điều này chứng minh hiệu quả của việc sử dụng công cụ lãi suất để hỗ trợ ổn định tỷ giá. Ngoài ra, khi hai công cụ lãi suất và tỷ giá được điều hành đồng bộ đã góp phần kiểm soát được lạm phát. Bên cạnh đó, dự trữ ngoại hối có thể hỗ trợ cho chính sách tiền tệ nếu tỷ giá biến động quá mạnh.

Ghi chú:

¹ Hiệu ứng Fisher: $i = r + \pi^e$ (với i là lãi suất danh nghĩa, r là lãi suất thực và π^e là sự thay đổi trong lạm phát)

² Ngang bằng sức mua (PPP) là đúng trong dài hạn $\rightarrow \varepsilon = \frac{e \cdot P^*}{P} = 1 \rightarrow e = \frac{P}{P^*} \rightarrow \% \Delta e = \% \Delta P - \% \Delta P^*$ (ε là tỷ giá thực, e là tỷ giá danh nghĩa, P và P^* lần lượt là lạm phát ở trong nước và nước ngoài).

Tài liệu tham khảo

- Bernanke, Ben S. & Blinder, Alan S. (1992), 'The Federal Funds Rate and the Channels of Monetary Transmission', *The American Economic Review*, 82(4), 901-921.
- Bluedorn, John C. & Bowdler, C. (2011), 'The open economy consequences of US monetary policy', *Journal of International Money and Finance*, 30 (2), 309-336.
- Boivin, J., Kiley, Michale T. & Miskin, Frederic S. (2010), 'Chapter 3: How Has the Monetary Transmission Mechanism Evolved Over Time?', in *Handbook of Monetary Economics*, Elsevier, 369-422.
- Đào Thị Minh Huyền (2017), 'Phân tích tác động từ việc công bố chính sách tiền tệ của Mỹ đến cấu trúc kỳ hạn của lãi suất tại Việt Nam', Luận văn thạc sỹ kinh tế, Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Demir, I. (2019), 'International Spillovers of U.S. Monetary Policy. Lincoln Economics and Finance Research Group (LEAF)', Working Paper No 19-02, from: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/193968/1/InterMonSpillovers_2019_LEAFWP_1902.pdf
- Edwards, S. & Khan, Mohsin S. (1985), 'Interest Rate Determination in Developing Countries: A Conceptual Framework', IMF Staff papers, 32 (3), 377-403.
- Fischer, S. (2015), *The Transmission of Exchange Rate Changes to Output and Inflation. Monetary Policy Implementation and Transmission in the Post-Crisis Period*, Board of Governors of the Federal Reserve System, November 12th.
- Georgiadis, G. (2016), 'Determinants of global spillovers from US monetary policy', *Journal of International Money and Finance*, 67, 41-61.
- Giuliano, F. & Luttini, E. (2019), 'Import prices and invoice currency: evidence from Chile', BIS Working Paper No 784, from: <https://www.bis.org/publ/work784.pdf>.
- Goldfajn, I. & Werlang, Sergio L. (2000), 'The Pass-Through from Depreciation to Inflation: A Panel Study', Banco Central de Brasil Working Paper No 5, DOI: 10.2139/ssrn.224277.
- Ha, J., Stocker, Marc M. & Yilmazkuday, H. (2020), 'Inflation and exchange rate pass-through', *Journal of International Money and Finance*, 105, 102187.
- He, W. (2023), 'The Influence of Federal Reserves Interest Rates Hike Cycle on Transnational Corporations', *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 45 (1), 274-282.
- Huertas, G. (2022), 'Why Follow the Fed? Monetary Policy in Times of U.S. Tightening', IMF, 2022 (243).
- Ilzetzki, E. & Jin, K. (2021), 'The puzzling change in the international transmission of U.S. macroeconomic policy shocks', *Journal of International Economics*, 130, 103444.
- Krušković, B. D. (2022), 'Central Bank Intervention in the Inflation Targeting', *Journal of Central Banking Theory*

and Practice, 11(1), 67-85.

- Lastauskas, P. & Anh, N. M. Đ. (2024), 'Spillover effects of US monetary policy on emerging markets amidst uncertainty', *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 92, 101956.
- Lê Thị Tuấn Nghĩa & Chu Khánh Lâm (2014), 'Nghiên cứu tác động của lãi suất tới tỷ giá theo mô hình giá cứng Dornbusch', *Kinh tế và Phát triển*, 200, 46-56.
- Lê Trung Nhân (2020), 'Nghiên cứu cơ chế truyền dẫn của chính sách tiền tệ Việt Nam trước và sau khủng hoảng tài chính năm 2008', Luận văn thạc sỹ kinh tế, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Mishkin, F. S. (2008), *Exchange Rate Pass-Through and Monetary Policy*, National Bureau of Economic Research Working Paper, No 13889, DOI: 10.3386/w13889.
- Nguyễn Phi Lâm (2014), *Cơ chế truyền dẫn chính sách tiền tệ dưới góc độ phân tích định lượng. Được truy lục từ Ngân hàng nhà nước Việt Nam*, <https://www.sbv.gov.vn/webcenter/contentattachfile/ideplg?dDocName=SBV281442&filename=283210.doc>
- Nguyễn Thị Ánh (2018), 'Truyền dẫn chính sách tiền tệ tại Việt Nam - nghiên cứu thực nghiệm bằng mô hình SVAR', Luận văn Thạc sỹ, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Thị Phúc (2017), 'Mức độ truyền dẫn lãi suất chính sách đến lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay tại các ngân hàng thương mại Việt Nam', Luận văn Thạc sỹ, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Pfaff, B. (2008), *Multivariate Analysis of Stationary Time Series*, in *Analysis of Integrated and Cointegrated Time Series with R*, Springer, 43-44.
- Rittenberg, L. (2007), 'Investment spending and interest rate policy: The case of financial liberalisation in Turkey', *The Journal of Development Studies*, 27 (2), 151-167.
- Steiner, A. (2017), 'Central banks and macroeconomic policy choices: Relaxing the trilemma', *Journal of Banking & Finance*, 77, 283-299.
- Trần Ngọc Thor & Nguyễn Hữu Tuấn (2013), 'Cơ chế truyền dẫn chính sách tiền tệ ở Việt Nam tiếp cận theo mô hình SVAR', *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, 10 (20), 8-16.
- Trần Thị Xuân Hương, Võ Xuân Vinh & Nguyễn Phúc Cảnh (2014), 'Truyền dẫn của chính sách tiền tệ: Một số mô hình kiểm định phù hợp', *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, 16 (26), 41-46.
- Valente, G. (2009), 'International interest rates and US monetary policy announcements: Evidence from Hong Kong and Singapore', *Journal of International Money and Finance*, 28 (6), 920-940.
- Wang, K.M. & Lee, Y.M. (2009), 'Market volatility and retail interest rate pass-through', *Economic Modelling*, 26 (6), 1270-1282.

***Tác giả liên hệ: Ngô An – Email: anngo.31211022712@st.ueh.edu.vn**

TÁC ĐỘNG KHÔNG ĐỒNG NHẤT CỦA ĐA DẠNG HÓA KINH TẾ ĐẾN CHẤT LƯỢNG MÔI TRƯỜNG Ở VIỆT NAM

Bùi Hoàng Ngọc

Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

Email: ngocbh@huit.edu.vn

Nguyễn Huỳnh Mai Trâm*

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

Email: tramnhm.20ae@ou.edu.vn

Nguyễn Minh Hà

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

Email: hanm@ou.edu.vn

Mã bài: JED-2071

Ngày nhận bài: 30/10/2024

Ngày nhận bài sửa: 28/02/2025

Ngày duyệt đăng: 03/06/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2071

Tóm tắt

Các quốc gia đang phát triển như Việt Nam luôn phải đối mặt với mục tiêu kép là thúc đẩy tăng trưởng kinh tế gắn liền với bảo vệ môi trường. Nghiên cứu này được thực hiện để kiểm định tác động của ba dạng đa dạng hóa kinh tế gồm: đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính, và đa dạng hóa cơ hội đến chất lượng môi trường ở Việt Nam giai đoạn 1986 đến 2022. Bằng việc áp dụng phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất, và công cụ phân tích Wavelet, bài viết đã chỉ ra những tác động không đồng nhất của đa dạng hóa kinh tế đến nguy cơ suy thoái chất lượng môi trường ở các miền thời gian và miền tần số khác nhau. Dựa trên kết quả thực nghiệm, bài viết khuyến nghị các cơ quan quản lý Nhà nước và doanh nghiệp cần nghiên cứu sâu sắc hơn từng dạng đa dạng hóa kinh tế để đạt được mục tiêu phát triển bền vững cho Việt Nam.

Từ khóa: Chất lượng môi trường, đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính, đa dạng hóa cơ hội, Việt Nam.

Mã JEL: C22; O13; Q01; Q28; Q32.

The heterogenous impact of economic diversification on environmental quality in Vietnam

Abstract

Developing nations like Vietnam continually navigate the dual challenge of fostering economic growth while safeguarding environmental quality. This study investigates the effects of three distinct forms of economic diversification - structural, financial, and opportunity diversification - on environmental quality in Vietnam from 1986 to 2022. Utilizing least squares estimation and Wavelet analysis, the study reveals the varied impacts of economic diversification on environmental quality degradation risk across different temporal and frequency domains. The findings suggest that to advance Vietnam's sustainable development goals, policymakers and businesses should conduct in-depth analyses of each type of economic diversification.

Keywords: Environmental quality, financial diversification, opportunity diversification, structural diversification, Vietnam.

JEL code: C22; O13; Q01; Q28; Q32.

1. Giới thiệu

Phát triển kinh tế gắn liền với bảo vệ môi trường chưa bao giờ là bài toán đơn giản với chính phủ của các quốc gia trên thế giới. Nhiều giải pháp và hàm ý chính sách đã được đề xuất như: tăng cường trồng thêm cây xanh (Bùi Hoàng Ngọc, & Bùi Vũ Quỳnh Anh, 2024), đổi mới công nghệ (Tram & Ngọc, 2024; Zhang & cộng sự, 2024), sử dụng năng lượng tái tạo, khuyến khích kinh tế tuần hoàn (Cao & cộng sự, 2024). Tuy nhiên, yếu tố đa dạng hóa các hoạt động kinh tế dường như chưa được coi trọng đúng mức. Trong kinh doanh, đa dạng hóa có thể được hiểu là những hoạt động mang tính chiến lược của doanh nghiệp nhằm làm phong phú thêm các kết quả đầu ra, và có khả năng đối phó với các rủi ro (Thành & cộng sự, 2018). Xét ở góc độ của một nền kinh tế thì đa dạng hóa (economic diversification) là “quá trình chuyển nền kinh tế từ một nguồn thu nhập duy nhất sang nhiều nguồn từ nhiều lĩnh vực và thị trường khác nhau” (Lieu & Ngọc, 2023). Đa dạng hóa vốn là con dao hai lưỡi bởi nó có thể gia tăng hiệu quả nếu được vận dụng phù hợp, nhưng cũng có thể phá hủy nếu không được kiểm soát hoặc thiếu lộ trình rõ ràng (Van de Walle, 2023). Đơn cử, Sohag & cộng sự (2024) khẳng định chính nhờ sự đa dạng hóa mà các vùng kinh tế của Nga bớt lệ thuộc vào khai thác tài nguyên thiên nhiên dưới dạng thô, và ít gây ra các ảnh hưởng tới chất lượng môi trường. Nhưng Bijay & Craswell (2021) lưu ý rằng sự đa dạng trong sản xuất nông nghiệp cần xem xét một cách thận trọng. Việc mở rộng thêm nhiều cây trồng, vật nuôi đòi hỏi phải áp dụng các công nghệ thay thế, mà đôi khi các công nghệ thay thế này gây ra các vấn đề cho chất lượng môi trường nhiều hơn công nghệ cũ.

Mặc dù đã nhận thức được tác hại của ô nhiễm môi trường, nhưng chất lượng môi trường của Việt Nam vẫn đang gia tăng. Cụ thể, theo số liệu của cơ quan năng lượng thế giới, năm 2022 Việt Nam phát thải ra môi trường 344 triệu tấn CO_2 , tính bình quân là 2,3 tấn CO_2 /người/năm. Ô nhiễm môi trường gây ra những hậu quả cả trong ngắn hạn và dài hạn. Trong khi đó, đa dạng hóa kinh tế vẫn cần thêm nhiều sự đột phá. Cụ thể, về đa dạng cơ cấu thì theo số liệu của Tổng cục thống kê, cơ cấu ngành nghề của Việt Nam năm 2022 như sau: Nông lâm nghiệp thủy sản (11,88%), công nghiệp xây dựng (38,26%), thương mại dịch vụ (41,33%), thuế sản phẩm (8,53%). Về đa dạng hóa tài chính, theo số liệu của Quỹ tiền tệ thế giới, chỉ số phát triển tài chính của Việt Nam năm 2022 mới chỉ đạt 0,38 trên 1 điểm là tối đa. Tương tự, chỉ số toàn cầu hóa do Viện nghiên cứu kinh tế Thụy Sĩ công bố thì Việt Nam chỉ đạt 64,47 trên 100 điểm tối đa. Những số liệu trên cho thấy, tình hình ô nhiễm môi trường ngày càng trầm trọng, trong khi Việt Nam lại thiếu vốn và công nghệ cho các dự án cải thiện môi trường. Vì thế, việc đòi hỏi phải có ngay một nền sản xuất xanh và sạch là thiếu tính thực tế đối với kinh tế Việt Nam ở thời điểm hiện tại. Nghiên cứu tiến hành xem xét tác động của đa dạng hóa kinh tế đến chất lượng môi trường ở Việt Nam trong giai đoạn 1986-2022. So với các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này còn có một số đóng góp như sau:

Thứ nhất, trong những nghiên cứu trước khái niệm đa dạng hóa kinh tế thường được sử dụng theo đơn hướng. Tức là chỉ dùng đa dạng hóa sản phẩm, hoặc đa dạng hóa xuất khẩu để đại diện cho đa dạng hóa kinh tế. Nghiên cứu này cho rằng cách tiếp cận đó chưa hoàn thiện do mới chỉ tập trung vào yếu tố đầu ra, mà bỏ qua các yếu tố đầu vào. Do vậy, chúng tôi tập trung khám phá tác động của ba dạng đa dạng hóa gồm: đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính và đa dạng hóa cơ hội đến chất lượng môi trường. Đơn cử, đa dạng hóa cơ cấu là việc điều chỉnh tỉ trọng đóng góp của các ngành nghề trong nền kinh tế. Mặc dù vẫn gây ô nhiễm môi trường, nhưng nếu nền kinh tế chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng của khu vực thương mại dịch vụ thì tốc độ tăng trưởng các loại ô nhiễm có thể giảm xuống, so với việc tăng tỉ trọng khu vực công nghiệp - xây dựng. Tương tự, tác động của đa dạng hóa tài chính và đa dạng hóa cơ hội đến chất lượng môi trường sẽ được trình bày rõ hơn ở phần cơ sở lý thuyết. Rõ ràng, việc tiếp cận trên cả góc độ đầu ra và đầu vào giúp cung cấp góc nhìn hoàn thiện hơn về ảnh hưởng tích cực lẫn tiêu cực của đa dạng hóa.

Đóng góp quan trọng thứ hai của nghiên cứu này là chỉ ra được cấu trúc giữa các cặp biến số. Các phương pháp kinh tế lượng truyền thống như phương pháp bình phương nhỏ nhất, phương pháp tự hồi quy phân phối trễ tuyến tính, v.v... thường chỉ cung cấp một hệ số ước lượng duy nhất, và được giả định là chính xác cho cả giai đoạn từ năm A đến năm B (Hung, 2022). Tức là các phương pháp này không cho phép hoán đổi cấu trúc hay vai trò của từng biến số trong mô hình, và cũng không thể trả lời được câu hỏi là biến độc lập X_1 tác động mạnh, hay yếu theo từng giai đoạn, hay trên toàn miền thời gian đến biến phụ thuộc Y . Để khắc phục hạn chế này, chúng tôi dựa theo nghiên cứu của Torrence & Webster (1999), phân chia sự dao động của các biến số theo các miền thời gian và miền tần số khác nhau, kết hợp cùng với phương pháp của Bloomfield & cộng sự (2004) để xác định cấu trúc của các cặp biến số trên một không gian với các miền thời gian và

tần số cụ thể (time-frequency space). Tính ưu việt của phương pháp phân tích Wavelet này, sẽ được trình bày chi tiết ở phần 3. Ngoài ra, việc so sánh tác động của ba loại đa dạng hóa kinh tế, cũng cung cấp minh chứng thực nghiệm giúp các cơ quan quản lý lựa chọn loại đa dạng hóa kinh tế nào nên được ưu tiên, trong bối cảnh Việt Nam còn có nhiều hạn chế về nguồn lực.

2. Tổng quan nghiên cứu

Giả thuyết đường cong môi trường Kuznets (environmental Kuznets curve - EKC) cung cấp nền tảng lý thuyết để hiểu rõ cách các giai đoạn tăng trưởng kinh tế và quá trình đa dạng hóa ảnh hưởng đến chất lượng môi trường, với một quỹ đạo được đề xuất có dạng hình chữ U ngược. Lindmark (2002) đã chia đường cong EKC thành ba giai đoạn: (1) Giai đoạn tiền công nghiệp, (2) giai đoạn công nghiệp hoá, và (3) giai đoạn hậu công nghiệp. Ở giai đoạn đầu phát triển, nền kinh tế thường dựa vào các ngành công nghiệp chính như khai khoáng và khai thác gỗ, và gây ô nhiễm đáng kể. Khi tăng trưởng kinh tế tiếp diễn, các quốc gia bắt đầu đa dạng hóa sang các ngành sản xuất và công nghiệp, mở rộng sang những lĩnh vực mới. Điều này dẫn đến căng thẳng về môi trường trong ngắn hạn vì các hoạt động công nghiệp đòi hỏi nhiều nguyên liệu thô và năng lượng. Tuy nhiên, khi đạt được mức thu nhập cao hơn, nền kinh tế có xu hướng chuyển dịch sang các ngành dịch vụ và công nghệ cao với tác động thấp hơn đến môi trường. Giai đoạn này đi kèm với các quy định môi trường nghiêm ngặt hơn, và cả khu vực công lẫn tư nhân đều bắt đầu đầu tư vào công nghệ sạch hơn. Grossman (1995) cho rằng, tác động của tăng trưởng kinh tế đến chất lượng môi trường thông qua 3 kiểu hiệu ứng. Hiệu ứng quy mô, tức là nền kinh tế càng mở rộng quy mô sản xuất thì mức độ ô nhiễm môi trường càng lớn. Hiệu ứng cơ cấu, tức là nền kinh tế chuyển dịch sang thương mại và dịch vụ thì sẽ ít ô nhiễm môi trường hơn so với chuyển dịch sang công nghiệp - xây dựng. Cuối cùng là hiệu ứng kỹ thuật, tức là các doanh nghiệp sử dụng càng nhiều công nghệ tiên tiến thì ít tiêu hao nhiên liệu, giảm lãng phí, do đó thân thiện hơn với môi trường.

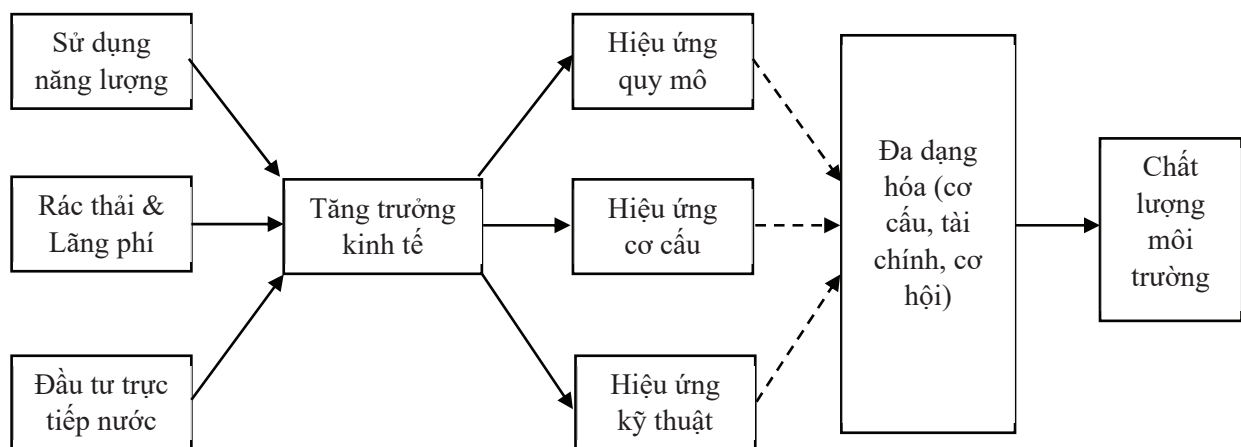
Sự đa dạng hóa kinh tế được xem xét dưới ba góc độ chính: đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính và đa dạng hóa cơ hội. Đa dạng hóa cơ cấu, còn được gọi là chuyển đổi cơ cấu hoặc đa dạng hóa ngành, đề cập đến quá trình chuyển hoạt động kinh tế và việc làm từ các ngành truyền thống sang các ngành mới và mới nổi trong nền kinh tế, cụ thể từ nông nghiệp sang sản xuất và dịch vụ (Fu & cộng sự, 2021). Đa dạng hóa cơ cấu ảnh hưởng đến chất lượng môi trường thông qua quy mô sản xuất, cơ cấu công nghiệp, cơ cấu đầu vào sản xuất và trình độ công nghệ. Yilanci và Pata (2020) đã trình bày rằng đa dạng hóa cơ cấu có ảnh hưởng ngày càng lớn đến các loại tài nguyên thiên nhiên phải sử dụng, nên không giải quyết được hiệu quả tình trạng suy thoái môi trường ở Trung Quốc. Bằng việc áp dụng phương pháp hồi quy phân vị, Lee & cộng sự (2022) đã chứng minh rằng đa dạng hóa cơ cấu làm xấu đi chất lượng môi trường trong hầu hết các khoảng phân vị. Trong khi đó, Chu (2021) đã chỉ ra sự hiện diện của mối quan hệ hình chữ U ngược, giữa đa dạng hóa cơ cấu và lượng khí thải CO₂ ở 118 quốc gia trên thế giới trong khoảng thời gian 2002-2014.

Đa dạng hóa tài chính đề cập đến việc phân bổ vốn đầu tư trên nhiều loại tài sản, lĩnh vực hoặc khu vực địa lý để giảm thiểu rủi ro phi hệ thống và nâng cao hiệu quả danh mục đầu tư của một quốc gia. Chỉ số phát triển tài chính thể hiện sức mạnh và sự tinh vi của hệ thống tài chính trong nước của một quốc gia (Kar & cộng sự, 2011). Một mặt, phát triển tài chính có thể giảm bớt áp lực tài chính trong lĩnh vực năng lượng, giảm hạn chế tài chính cho đầu tư bảo vệ môi trường, thúc đẩy phát triển và ứng dụng các công nghệ tái tạo và các công nghệ khác, có thể giảm tiêu thụ năng lượng và giảm thiểu phát thải ô nhiễm một cách hiệu quả, do đó cũng giảm thiểu dấu chân sinh thái. Mặt khác, mở rộng tín dụng giúp giảm bớt những hạn chế về tài chính, do đó góp phần mở rộng quy mô sản lượng kinh tế và tăng tiêu thụ năng lượng, làm trầm trọng thêm căng thẳng sinh thái (Godil & cộng sự, 2020).

Ngoài ra, một yếu tố quan trọng của đa dạng hóa kinh tế là đa dạng hóa cơ hội, tức việc mở rộng và tạo ra các cơ hội kinh tế và xã hội đa dạng trong các ngành và lĩnh vực khác nhau. Trong nghiên cứu này, đại diện cho đa dạng hóa cơ hội là toàn cầu hóa, liên quan đến dòng hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ và thông tin trên quy mô toàn cầu. Sự đa dạng hóa cơ hội cho phép các quốc gia mở rộng thị trường và thu hút đầu tư nước ngoài, dẫn đến tăng sản xuất, xuất khẩu và tăng trưởng kinh tế (Arif & cộng sự, 2022). Tuy nhiên, sự đa dạng hóa này cũng tạo ra các cơ hội việc làm mới và giảm sự phụ thuộc vào một ngành hoặc lĩnh vực riêng lẻ, nâng cao triển vọng việc làm tổng thể. Đồng thời, nó cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi ý tưởng, kiến thức và đổi mới xuyên biên giới. Lv và Xu (2018) đã kết luận rằng toàn cầu hóa kinh tế có lợi cho việc cải thiện chất lượng môi trường trong cả ngắn hạn và dài hạn từ 1971 đến 2012. Về lâu dài, mức

tăng 1% trong toàn cầu hóa kinh tế sẽ làm giảm lượng khí thải CO₂ xuống -0,11%. Các quốc gia có mức độ hội nhập kinh tế cao hơn với nền kinh tế toàn cầu có xu hướng thể hiện mức phát thải CO₂ thấp hơn. Tuy nhiên, ở bối cảnh Hoa Kỳ, Usman & cộng sự (2020) lại chỉ ra rằng có một mối liên hệ đáng kể và tích cực giữa toàn cầu hóa và dấu chân sinh thái. Tốc độ toàn cầu hóa cứ tăng 1% thì dấu chân sinh thái tăng 3,36%. Điều này cho thấy rằng khi một quốc gia tăng cường kết nối toàn cầu, dấu chân sinh thái của quốc gia đó sẽ mở rộng, cuối cùng dẫn đến sự suy giảm chất lượng môi trường theo thời gian. Đối với trường hợp của Thổ Nhĩ Kỳ, Kirikkaleli & cộng sự (2021) đã sử dụng phương pháp điều chỉnh kép và nhận định rằng không có bất kỳ tác động đáng kể nào của toàn cầu hóa đối với dấu chân sinh thái trong thời gian ngắn nhưng về lâu dài, tác động dương được ghi nhận. Không giống các nghiên cứu khác, kết quả của Xue & cộng sự (2021) thể hiện rằng toàn cầu hóa cho thấy mối quan hệ tiêu cực với CO₂ và N₂O (oxit nitơ), nhưng lại làm tăng dấu chân sinh thái ở các nước Nam Á từ năm 1991 đến năm 2018. Tổng kết những lý thuyết kinh tế và nghiên cứu thực nghiệm trước đây, cơ chế truyền dẫn tác động của ba kiểu đa dạng hóa kinh tế đến chất lượng môi trường có thể được tổng kết như tại Hình 1.

Hình 1. Cơ chế truyền dẫn tác động của tăng trưởng kinh tế đến chất lượng môi trường



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả.

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình và nguồn dữ liệu

Mục đích của nghiên cứu này là khám phá 3 dạng đa dạng hóa kinh tế gồm đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính và đa dạng hóa cơ hội đến chất lượng môi trường ở Việt Nam nên mô hình nghiên cứu tổng quan được đề xuất dưới dạng hàm số như sau: $EF_t = f(ECI_t, FD_t, GLOB_t)$. Trong đó, EF đại diện cho chất lượng môi trường, được đo lường bằng chỉ số dấu chân sinh thái do Global Network Footprint công bố với đơn vị gha/người. Còn ECI (chỉ số phức hợp kinh tế - đơn vị: điểm số) minh họa cho đa dạng hóa cơ cấu được thu thập từ Tổ chức trực quan hóa dữ liệu. Một quốc gia có chỉ số ECI cao, phản ánh tăng trưởng kinh tế của quốc gia đó ít lệ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên, đồng thời có khả năng chuyển đổi linh hoạt các ngành nghề, các sản phẩm trong nền kinh tế do những ưu thế vượt trội về khoa học kỹ thuật và công nghệ sản xuất. Tương tự, FD phản ánh đa dạng hóa tài chính (đơn vị: điểm số), dữ liệu được thu thập từ Quỹ tiền tệ thế giới. Cuối cùng, việc mở rộng hợp tác, tham gia sâu vào kinh tế khu vực và thế giới sẽ giúp các quốc gia tiếp cận được với các công nghệ sản xuất mới, thân thiện với môi trường. Do đó, bài viết sử dụng chỉ số KOF Globalization index (đơn vị: điểm số) do Viện Kinh tế Thụy Sĩ tính toán và công bố để đại diện cho sự đa dạng hóa về cơ hội (biến GLOB). Dữ liệu được thu thập theo năm cho bối cảnh kinh tế Việt Nam, trong khoảng thời gian từ 1986 đến 2022.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

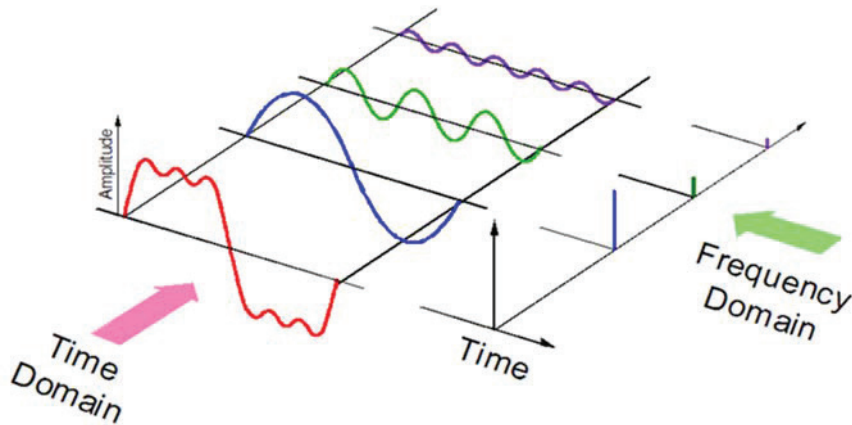
Bài viết ứng dụng bộ công cụ phân tích Wavelet để khám phá tác động của từng dạng đa dạng hóa với chất lượng môi trường theo các miền thời gian và miền tần số khác nhau. Công cụ Wavelet được giới thiệu lần đầu tiên bởi Goupillaud & cộng sự (1984), theo đó sự biến thiên của một chuỗi dữ liệu thời gian $x(t)$ có thể được phân rã (decomposition) thành hai thành phần: theo thời gian (time domain) và theo tần số (frequency

domain) (xem Hình 2) bằng công thức:

$$W_x(s) = \int_{-\infty}^{\infty} x(t) \frac{1}{\sqrt{s}} \psi^* \left(\frac{t}{s} \right) dt \quad (\text{Công thức 1})$$

Trong đó, s được gọi là các bước sóng (scale), còn $\psi \left(\frac{t}{s} \right)$ là hàm phức hợp (complex conjugate) biểu diễn giá trị thực tại thời điểm t của chuỗi $x(t)$ theo bước sóng s . Nói cách khác, phép biến đổi này phân rã sự biến thiên của một chuỗi dữ liệu theo thời gian thành đồ thị dạng sóng (giống dạng sóng hình sin). Các bước sóng được chia thành 2, 4, 8, 16, 32... theo quy luật bước sau bằng hai lần bước trước. Bước sóng (tức là giá trị của s trong công thức 1) càng nhỏ được gọi là miền tần số thấp (low frequency), tương ứng nếu giá trị của s càng cao thì được gọi là miền tần số cao (high frequency). Xét trong bối cảnh của nghiên cứu này, do dữ liệu được thu thập theo năm, nên bước sóng $s = 2$ được hiểu là sự biến thiên của dữ liệu được phân rã theo 2 năm/lần, và cách hiểu tương tự với các bước sóng cao hơn. Nếu so sánh với phương pháp tự hồi quy phân phối trễ tuyến tính ARDL, thì việc phân tích tác động của biến X_1 lên biến Y ở các bước sóng nhỏ ($s = 2, 4$) có thể được hiểu là phân tích tác động trong ngắn hạn. Còn phân tích ở bước sóng cao ($s = 8, 16, 32$) là những phân tích tác động trong dài hạn.

Hình 2. Minh hoạ chiều thời gian (time domain) và chiều tần số (frequency domain)



Nguồn: Nhóm tác giả.

Như vậy, tại cùng một thời điểm thì hai chuỗi dữ liệu $x(t)$ và $y(t)$ sẽ cùng dao động. Để “chụp ảnh” được sự đồng dao động (co-movement) tại từng vị trí, đồng thời chỉ ra được sự liên kết giữa 2 chuỗi dữ liệu $x(t)$ và $y(t)$, Torrence và Webster (1999) ứng dụng cách quang phổ màu sắc của ngành vật lý và đề xuất công thức xác định hệ số tương quan như sau:

$$R_n^2(u, s) = \frac{\left| S \left(s^{-1} W_n^{xy}(u, s) \right) \right|^2}{S \left(s^{-1} |W_x(u, s)|^2 \right) S \left(s^{-1} |W_y(u, s)|^2 \right)} \quad (\text{Công thức 2})$$

Trong đó, u là vị trí (location), S được gọi là tham số phẳng (smoothing parameter) phản ánh khoảng cách thực tế của chuỗi $x(t)$ với chuỗi $y(t)$ tại vị trí u và bước sóng s . Giá trị của hệ số tương quan $R_{(u,s)}^2$ càng gần 1 thì hàm ý tương quan giữa chuỗi $x(t)$ và chuỗi $y(t)$ càng mạnh, càng tiến về 0 thì tương quan yếu. Nếu biểu diễn bằng quang phổ màu thì màu xanh dương biểu diễn cho tương quan yếu, càng tiến về màu vàng đậm thì tương quan càng mạnh.

Tuy nhiên do công thức tính hệ số tương quan của Torrence và Webster (1999) được tính dưới dạng bình phương, nên sau đó Bloomfield & cộng sự (2004) đề xuất công thức để xác định mối quan hệ nhân quả giữa 2 chuỗi dữ liệu $x(t)$ và $y(t)$, đồng thời xác định cấu trúc của các biến số, như sau:

$$\phi_{xy} = \tan^{-1} \left(\frac{\Im \{ S(s^{-1} W_{xy}(u, s)) \}}{\Re \{ S(s^{-1} W_{xy}(u, s)) \}} \right) \quad (\text{Công thức 3})$$

trong đó, $\Im$ và $\Re$ là hình ảnh được biểu diễn dưới dạng 2 chiều, và 3 chiều khi phân rã sự biến thiên

thực tế của chuỗi $x(t)$ với chuỗi $y(t)$ tại vị trí u và bước sóng s . Nếu tại vị trí u và bước sóng s , cả chuỗi $x(t)$ và chuỗi $y(t)$ cùng tăng hoặc cùng giảm, người ta gọi là dao động đồng pha (in phase). Nếu một chuỗi tăng, và một chuỗi giảm, người ta gọi là dao động ngược pha (anti-phase). Cấu trúc của một cặp biến số trong phép phân tích Wavelet được biểu hiện bằng hình mũi tên. Theo đó, nếu mũi tên chỉ sang phải và hướng lên ($\nearrow$), hoặc sang trái và hướng xuống ($\swarrow$) thì biến số đứng trước (trong việc thiết lập thông số ban đầu của người nghiên cứu) được gọi là biến dẫn đường (leading variable), còn biến số đứng sau được gọi là biến theo sau (lagging variable). Ngược lại, nếu mũi tên chỉ sang trái và hướng lên ($\nwarrow$), hoặc sang phải và hướng xuống ($\searrow$) thì biến đứng sau sẽ đóng vai trò là biến dẫn đường, còn biến đứng trước lại đóng vai trò là biến theo sau. Có thể diễn giải đơn giản hơn, đó là trong khoảng thời gian từ A đến B, biến dẫn đường là biến số sẽ dao động sớm hơn, rồi tác động lên biến dao động chậm (tức là biến theo sau). Như vậy, đóng góp quan trọng của công cụ phân tích Wavelet là nó cho phép một biến số có thể hoán đổi tự do từ biến độc lập sang biến phụ thuộc theo từng vị trí và từng bước sóng, đồng thời nó cũng chỉ ra được mức độ tương quan tại từng vị trí cụ thể đó.

4. Kết quả thực nghiệm và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Cùng với sự cải thiện thu nhập bình quân đầu người, kinh tế Việt Nam cũng không thể nằm ngoài quy luật đánh đổi chất lượng môi trường lấy tăng trưởng kinh tế. Theo số liệu của mạng lưới dấu chân sinh thái toàn cầu, nhu cầu về tài sản sinh thái bình quân đầu người của Việt Nam năm 1986 chỉ là 0,668 gha/người/năm đã tăng lên mức 2,43 gha/người/năm vào năm 2022, hàm ý rằng nguy cơ suy giảm chất lượng môi trường ngày càng rõ nét. Còn theo báo cáo của Tổ chức trực quan hóa dữ liệu, năm 2022 mức độ phức hợp kinh tế trong thương mại (trade complexity) của Việt Nam đạt 0,36 điểm, xếp hạng 45/133 có công bố về dữ liệu. Dựa trên thang điểm từ 0 đến 1, thì năm 2022 Việt Nam mới đạt mức đa dạng hóa tài chính là 0,38 điểm. Ở khía cạnh đa dạng hóa cơ hội, kinh tế Việt Nam được xem là hình mẫu về hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Đến năm 2023, Việt Nam có tham gia vào các hiệp định kinh tế với 61 quốc gia trên thế giới, có 128 quốc gia và vùng kinh tế có các hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam. Bảng 1 sẽ cung cấp rõ hơn thông tin chi tiết của các biến số.

Bảng 1. Thống kê mô tả

Đại lượng thống kê	EF	ECI	FD	GLOB
Giá trị trung bình	1,269	-0,705	0,291	0,468
Giá trị trung vị	1,118	-0,767	0,341	0,454
Độ lệch chuẩn	0,608	0,305	0,138	0,132
Giá trị lớn nhất	2,432	-0,111	0,457	0,646
Giá trị nhỏ nhất	0,595	-1,159	0,151	0,251

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Nếu hệ số tương quan giữa các biến số bằng 1 hoặc -1 thì quan hệ giữa các biến số là qua hệ tuyến tính. Do vậy, để kiểm định khả năng xay ra tương quan chặt giữa các biến số, bài viết tính toán các hệ số tương quan, và kết quả được thể hiện trong Bảng 2. Theo đó, tất cả các biến đều có tương quan dương với nhau, mức độ tương quan là yếu và trung bình, ngoại trừ cặp biến EF và GLOB có tương quan mạnh. Kết quả này cho thấy mô hình đề xuất của bài viết là phù hợp (Nelson & Plosser, 1982).

Bảng 2. Ma trận hệ số tương quan

	EF	FD	ECI	GLOB
EF	1			
FD	0,621	1		
ECI	0,121	0,472	1	
GLOB	0,944	0,796	0,319	1

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

4.2. Kết quả thực nghiệm

Để cung cấp góc nhìn tổng quan về tác động của từng loại đa dạng hóa đến chất lượng môi trường ở Việt

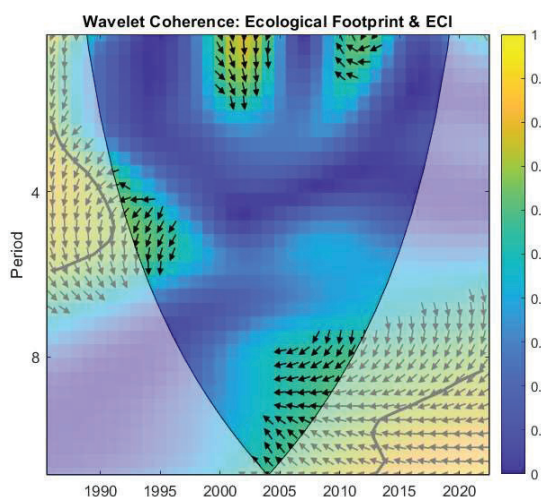
nam trên toàn bộ dữ liệu, bài viết ứng dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất và kết quả được minh họa trong Bảng 3. Theo kết quả trong Bảng 3, đa dạng hóa cơ cấu ($\beta = -0,266$, p-value = 0,004) và đa dạng hóa tài chính ($\beta = -1,219$, p-value = 0,000) đều làm giảm nguy cơ gây suy thoái chất lượng môi trường, trong khi đa dạng hóa cơ hội làm tăng nhu cầu về tài sản sinh thái và tiềm ẩn những tác động tiêu cực đến chất lượng môi trường ($\beta = 0,055$, p-value = 0,000).

Bảng 3. Kết quả ước lượng bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất

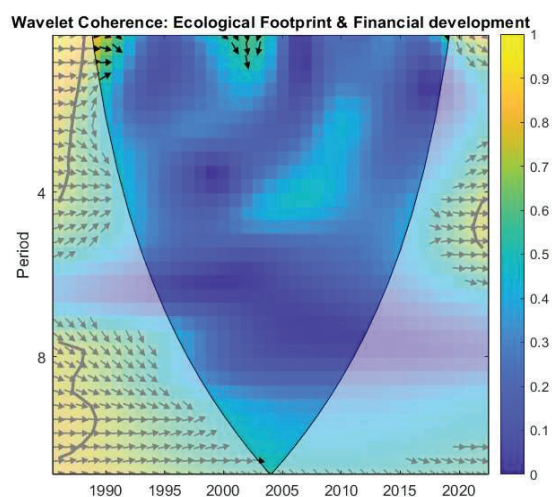
Tên biến	Hệ số β	Sai số	Thống kê t	p-value
ECI	-0,266	0,087	-3,060	0,004
FD	-1,219	0,300	-4,062	0,000
GLOB	0,055	0,003	18,99	0,000
Hệ số chặn	-1,162	0,120	-9,661	0,000
Giá trị R-square				0,95

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

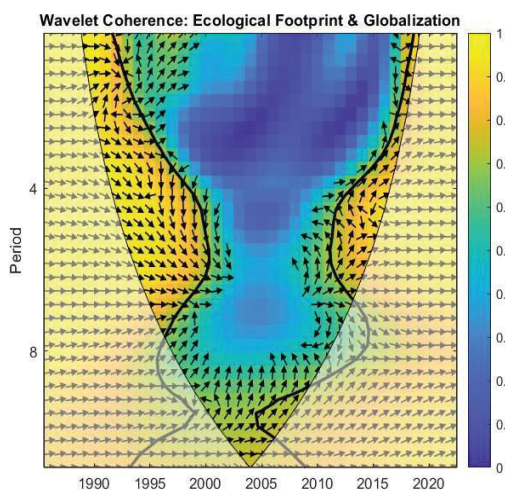
Hình 3a. Kết quả Wavelet coherence cho cặp biến EF & ECI



Hình 3b. Kết quả Wavelet coherence cho cặp biến EF & FD



Hình 3c. Kết quả Wavelet coherence cho cặp biến EF & GLOB



Ghi chú: Phổ màu thay đổi từ xanh đậm (tương quan yếu) đến vàng đậm (tương quan mạnh). Trục tung biểu hiện cho miền tần số, trục hoành biểu thị cho miền thời gian.

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Các kết luận về mối quan hệ giữa đa dạng hóa cơ cấu, đa dạng hóa tài chính và chất lượng môi trường được đồng thuận bởi Lv & Li (2021) và Pata (2021), nhưng lại trái ngược với Ngoc & Tram (2024). Đối với tác động của đa dạng hóa cơ hội đến môi trường, kết quả bài báo được ghi nhận tương tự với Aziz & cộng sự (2024) và Deng & cộng sự (2022). Như đã đề cập trong phần phương pháp nghiên cứu, kết quả ước lượng từ phương pháp bình phương nhỏ nhất không chỉ ra được trong khoảng thời gian từ 1986 đến 2022 thì mối quan hệ giữa các cặp biến số là mạnh hay yếu trong từng thời kỳ cụ thể, hay trên toàn bộ thời kỳ đó. Do vậy, bước tiếp theo bài viết ứng dụng công cụ phân tích Wavelet để làm sáng tỏ mối quan tâm này.

Kết quả trong Hình 3a cho thấy, ở các miền tần số thấp (từ 0 đến 4) mối quan hệ giữa EF và ECI là yếu (màu xanh đậm). Các mũi tên chủ yếu chỉ sang trái và hướng xuống biểu thị mối quan hệ nhân quả giữa EF và ECI là ngược chiều, đồng thời biến EF (biến đứng trước) đóng vai trò là biến dẫn đường, còn ECI (biến đứng sau) đóng vai trò là biến theo sau. Tất cả những tín hiệu này hàm ý rằng trong ngắn hạn việc tăng cường đa dạng hóa cơ cấu có thể giúp Việt Nam giảm nguy cơ suy thoái chất lượng môi trường. Nhưng cũng cho thấy Việt Nam cần giảm nhu cầu về tài sản sinh thái trước khi sự đa dạng hóa cơ cấu thực sự phát huy tác dụng. Tương tự trong trung hạn (tần số từ 4 đến 8 năm), hình 3a chỉ ra mối quan hệ giữa EF và ECI chỉ thực sự mạnh trong giai đoạn từ 1986 đến 1997, sau đó yếu dần trong giai đoạn 1998 đến 2022. Cuối cùng trong dài hạn (tần số lớn hơn 8 năm) thì tương quan giữa đa dạng hóa cơ cấu và chất lượng môi trường diễn ra mạnh trong giai đoạn 2005 đến hiện nay. Các mũi tên trong giai đoạn này cũng chủ yếu là chỉ sang trái và hướng xuống, chứng tỏ rằng biến EF vẫn đóng vai trò là biến dẫn đường còn biến ECI vẫn đóng vai trò là biến theo sau.

Tương tự, Hình 3b cho thấy mối quan hệ giữa đa dạng hóa tài chính với chất lượng môi trường ở Việt Nam chỉ diễn ra mạnh trong giai đoạn từ 1986 đến 2004, và sau năm 2018 cho đến nay. Phân tích chi tiết hơn, tương quan giữa biến EF và FD trong toàn miền thời gian là tương quan trung bình (màu xanh nhạt). Các mũi tên chỉ sang phải, và hướng xuống, hàm ý rằng quan hệ nhân quả giữa đa dạng hóa tài chính và chất lượng môi trường là tương quan cùng chiều. Tức là việc gia tăng đa dạng tài chính có thể đem đến kết cục bất lợi cho chất lượng môi trường ở Việt Nam. Trong mối quan hệ này, biến FD đóng vai trò là biến dẫn đường, tức là sự thay đổi của đa dạng hóa tài chính sẽ dẫn tới những thay đổi trong khai thác sử dụng tài nguyên thiên nhiên, và gây áp lực lên vấn đề chất lượng môi trường ở Việt Nam.

Cuối cùng, Hình 3c cho thấy tương quan giữa đa dạng hóa cơ hội và chất lượng môi trường là mạnh và trên hầu hết các miền thời gian. Cụ thể hơn, trong ngắn hạn chỉ có một giai đoạn duy nhất là từ năm 2000 đến 2015 là có tương quan trung bình (màu xanh nhạt), còn lại là tương quan mạnh (màu vàng đậm). Trong trung hạn và dài hạn, sự dao động đồng pha này càng rõ nét (biểu thị bằng màu vàng đậm ở các tần số từ 4 năm trở lên). Phần mũi tên bên ngoài hình nón, chủ yếu là chỉ sang phải và hướng lên, hàm ý rằng mối quan hệ nhân quả giữa đa dạng hóa cơ hội và nguy cơ ô nhiễm môi trường là cùng chiều, và biến EF đóng vai trò là biến dẫn đường. Tuy nhiên, các mũi tên bên trong hình nón có hiện tượng xoay vòng, hàm ý rằng trong giai đoạn từ 1995 đến 2015, mối quan hệ giữa đa dạng hóa cơ hội và chất lượng môi trường là mối quan hệ tuần hoàn. Tức là sự gia tăng khai thác tài nguyên thiên nhiên để phục vụ sản xuất hay xuất khẩu sẽ giúp Việt Nam hội nhập tốt hơn với kinh tế khu vực và thế giới. Và khi sự hội nhập trở nên lớn hơn thì quay lại càng kích thích xuất khẩu và khai thác tự nhiên.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Các quốc gia đang phát triển như Việt Nam luôn phải đối mặt với mục tiêu kép là thúc đẩy tăng trưởng kinh tế gắn liền với bảo vệ môi trường. Việc khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên thiên nhiên, để hạn chế các tác động tiêu cực đến chất lượng môi trường không chỉ thể hiện trách nhiệm với thế hệ hiện tại, mà còn là “món quà” cho thế hệ tương lai. Tác động của đa dạng hóa kinh tế đến chất lượng môi trường vẫn còn nhiều tranh luận và mỗi quốc gia đều có các đặc điểm khác nhau. Thông qua phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất, và công cụ phân tích Wavelet cho bối cảnh kinh tế Việt Nam từ 1986 đến 2022, nghiên cứu này rút ra được một số kết luận như sau:

- Đa dạng hóa cơ cấu làm giảm nguy cơ suy thoái chất lượng môi trường. Tuy nhiên, điều này chỉ diễn ra ở trong dài hạn, và mạnh lên trong giai đoạn từ 2005 đến hiện nay.
- Đa dạng hóa tài chính có tương quan cùng chiều với nguy cơ ô nhiễm môi trường, nhưng sự tương quan này yếu.

- Đa dạng hóa cơ hội ảnh hưởng mạnh tới chất lượng môi trường ở Việt Nam. Việc gia tăng đa dạng cơ hội có thể gây ra hiệu ứng tuần hoàn, hoặc không hỗ trợ cho việc giảm nguy cơ suy thoái môi trường.

Từ các phát hiện trên, bài viết xin lưu ý khi vận dụng kết quả này vào thực tế bối cảnh kinh tế của Việt Nam như sau:

Thứ nhất, để giảm thiểu nguy cơ suy thoái môi trường trong dài hạn, chính phủ nên khuyến khích và hỗ trợ các ngành kinh tế xanh, ít phát thải và thân thiện với môi trường. Việc này đặc biệt cần thiết khi quá trình đa dạng hóa cơ cấu hiện nay vẫn chưa đạt hiệu quả môi trường tối ưu.

Thứ hai, khi tác động của đa dạng hóa tài chính đến ô nhiễm môi trường hiện tại còn yếu, vẫn cần có các chính sách giám sát chặt chẽ và quy định về đầu tư vào các lĩnh vực có nguy cơ cao về môi trường, nhằm phòng tránh gia tăng ô nhiễm.

Thứ ba, các chính phủ cần ưu tiên các chính sách toàn cầu hóa bền vững, tập trung vào việc thu hút các cơ hội kinh tế thân thiện với môi trường. Điều này bao gồm việc kiểm soát các hoạt động đầu tư và hợp tác quốc tế có nguy cơ gây ô nhiễm, đồng thời khuyến khích chuyển giao công nghệ xanh và các dự án phát triển bền vững.

Mặc dù kết luận của nghiên cứu này đã rõ ràng, nhưng nó vẫn có những hạn chế nhất định. Thứ nhất, cách giải thích kết quả từ phương pháp Wavelet khác với các phương pháp kinh tế lượng truyền thống, nên nhóm tác giả chưa thể so sánh hoặc thảo luận với các nghiên cứu trước đây áp dụng cho kinh tế Việt Nam về cùng chủ đề này. Thứ hai, ngoài đa dạng hóa kinh tế còn một số yếu tố khác có thể tác động đến chất lượng môi trường như: Tính nghiêm ngặt của các quy định pháp luật về môi trường, thuế môi trường v.v...chưa được đưa vào phân tích trong nghiên cứu này. Nhóm tác giả thừa nhận những hạn chế này, đồng thời cũng là gợi mở cho các nghiên cứu trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

- Aziz, G., Sarwar, S., Waheed, R., & Khan, M. S. (2024). The significance of renewable energy, globalization, and agriculture on sustainable economic growth and green environment: Metaphorically, a two-sided blade. *Natural Resources Forum*, 48(3), 763-783.
- Bijay, S., & Craswell, E. (2021). Fertilizers and nitrate pollution of surface and ground water: an increasingly pervasive global problem. *SN Applied Sciences*, 3, 518.
- Bloomfield, D. S., McAteer, R. T. J., Lites, B. W., Judge, P. G., Mathioudakis, M., & Keenan, F. P. (2004). Wavelet Phase Coherence Analysis: Application to a Quiet-Sun Magnetic Element. *The Astrophysical Journal*, 617(1), 623-632.
- Bùi Hoàng Ngọc & Bùi Vũ Quỳnh Anh. (2024). Nghiên cứu sự đánh đổi giữa hạnh phúc của người dân và dấu chân sinh thái ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị Kinh doanh*, 19(9), 65-78.
- Cao, Y. K., Cai, J. X. N., & Liu, X. Y. (2024). Advancing toward a sustainable future: assessing the impact of energy transition, circular economy, and international trade on carbon footprint. *Economic Change and Restructuring*, 57(2), 26.
- Deng, Q. S., Alvarado, R., Cuesta, L., Tillaguango, B., Murshed, M., Rehman, A., & López-Sánchez, M. (2022). Asymmetric impacts of foreign direct investment inflows, financial development, and social globalization on environmental pollution. *Economic Analysis and Policy*, 76, 236-251.
- Godil, D. I., Sharif, A., Rafique, S., & Jermisittiparsert, K. (2020). The asymmetric effect of tourism, financial development, and globalization on ecological footprint in Turkey. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(32), 40109-40120.
- Goupillaud, P., Grossmann, A., & Morlet, J. (1984). Cycle-octave and related transforms in seismic signal analysis. *Geoexploration*, 23(1), 85-102.

-
- Grossman, G. M. (1995). Pollution and growth: What do we know? In I. Goldin & L. A. Winters (Eds.), *The economics of sustainable development* (pp. 19–46). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511751905.003>.
- Hung, N. T. (2022). Time–frequency nexus between globalization, financial development, natural resources and carbon emissions in Vietnam. *Economic Change and Restructuring*, 55, 2293–2315.
- Lieu, P. T., & Ngoc, B. H. (2023). The relationship between economic diversification and carbon emissions in developing countries. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 21–28.
- Lindmark, M. (2002). An EKC-pattern in historical perspective: carbon dioxide emissions, technology, fuel prices and growth in Sweden 1870–1997. *Ecological Economics*, 42(1), 333–347.
- Lv, Z., & Li, S. (2021). How financial development affects CO₂ emissions: A spatial econometric analysis. *Journal of Environmental Management*, 277, 111397.
- Nelson, C. R., & Plosser, C. I. (1982). Trends and random walks in macroeconomic time series. *Journal of Monetary Economics*, 10(2), 139–162.
- Ngoc, B. H., & Tram, N. H. M. (2024). Spillover impacts of financial development and globalization on environmental quality in ASEAN countries. *Heliyon*, 10(9), e30149.
- Pata, U. K. (2021). Renewable and non-renewable energy consumption, economic complexity, CO₂ emissions, and ecological footprint in the USA: testing the EKC hypothesis with a structural break. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(1), 846–861.
- Sohag, K., Vasilyeva, R., Voytenkov, V., & Hammoudeh, S. (2024). Natural resource extraction and economic diversification in Russian regions: Application of dynamic DID. *Energy Economics*, 136, 107759.
- Torrence, C., & Webster, P. J. (1999). Interdecadal Changes in the ENSO–Monsoon System. *Journal of Climate*, 12(8), 2679–2690.
- Tram, N. H. M., & Ngoc, B. H. (2024). Environmental Foe or Friend: The Impact of Intellectual Capital and Ambidextrous Innovation on Environmental Performance. *SAGE Open*, 14(2), 1–17.
- Van de Walle, N. (2023). Economic Diversification in Nigeria: The Politics of Building a Post-Oil Economy. *Foreign Affairs*, 102(1), 209–209.
- Vũ Hữu Thành, Nguyễn Minh Hà, & Nguyễn Minh Kiều. (2018). Đa dạng hóa kinh doanh, hiệu quả và rủi ro. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị Kinh doanh*, 13(1), 20–37.
- Zhang, H. W., Khan, K. A., Eweade, B. S., & Adebayo, T. S. (2024). Role of eco-innovation and financial globalization on ecological quality in China: A wavelet analysis. *Energy & Environment*, 10.1177/0958305x241228518.

***Tác giả liên hệ: Nguyễn Huỳnh Mai Trâm - Email: tramnhm.20ae@ou.edu.vn**

TÁC ĐỘNG BẤT ĐỐI XỨNG CỦA LÃI SUẤT ĐẾN NỢ XẤU TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM: TIẾP CẬN HỒI QUY PHÂN VỊ

Nguyễn Thị Liên

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: lientkt@neu.edu.vn

Bùi Quốc Hoàn*

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: buiquochoan@neu.edu.vn

Mã bài báo: JED-2378

Ngày nhận: 27/03/2025

Ngày nhận bản sửa: 04/04/2025

Ngày duyệt đăng: 30/05/2025

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.2378

Tóm tắt:

Bài viết nghiên cứu vai trò của lãi suất đối với tỷ lệ nợ xấu tại ngân hàng thương mại ở Việt Nam, tập trung vào tính phi tuyến và ngưỡng bất đối xứng. Kết quả hồi quy phân vị tại Việt Nam giai đoạn 2012-2024 cho thấy không chỉ hướng biến động (tăng hay giảm) mà cả mức độ thay đổi lãi suất cũng ảnh hưởng đến tỷ lệ nợ xấu. Cụ thể, biến động giảm của lãi suất có ảnh hưởng mạnh hơn đáng kể đến việc gia tăng nợ xấu so với biến động tăng. Đáng chú ý, nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu trung bình (Q40, Q50, Q60) phản ứng bất đối xứng khi lãi suất giảm vượt ngưỡng 20%. Khi lãi suất giảm vượt ngưỡng này, tác động của chúng mạnh hơn so với mức giảm dưới 20%. Ngoài ra, nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao ít bị tác động bởi biến động lãi suất. Điều này nhấn mạnh vai trò quan trọng của việc duy trì sự ổn định lãi suất trong kiểm soát rủi ro tín dụng và ổn định thị trường tài chính tại Việt Nam.

Từ khóa: Tác động bất đối xứng, lãi suất, nợ xấu, hồi quy phân vị.

Mã JEL: C12, C23, E00.

Asymmetric impact of interest rates on non-performing loans in Vietnamese commercial banks: A quantile regression approach

Abstract:

This study examines the role of interest rates in determining non-performing loan (NPL) ratios in Vietnamese commercial banks, focusing on non-linearity and asymmetric thresholds. Using quantile regression on data from 2012 to 2024, the results reveal that both the direction (increase or decrease) and magnitude of interest rate changes significantly affect NPL. Specifically, a decrease in interest rates has a significantly stronger impact on NPL than an increase. Notably, banks with average NPL (Q40, Q50, Q60) exhibit asymmetric reactions when interest rates drop beyond a 20% threshold. When the decline exceeds this threshold, the impact is stronger than for declines below 20%. In addition, banks with high NPL ratios are less influenced by interest rate fluctuations. The findings highlight the critical role of interest rate stability in managing credit risk and ensuring financial market stability in Vietnam.

Keywords: Asymmetric impact, interest rates, non-performing loans, quantile regression.

JEL codes: C12, C23, E00.

1. Giới thiệu

Hoạt động tín dụng ngân hàng đóng vai trò cốt lõi trong nền kinh tế, góp phần thúc đẩy tăng trưởng thông qua việc cung cấp vốn cho cá nhân, doanh nghiệp và chính phủ nhằm kích thích tiêu dùng, mở rộng sản xuất và hỗ trợ chi tiêu công. Trên phạm vi toàn cầu, sự gia tăng tín dụng ngân hàng góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Mặc dù vậy, chính sách tín dụng nới lỏng quá mức có thể dẫn đến sự gia tăng nợ xấu và tiềm ẩn nguy cơ bất ổn tài chính. Khi nợ xấu tăng cao, ngân hàng có thể thắt chặt tín dụng, gây ra hiệu ứng tiêu cực lên tiêu dùng, đầu tư và tăng trưởng kinh tế. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc quản lý một hệ thống tín dụng ổn định, không chỉ giúp duy trì tăng trưởng bền vững mà còn bảo đảm an toàn cho hệ thống tài chính.

Tỷ lệ nợ xấu (Non performing loan ratio - NPL) là chỉ số quan trọng đo lường mức nợ xấu trong tổng dư nợ của ngân hàng. Trong đó, nợ xấu được xác định từ các khoản vay bị quá hạn trên 90 ngày hoặc có dấu hiệu không thể thu hồi (Basel, 2001). NPL phản ánh chất lượng quản lý tín dụng và sự ổn định của hệ thống tài chính. Khi NPL gia tăng, ngân hàng phải trích lập dự phòng rủi ro cao hơn, giảm lợi nhuận và hạn chế khả năng cung cấp tín dụng mới. NPL quá cao có thể tạo ra khủng hoảng thanh khoản, nguy cơ phá sản và cản trở hoạt động kinh tế (Stijepović, 2014). Với vai trò quan trọng đó, NPL và các yếu tố ảnh hưởng được quan tâm bởi nhiều nghiên cứu.

Một số lý thuyết chỉ ra mối quan hệ khẳng định giữa NPL và lãi suất trên thị trường tiền tệ, trong đó lãi suất là nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới NPL của ngân hàng (Messai & Jouini, 2013). Theo Mishkin & Eakins (2019), khi lãi suất tăng, chi phí vốn vay cũng tăng theo, khiến người vay gặp nhiều khó khăn để thanh toán nợ. Gia tăng gánh nặng tài chính tạo áp lực lớn hơn đối với người vay, dẫn đến NPL trong hệ thống ngân hàng tăng cao. Ngược lại, khi lãi suất giảm, chi phí vay vốn giảm theo và người vay dễ dàng hoàn thành nghĩa vụ trả nợ, từ đó làm giảm nợ xấu trong ngân hàng. Bên cạnh đó, lãi suất có vai trò quan trọng, đảm bảo tính ổn định của hệ thống tài chính (Llewellyn, 2002; Demirgüç-Kunt và Detragiache, 1998). Do đó, lãi suất đóng vai trò quan trọng đối với NPL trên cả thị trường phát triển và đang phát triển (Castro, 2013; Espinoza & Prasad, 2010; Maivald & Teplý, 2020; Siddiqui & cộng sự, 2012), đồng thời là yếu tố then chốt trong việc duy trì sự ổn định và kiểm soát nợ xấu tại các ngân hàng thương mại.

Một số lý thuyết giải thích sự khác biệt trong tác động của lãi suất tăng và giảm đối với NPL. Theo lý thuyết thông tin bất đối xứng (Auronen, 2003), ngân hàng khó phân biệt khách hàng có rủi ro cao hay thấp do chênh lệch thông tin, người vay chưa rõ ràng về mục tiêu giảm lãi suất, dẫn đến lựa chọn bất lợi và rủi ro đạo đức (Bofondi & Gobbi, 2004). Khi lãi suất giảm, mặc dù giúp giảm gánh nặng tài chính, nhưng cũng có thể khuyến khích các khoản vay rủi ro hơn do tiêu chuẩn tín dụng được nới lỏng, làm tăng nợ xấu trong ngắn hạn (Bahruddin & Masih, 2018). Ngược lại, khi lãi suất tăng, chi phí vay cao hơn khiến các doanh nghiệp và cá nhân có tình hình tài chính kém dễ mất khả năng thanh toán, dẫn đến gia tăng nợ xấu. Do đó, dù lãi suất tăng hay giảm, nợ xấu vẫn có xu hướng gia tăng, dẫn tới ảnh hưởng bất đối xứng của lãi suất tới NPL.

Thậm chí, sự thay đổi mạnh và đột ngột của lãi suất có thể làm NPL gia tăng nhanh chóng và thay đổi hướng phản ứng, hình thành các ngưỡng bất đối xứng. Đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch hoặc khủng hoảng tài chính, lãi suất thường có xu hướng giảm mạnh để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo lý thuyết tài chính hành vi (Kahneman & Tversky, 2013), thông tin tiêu cực và tích cực có ảnh hưởng khác biệt, dẫn đến tác động phi tuyến tính và phức tạp. Ngân hàng có xu hướng mở rộng tín dụng để tận dụng cơ hội gia tăng lợi nhuận, mở rộng khách hàng và chấp nhận rủi ro cao hơn. Hệ quả có thể dẫn tới nợ xấu tăng mạnh hơn so với trước và có độ trễ (Ghosh, 2015). Như vậy, chiều (tăng, giảm) và mức thay đổi của lãi suất có thể ảnh hưởng khác biệt đến tỷ lệ nợ xấu, tạo ra hiệu ứng bất đối xứng. Một số nghiên cứu đã tiếp cận ngưỡng bất đối xứng, nhưng chủ yếu tập trung vào thị trường chứng khoán (Lien & cộng sự, 2024; Amendola & cộng sự, 2019).

Nghiên cứu này nhấn mạnh tính phi tuyến và bất đối xứng trong mối quan hệ giữa lãi suất và NPL. Điều này không chỉ củng cố minh chứng thực tiễn cho quản lý hoạt động tín dụng trong bối cảnh thị trường nhiều biến động. Nghiên cứu thực hiện tại Việt Nam trong giai đoạn 2012-2024 với nhiều biến động từ đại dịch Covid-19. Để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, Chính phủ đã thực hiện chính sách giảm lãi suất nhằm kích thích tín dụng, đi kèm với nới lỏng trong quản lý tín dụng trong hệ thống ngân hàng. Đây là môi trường phù hợp để minh chứng có tác động bất đối xứng của lãi suất trong môi trường lãi suất thấp.

Nghiên cứu này tập trung vào ảnh hưởng bất đối xứng của lãi suất ở từng nhóm phân vị của NPL. Đầu tiên, chúng tôi tách biệt thay đổi của lãi suất thành: biến động tăng (positive change), là thay đổi có chiều

hướng tăng lên của lãi suất; và biến động giảm (negative change), là thay đổi có chiều hướng giảm đi của lãi suất. Tiếp cận từ hồi quy phân vị, nghiên cứu phát triển mô hình đánh giá ảnh hưởng của biến động tăng và giảm của lãi suất lên từng nhóm phân vị của NPL. Bên cạnh đó, phản ứng của NPL có thể không đồng nhất theo mức biến động lãi suất. Vì vậy, mô hình nhằm ước lượng ngưỡng bất đối xứng của lãi suất – mức ngưỡng mà ở đó, khi lãi suất thay đổi vượt qua chúng, NPL có thể phản ứng một cách phi tuyến.

Đóng góp chính của nghiên cứu bao gồm: thứ nhất, nghiên cứu làm sáng tỏ tác động bất đối xứng của lãi suất tại Việt Nam, nhấn mạnh cách mà biến động tăng và giảm của lãi suất ảnh hưởng khác biệt đến NPL của từng nhóm ngân hàng. Thứ hai, phân tích ảnh hưởng ở từng mức thay đổi của biến động tăng và giảm của lãi suất nhằm cung cấp cái nhìn toàn diện và sâu rộng hơn về vai trò của lãi suất, và cuối cùng là ước lượng ngưỡng bất đối xứng của lãi suất tại Việt Nam để hàm ý chính sách trong kiểm soát nợ xấu.

Bố cục bài viết gồm: Mục 2 giới thiệu tổng quan nghiên cứu; Mục 3 trình bày phương pháp và dữ liệu nghiên cứu; Mục 4 thảo luận kết quả thực nghiệm; và Mục 5 đưa ra kết luận và hàm ý chính sách rút ra từ nghiên cứu.

2. Tổng quan và phát triển giả thuyết nghiên cứu

Mối quan hệ giữa lãi suất và NPL thu hút sự quan tâm lớn từ nghiên cứu ở cả thị trường phát triển và đang phát triển. Phân tích chủ yếu theo hai hướng: (1) tác động chung của lãi suất lên NPL và (2) tác động ở từng mức phân vị của NPL.

Hướng thứ nhất đã chỉ ra mối quan hệ chặt chẽ giữa lãi suất và NPL ở nhiều bối cảnh. Chẳng hạn, Castro (2013) phân tích dữ liệu một số quốc gia ở Châu Âu giai đoạn 1997-2011 và nhận thấy lãi suất tăng làm NPL gia tăng. Về sau, Maivald & Teplý (2020) nghiên cứu ở thị trường Đan Mạch, Nhật Bản, Thụy Điển và Thụy Sĩ giai đoạn 2011-2017 cho thấy kết quả khác biệt. Lãi suất thấp kéo dài một năm lại khiến NPL tăng. Maivald & Teplý (2020) cho rằng sự khác biệt là bởi môi trường có lãi suất thấp, ảnh hưởng của lãi suất có thay đổi. Ghosh (2015) cho rằng sự thay đổi của lãi suất có thể không ảnh hưởng ngay lập tức đến NPL, mà độ trễ khoảng 4 năm. Kết luận được rút ra khi phân tích tại Mỹ trong giai đoạn 1984-2013. Điều này cho thấy vai trò của lãi suất tại thị trường phát triển khá phức tạp và không đồng nhất.

Nghiên cứu ở thị trường đang phát triển cho thấy mối quan hệ giữa lãi suất và NPL khá rõ ràng và cũng khác biệt giữa các nước. Espinoza & Prasad (2010) nghiên cứu ở khu vực Hội đồng hợp tác vùng vịnh giai đoạn 1995-2008 cho thấy lãi suất cao làm tăng NPL. Nguyên nhân là gánh nặng trả nợ gia tăng trong khủng hoảng tài chính. Tại Nigeria, Akinlo & Emmanuel (2014) cho thấy lãi suất cho vay ngắn hạn làm NPL tăng trong giai đoạn 1981-2011. Gần đây, Nwanja & cộng sự (2024) kiểm chứng ở giai đoạn sau (2007-2024) cho thấy tác động trái chiều. Lãi suất cao có thể giảm NPL. Điều này phản ánh ảnh hưởng phức tạp của lãi suất đối với NPL trong bối cảnh kinh tế biến động.

Hướng thứ hai tập trung vào phân tích mối quan hệ ở từng mức phân vị của NPL. Le & Le (2023) đã nghiên cứu NPL tại các ngân hàng Việt Nam trong giai đoạn 2000-2020 với các biến vĩ mô và vi mô. Kết quả ước lượng cho thấy lãi suất thực có tác động tiêu cực đến NPL ở hầu hết các nhóm phân vị, trong khi một số biến số khác, chẳng hạn như cung tiền, chỉ tác động tiêu cực đến NPL ở các phân vị trung bình và cao.

Một số nghiên cứu nhận thấy tác động của lãi suất có tính bất đối xứng. Bahrudin & Masih (2018) nghiên cứu vai trò của lãi suất trong giai đoạn 2008-2017 tại Malaysia bằng mô hình tự hồi quy trễ phân phối phi tuyến. Kết quả cho thấy mối quan hệ là bất đối xứng trong ngắn hạn nhưng đối xứng trong dài hạn. Ngay cả khi ngân hàng giảm lãi suất trong thời kỳ khủng hoảng tài chính, nợ xấu vẫn tiếp tục gia tăng. Trong dài hạn, nợ xấu có mối quan hệ tỷ lệ thuận với lãi suất cho vay. Mặc dù vậy, nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của lãi suất ở từng phân vị của NPL. Về sau, Anh & An (2023) nghiên cứu về tính phi tuyến tại hệ thống ngân hàng Việt Nam 2007-2019. Nghiên cứu bổ sung thêm kết quả về mối quan hệ dạng chữ U và mang tính không đồng nhất trong phản ứng của NPL.

Như vậy, nghiên cứu về tác động bất đối xứng của lãi suất tới NPL còn khá hạn chế. Ảnh hưởng bất đối xứng của chúng ở từng mức phân vị của NPL chưa chỉ rõ. Trên thực tế, nhóm ngân hàng có NPL thấp và trung bình có thể phản ứng khác biệt với nhóm có NPL cao hơn. Ngoài ra, hầu hết nghiên cứu tập trung vào tác động chung của biến động lãi suất mà chưa phân biệt chúng thành biến động tăng và giảm. Trong khi ảnh hưởng của biến động tăng và giảm lãi suất có thể khác biệt tới khả năng trả nợ của người vay. Khoảng trống này cho thấy vai trò về chiều và độ lớn thay đổi lãi suất cần được xem xét sâu hơn. Từ đó, nghiên cứu

tập trung vào hai giả thuyết:

H1: Tại từng mức phân vị của NPL, tác động của biến động giảm lãi suất là lớn hơn so với tác động của biến động tăng lãi suất.

H2: Tại từng mức phân vị của NPL, tồn tại một ngưỡng bất đối xứng mà tại đó tác động của biến động của lãi suất tăng và giảm trở nên phi tuyến.

3. Phương pháp nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được phát triển từ hồi quy phân vị (Koenker & Bassett Jr, 1978) để đánh giá tác động của biến động tăng và giảm lãi suất lên các phân vị của NPL. Hồi quy phân vị là mở rộng của phương pháp bình phương nhỏ nhất cổ điển để ước lượng phân vị có điều kiện bằng cách cực tiểu hóa có trọng số tổng giá trị tuyệt đối của các sai số bất đối xứng. Mô hình với biến ngẫu nhiên Y , có hàm phân phối, $F(Y) = P(Y \leq y)$, xác định:

$$Q(\tau) = \inf \{y: F_Y \geq \tau\}, 0 < \tau < 1$$

Với τ^{th} là phân vị thứ τ . Tại mẫu cụ thể, phân vị mẫu τ^{th} , kí hiệu $\xi(\tau)$, là đại lượng ξ được xác định từ bài toán (1):

$$\min_{\xi \in R} \sum_{i=1}^n \rho_{\tau}(y_i - \xi) \quad (1)$$

Trong đó, n là kích thước mẫu. Hàm kiểm tra ρ_{τ} được xác định:

$$\rho_{\tau}(y_i - \xi) = [\tau \cdot \mathbb{I}_{(y_i - \xi \geq 0)} + (1 - \tau) \mathbb{I}_{(y_i - \xi < 0)}] |y_i - \xi| = (y_i - \xi)(\tau - \mathbb{I}_{(y_i - \xi < 0)}) \quad (2)$$

Với $\mathbb{I}$ là hàm chỉ số. Với mọi giá trị phân vị $\tau \in (0, 1)$, hàm số ρ_{τ} gán trọng số cho các giá trị dương và âm một cách bất đối xứng.

Hàm phân vị có điều kiện $Q(\tau/X = x) = x' \beta(\tau)$ có thể ước lượng bằng cách:

$$\hat{\beta}(\tau) = \arg \min_{\beta \in R^p} \sum_{i=1}^n \rho_{\tau}(y_i - x_i' \beta) \quad (3)$$

Giá trị ước lượng $\hat{\beta}(\tau)$ gọi là hệ số của hồi quy phân vị, thể hiện sự thay đổi phân vị của biến phụ thuộc khi thay đổi một đơn vị biến độc lập.

Hồi quy phân vị cung cấp cách nhìn đầy đủ hơn về tác động của biến số độc lập tới biến phụ thuộc về vị trí, độ lớn và hình dạng trong đuôi phân phối của chúng. Ưu điểm này giúp hồi quy phân vị được sử dụng ở nhiều lĩnh vực (Koenker, 2005; Taylor, 2008; Le & Le, 2023).

3.1. Hồi quy phân vị cho tác động bất đối xứng của lãi suất

Nghiên cứu tách biệt biến động lãi suất thành biến động tăng và giảm, nhằm mô tả biến động lãi suất giữa hai thời kỳ theo Schwartz (1988), như sau:

$$\Delta IR_t = IR_t - IR_{t-1} \quad (4)$$

Với ΔIR_t là biến động lãi suất, IR_t là lãi suất tại thời điểm t , và IR_{t-1} là trễ bậc 1 của lãi suất.

Gọi IR_t^+ là biến động tăng của lãi suất thời điểm t , phản ánh chênh lệch dương của lãi suất tại thời điểm t và $t - 1$, tức $IR_t^+ = \Delta IR_t$ nếu $\Delta IR_t \geq 0$.

IR_t^- là biến động giảm của lãi suất thời điểm t , phản ánh chênh lệch âm của lãi suất tại thời điểm t và $t - 1$, tức là $IR_t^- = \Delta IR_t$ nếu $\Delta IR_t < 0$.

Mô hình nghiên cứu với tác động bất đối xứng của lãi suất lên NPL như sau:

$$NPL_{it} = \alpha + \beta^+ IR_t^+ + \beta^- IR_t^- + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kt} + \varepsilon_t \quad (5)$$

trong đó,

NPL_{it} đại diện cho NPL của ngân hàng i tại thời điểm t ; X_{kt} là các thông tin liên quan đến khoản nợ.

β^+ và β^- là các hệ số hồi quy, phản ánh tác động biên của biến động tăng và giảm của lãi suất tới NPL tương ứng.

Mô hình (5) được sử dụng để xác nhận giả thuyết H1. Giả thuyết được ủng hộ nếu hệ số $|\beta^+| \neq |\beta^-|$ ở mỗi mức phân vị của NPL. Khi này, ảnh hưởng của lãi suất lên NPL là bất đối xứng: $|\beta^+| > |\beta^-|$ cho biết tác động của biến động tăng lãi suất lớn hơn của biến động giảm, và ngược lại.

3.2. Mô hình hồi quy phân vị với ngưỡng bất đối xứng của lãi suất

Chúng tôi xây dựng mô hình ngưỡng bất đối xứng bằng cách thêm ngưỡng bất đối xứng cho biến động tăng và giảm của lãi suất. Mô hình như sau:

$$NPL_{it} = \alpha + \theta^+ |IR_t^+ - \xi^+| + a^+ (IR_t^+ - \xi^+) + \theta^- |IR_t^- - \xi^-| + a^- (IR_t^- - \xi^-) + \sum_{k=1}^K X_{it} + v_t \quad (6)$$

với ξ^+ và ξ^- lần lượt là ngưỡng bất đối xứng của biến động tăng và giảm của lãi suất.

Mô hình (6) cho biết tác động biên của IR^+ tại ngưỡng ξ^+ khi lãi suất tăng thêm 1% là $(\theta^+ + a^+)$ nếu $IR^+ \geq \xi^+$ và $(\theta^+ - a^+)$ nếu $IR^+ < \xi^+$. Nếu hệ số $a^+ \neq 0$, tác động biên của IR_t^+ tới NPL là khác biệt tại ngưỡng ξ^+ . Khi đó, ξ^+ gọi là ngưỡng bất đối xứng.

Tương tự, tác động biên của IR^- tại ngưỡng ξ^- khi lãi suất giảm thêm 1% là $-(\theta^- - a^-)$ nếu $IR^- \geq \xi^-$ và $-(\theta^- + a^-)$ nếu $IR^- < \xi^-$. Nếu hệ số $a^- \neq 0$, tác động biên của IR_t^- tới NPL là khác biệt tại ngưỡng ξ^- . Khi đó, ξ^- gọi là ngưỡng bất đối xứng.

Mô hình (6) ước lượng bằng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại (MLE) nhằm nắm bắt các tác động trên từng phân vị của NPL. Quá trình ước lượng thực hiện gồm các bước: (i) Xác định các phân vị (từ 10% đến 90%) của biến động lãi suất tăng và biến động lãi suất giảm, (ii) Ước lượng mô hình (7) với từng phân vị của biến động tăng và giảm của lãi suất, và (iii) Lựa chọn mô hình dựa trên MLE sao cho hàm log-likelihood (LLH) đạt giá trị lớn nhất.

$$LLH(\tau) = - \sum_{i=1}^n \rho_{\tau}(NPL_i - \widehat{NPL}_i) \quad (7)$$

với NPL_i là NPL thực tế và $\widehat{NPL}_i$ là NPL dự báo.

3.3. Dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu NPL từ 23 ngân hàng thương mại Việt Nam, từ quý 1/2012 đến quý 3/2024, thu thập từ báo cáo tài chính hàng quý trên hệ thống FiinPro. Mẫu bao gồm cả ngân hàng lớn, vừa và nhỏ, phản ánh sự biến động đáng kể về NPL, qua đó cung cấp cái nhìn toàn diện về xu hướng nợ xấu trong hệ thống ngân hàng.

Lãi suất (IR) được lấy từ lãi suất bình quân liên ngân hàng do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) công bố, đại diện cho mức lãi suất cơ bản trên thị trường tiền tệ. Đây cũng là cơ sở để các ngân hàng thương mại xác định lãi suất cho vay. Biến động dương và biến động âm được tính từ chênh lệch lãi suất theo công thức (4). Ngoài ra, để tránh hiện tượng thiếu biến, nghiên cứu có thêm các biến vi mô và vĩ mô theo Le & Le (2023), Anh & An (2023), Messai & Jouini (2013), gồm: chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP), tỷ lệ lạm phát (INF), cung tiền (M2), lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp (ROE) và tỷ lệ cho vay trên tiền gửi (LDR).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Thống kê mô tả cho NPL của các ngân hàng thương mại và lãi suất trong giai đoạn từ quý 1/2012 đến quý 3/2024 tại Việt Nam được tổng hợp theo Bảng 1.

Bảng 1: Thống kê mô tả

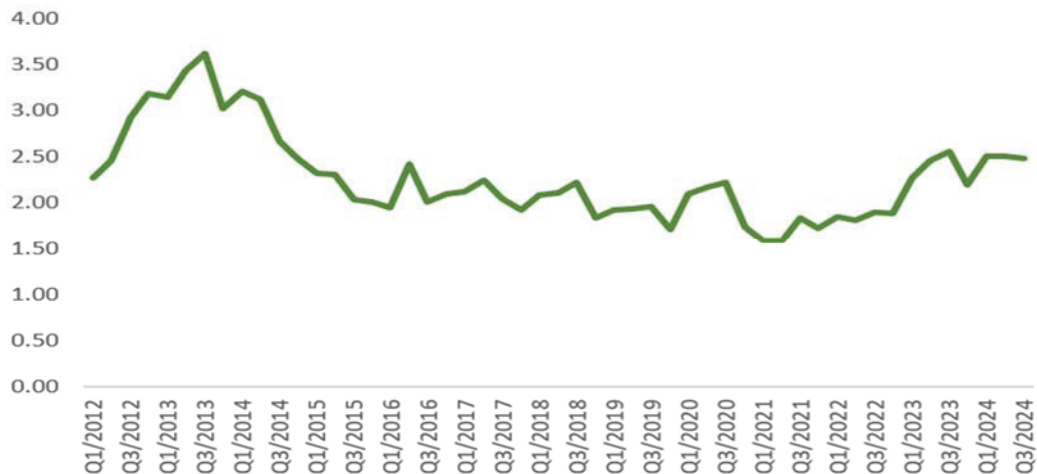
Biến	NPL (%)	ΔIR (%)
Trung bình	2,28	-0,17
Độ lệch chuẩn	1,30	1,09
Giá trị nhỏ nhất	0,36	-2,5
Giá trị lớn nhất	13,76	2,76
Q10	0,98	-1,56
Q20	1,35	-0,91
Q30	1,61	-0,58
Q40	1,86	-0,37
Q50	2,06	-0,08
Q60	2,35	0,03
Q70	2,57	0,28
Q80	2,94	0,42
Q90	3,49	1,08

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Bảng 1 cho thấy sự biến động đáng kể của NPL và lãi suất tại Việt Nam. Tỷ lệ nợ xấu trung bình là 2,28%, thấp và ổn định so với một số quốc gia như Đức (2,54%) và Luxembourg (2,10%) (Maivald & Teply, 2020). Tuy nhiên, độ lệch chuẩn 0,48% cho thấy sự dao động mạnh giữa các ngân hàng. Trong giai đoạn nghiên cứu, NPL dao động từ 0,36% đến 13,76%. Đặc biệt, các phân vị từ Q10 đến Q90 phản ánh sự chênh lệch lớn của NPL trong giai đoạn 2012 - 2014.

Hình 1 cho thấy xu hướng NPL trung bình theo quý ở giai đoạn 2012 - 2024.

Hình 1: NPL trung bình theo quý

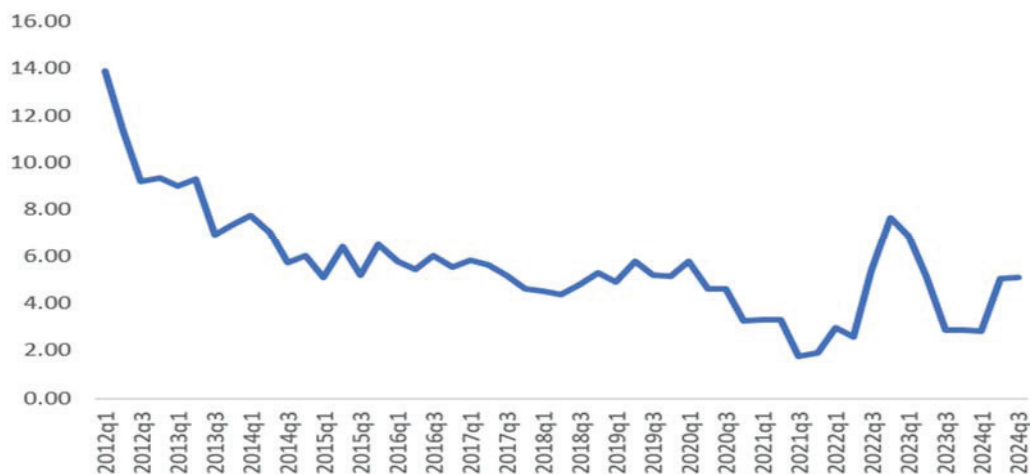


Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Hình 1 mô tả NPL trung bình biến động đáng kể trong giai đoạn 2012-2024, phản ánh ảnh hưởng của điều kiện kinh tế, chính sách và quản lý rủi ro tín dụng. Từ 2012-2014, NPL tăng mạnh, vượt 3,5% do chính sách tín dụng nới lỏng sau khủng hoảng 2008-2009. Sau đó, NPL dao động ở mức vừa phải, duy trì sự ổn định tương đối, ngay cả trong giai đoạn xảy ra đại dịch Covid-19, NPL không có sự thay đổi đáng kể. Từ 2022 trở đi, NPL có xu hướng tăng lên do chính sách nới lỏng sau đại dịch.

Theo Bảng 1, lãi suất tại Việt Nam có xu hướng giảm, với mức trung bình 5,64% và độ lệch chuẩn 2,30%. Sự biến động chủ yếu do lạm phát, chính sách tiền tệ và các cú sốc kinh tế như Covid-19. NHNN điều chỉnh lãi suất giảm để hỗ trợ tăng trưởng. Chênh lệch lãi suất hàng quý dao động mạnh, với mức tăng tối đa 2,76% và giảm mạnh nhất 2,5%. Hình 2 mô tả những biến động đáng kể của lãi suất trong giai đoạn 2012-2024.

Hình 2: Lãi suất trong giai đoạn Q1/2012 - Q3/2024



Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Hình 2 cho thấy lãi suất giảm từ hơn 14% năm 2012 xuống dưới 5% năm 2021 nhờ chính sách tiền tệ mở rộng, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Giai đoạn 2016-2019, lãi suất ổn định trong khoảng 4-6%, phản ánh môi trường kinh tế cân bằng. Trong đại dịch Covid-19, lãi suất tiếp tục giảm để hỗ trợ phục hồi nhưng tăng đột biến năm 2022, có thể do áp lực lạm phát hoặc điều chỉnh chính sách. Sau khi đạt đỉnh năm 2022, lãi suất giảm và có dấu hiệu phục hồi nhẹ vào 2024, cho thấy nỗ lực cân bằng tăng trưởng và kiểm soát lạm phát của NHNN Việt Nam.

4.2. Kết quả thực nghiệm

Kết quả ước lượng Mô hình (5) để đánh giá tác động bất đối xứng của lãi suất tới NPL, tổng hợp theo Bảng 2.

Bảng 2: Ước lượng hệ số của mô hình tác động bất đối xứng

Nhóm phân vị của NPL	IR^+	IR^-	IIP	INF	M2	ROE	LDR
Q10	-0,011	-0,106*	0,099	11,78***	6,929***	2,253***	0,109
Q20	0,049	-0,187***	-0,385	11,84***	8,017***	1,907***	0,088*
Q30	0,042	-0,107*	-1,186	13,16***	7,26***	1,369***	0,067*
Q40	-0,004	-0,136***	-0,542	14,26***	6,646***	0,523	0,05
Q50	0,006	-0,136***	0,112	15,99***	6,125***	0,326	0,035
Q60	0,012	-0,115***	0,218	16,31***	6,177***	0,393	0,062
Q70	-0,01	-0,105**	0,359	15,44***	4,808***	0,058	0,124
Q80	-0,019	-0,103	-0,908	14,64***	4,653***	0,292	0,111
Q90	0,022	-0,094	-0,279	23,03*	3,303	-1,275	0,314

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

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Bảng 2 cho thấy vai trò quan trọng của lãi suất, lạm phát, cung tiền tại Việt Nam. Trong đó, tác động bất đối xứng đến NPL ở các phân vị khác nhau, với ảnh hưởng của việc giảm lãi suất mạnh hơn so với khi lãi suất tăng. Kết quả tương ứng với IR^+ và IR^- xác nhận giả thuyết H1.

Cụ thể, tại nhóm phân vị Q10, hệ số của biến động giảm lãi suất IR^+ là -0,106, có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, cho thấy khi lãi suất giảm 1%, NPL sẽ tăng trung bình 0,106%. Ngược lại, ảnh hưởng của biến động tăng lãi suất IR^- không đáng kể, do hệ số ước lượng là -0,011 và không có ý nghĩa thống kê. Xu hướng tương tự được quan sát tại các phân vị Q20 tới Q70, với NPL dưới 2,57% (Bảng 1), cho thấy tác động bất đối xứng của lãi suất đối với nhóm ngân hàng này. Một kết quả thú vị là ở nhóm phân vị cao Q80 và Q90 (NPL cao hơn 2,94%), cả hai hệ số β^+ và β^- đều không có ý nghĩa thống kê. Điều này cho thấy ở nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao nhất, lãi suất không còn ảnh hưởng mạnh như ở các nhóm ngân hàng có NPL thấp hơn.

Nhìn chung, lãi suất có tác động bất đối xứng đến NPL ở hầu hết các phân vị trung bình và thấp, ngoại trừ Q80 và Q90. Kết quả này nhấn mạnh rằng ảnh hưởng của lãi suất lên NPL thay đổi theo từng nhóm ngân hàng, đặc biệt là sự khác biệt giữa nhóm có NPL trung bình thấp và cao.

Ngưỡng bất đối xứng của lãi suất tới tỷ lệ nợ xấu

Mô hình xác định ngưỡng bất đối xứng của lãi suất đối với tỷ lệ nợ xấu, Mô hình (6), tổng hợp theo Bảng 3.

Kết quả cho thấy tác động bất đối xứng của lãi suất lên NPL tại các nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu trung bình (phân vị Q40, Q50, Q60). Kết quả này ủng hộ giả thuyết H2 về sự tồn tại của ngưỡng bất đối xứng trong mối quan hệ giữa lãi suất và NPL tại Việt Nam.

Cụ thể, tại nhóm ngân hàng có NPL đạt phân vị Q40 (NPL nhỏ hơn 1,86%), hệ số ước lượng $\theta^- = 0,125$ và $\alpha^- = -0,123$ đều có ý nghĩa thống kê. Kết quả này cho thấy tác động của lãi suất giảm lên NPL là bất đối xứng tại ngưỡng phân vị 20% của lãi suất. Nếu lãi suất giảm quá mức ngưỡng 20%, cứ mỗi 1% giảm thêm, NPL tăng trung bình 0,261%. Ngược lại, nếu lãi suất giảm dưới ngưỡng này, NPL chỉ tăng khoảng 0,011% cho mỗi 1% giảm thêm. Do đó, lãi suất giảm sâu có thể làm gia tăng rủi ro tín dụng, phù hợp với nghiên cứu của Maivald & Teplý (2020) trong môi trường lãi suất thấp.

Bảng 3: Kết quả mô hình ngưỡng bất đối xứng của lãi suất

Nhóm phân vị của NPL	IR^+			IR^-		
	ξ^+	θ^+	a^+	ξ^-	θ^-	a^-
[A]	[B]	[C]	[D]	[E]	[F]	[G]
Q10	90%	-0,019	-0,032	40%	0,16	-0,005
Q20	70%	-0,291	0,221	40%	-0,01	-0,201
Q30	90%	-0,076	-0,003	20%	0,01	-0,123**
Q40	90%	-0,032	-0,012	20%	0,125*	-0,136**
Q50	90%	0,003	-0,034	20%	0,096*	-0,111**
Q60	90%	-0,03	0,007	20%	0,065*	-0,113**
Q70	90%	0,00	-0,012	40%	0,034	-0,081
Q80	90%	0,013	-0,007	30%	-0,032	-0,117
Q90	90%	0,01	0,028	50%	0,299	0,199

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

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả.

Xu hướng tương tự được quan sát tại nhóm ngân hàng có NPL đạt phân vị trung bình Q50 và Q60 (NPL từ 2,06% - 2,35%), với ngưỡng bất đối xứng cũng là 20%. Khi lãi suất giảm mạnh vượt mức ngưỡng này, tỷ lệ nợ xấu có nguy cơ gia tăng đáng kể. Ngược lại, tác động của lãi suất đến nhóm ngân hàng có NPL thấp (Q10 - Q30) và cao (Q70 - Q90) không có ý nghĩa thống kê rõ ràng. Mặc dù mức ngưỡng bất đối xứng dao động từ 20% - 50%, tác động biên của NPL ở các ngưỡng này không có sự khác biệt đáng kể.

4.3. Thảo luận

Tóm lại, lãi suất đóng vai trò quan trọng trong quản lý rủi ro tín dụng tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu của Le & Le (2023) cho thấy mối quan hệ ngược chiều giữa lãi suất và NPL ở nhiều mức phân vị khác nhau. Phát hiện này cũng tương đồng với nghiên cứu trong môi trường lãi suất thấp của Maivald & Teplý (2020), Nwanja & cộng sự (2024).

Kết quả đáng chú ý là tác động bất đối xứng của lãi suất lên NPL ở hầu hết các nhóm phân vị. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Bahruddin & Masih (2018) tại Malaysia. Kết quả nghiên cứu còn chỉ ra biến động giảm của lãi suất có tác động mạnh hơn đáng kể so với trường hợp biến động tăng ở các nhóm phân vị Q10 đến Q80 của NPL tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Hàm ý rằng chính sách tiền tệ cần được thiết kế cẩn trọng để tránh các tác động tiêu cực lên nợ xấu của ngân hàng.

Nghiên cứu cũng xác định rằng NPL thay đổi phản ứng một cách bất đối xứng tại các ngưỡng. Đây là đặc điểm thú vị trong cách phản ứng của NPL theo lãi suất. Ở ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu trung bình (nhóm phân vị Q40, Q50, Q60 có NPL đạt trung bình khoảng 1,86%-2,35%), ngưỡng bất đối xứng là 20%. Lý do có thể là khi lãi suất giảm dưới mức ngưỡng 20%, tác động lên nợ xấu còn hạn chế do các ngân hàng vẫn kiểm soát rủi ro chặt chẽ. Tuy nhiên, khi lãi suất giảm mạnh vượt ngưỡng 20%, các ngân hàng có xu hướng mở rộng tín dụng nhiều hơn để tận dụng chi phí vốn rẻ, dẫn đến rủi ro tín dụng gia tăng nhanh chóng. Chính sách điều hành lãi suất cần tính đến không chỉ mức thay đổi mà còn mức độ thay đổi để tránh kích thích tăng trưởng tín dụng quá mức, dẫn đến hệ lụy cho chất lượng cá khoản nợ tại ngân hàng.

Đáng chú ý, các ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao (trên 3,59%) không bị ảnh hưởng đáng kể bởi biến động lãi suất. Nguyên nhân là do danh mục tín dụng của nhóm này chủ yếu bao gồm các khoản nợ xấu đã tích lũy từ trước, thuộc nhóm nợ nghi ngờ hoặc có khả năng thu hồi thấp. Vì vậy, dù lãi suất có tăng hay giảm, tình trạng nợ xấu của họ cũng không thay đổi đáng kể. Hàm ý rằng đối với nhóm ngân hàng này, chính sách lãi suất có thể không phải là công cụ hữu hiệu để cải thiện chất lượng tín dụng. Thay vào đó, cần có các biện pháp tái cơ cấu nợ, tăng cường quản lý rủi ro tín dụng và cải thiện hiệu quả xử lý nợ xấu để giúp họ phục hồi hoạt động.

Như vậy, hướng biến động (tăng hay giảm) và mức độ thay đổi của lãi suất có ảnh hưởng khác biệt tới NPL. Điều này nhấn mạnh tính phi tuyến và bất đối xứng trong mối quan hệ giữa lãi suất và tỷ lệ nợ xấu tại Việt Nam. Kết quả này phù hợp với điều kiện Việt Nam. Để hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, chính sách nới lỏng tín dụng, có thể làm gia tăng rủi ro nợ xấu trong ngân hàng.

5. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu này phân tích tác động bất đối xứng của lãi suất đối với NPL trong hệ thống ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Chúng tôi áp dụng phương pháp hồi quy phân vị để đánh giá mức độ ảnh hưởng của sự biến động lãi suất theo hai hướng, biến động tăng và giảm của lãi suất, và xác định ngưỡng bất đối xứng. Những phát hiện chính của nghiên cứu như sau:

Một là lãi suất tác động bất đối xứng đến tỷ lệ nợ xấu. Khi lãi suất giảm, tỷ lệ nợ xấu có xu hướng tăng mạnh hơn so với khi lãi suất tăng. Điều này cho thấy việc duy trì sự ổn định của lãi suất đóng vai trò quan trọng trong kiểm soát rủi ro tín dụng, giúp ổn định hệ thống ngân hàng và thị trường tài chính.

Hai là ngưỡng bất đối xứng 20% đối với nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu trung bình (Q40, Q50, Q60). Khi lãi suất giảm vượt quá ngưỡng 20%, tác động biến lên tỷ lệ nợ xấu trở nên mạnh hơn so với khi mức giảm dưới ngưỡng 20%. Điều này cho thấy mức độ biến động quan trọng không kém so với hướng biến động lãi suất.

Ba là nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao ít bị ảnh hưởng bởi lãi suất. Các ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao thường có danh mục tín dụng chủ yếu gồm các khoản nợ xấu, nợ nghi ngờ hoặc nợ khó thu hồi. Do đó, biến động lãi suất không tác động đáng kể đến tình trạng nợ xấu của nhóm ngân hàng này.

Nghiên cứu này còn một số hạn chế như chưa đánh giá được vai trò của các yếu tố vĩ mô khác, cũng như chưa xem xét được các biến trễ bậc cao hơn của lãi suất. Mặc dù vậy, từ các kết quả trên, chúng tôi đề xuất một số giải pháp cho cơ quan quản lý, ngân hàng thương mại và khách hàng vay vốn tại Việt Nam:

NHNN và Bộ tài chính cần kiểm soát chặt chẽ và cần trọng khi ban hành chính lãi suất, nhất là trong trường hợp chính sách giảm lãi suất. Bởi ảnh hưởng đáng kể của chúng tới rủi ro tín dụng trong ngân hàng. Mặc dù chính sách này mang lại hiệu ứng tích cực và giúp giảm chi phí vốn vay cho các cá nhân và doanh nghiệp, nhưng cũng tiềm ẩn nguy cơ gia tăng rủi ro tín dụng trong tương lai. Đặc biệt, các cú sốc điều chỉnh giảm lãi suất để kích thích tăng trưởng kinh tế, cần thận trọng với mức giảm hợp lý, không vượt quá ngưỡng 20% để tránh rủi ro tín dụng gia tăng cho ngân hàng thương mại.

Để đồng bộ với chính sách trên, ngân hàng thương mại cũng cần duy trì tiêu chuẩn tín dụng chặt chẽ, nhất là khi lãi suất giảm. Trong trường hợp này, ngân hàng thương mại cần thận trọng trong việc mở rộng tín dụng khi lãi suất thấp cũng như độ lớn của mức thay đổi lãi suất, để kiểm soát rủi ro nợ xấu. Đặc biệt, đối với các nhóm ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao, cần tập trung vào phát triển các giải pháp tái cơ cấu nợ và thu hồi nợ để phát huy hiệu quả của chính sách giảm lãi suất, tránh mở rộng tín dụng một cách ồ ạt.

Đối với khách hàng vay, lãi suất thấp là một điều kiện thuận lợi để tận dụng nguồn vốn giá rẻ. Tuy nhiên, doanh nghiệp và cá nhân cũng cần thận trọng, lập kế hoạch và quản lý chặt chẽ dòng tiền để đảm bảo khả năng thanh toán trong tương lai.

Cuối cùng, lãi suất thấp mang lại cơ hội tiếp cận vốn giá rẻ, nhưng doanh nghiệp và cá nhân cần có kế hoạch tài chính hợp lý để tránh rủi ro mất khả năng thanh toán, đảm bảo khả năng trả nợ trong tương lai và quản tài chính bền vững.

Lời thừa nhận/cảm ơn: Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn sự tài trợ của Đại học Kinh tế Quốc dân qua đề tài mã số NEU2 - 2024.2.

Tài liệu tham khảo:

- Akinlo, O. & Emmanuel, M. (2014), 'Determinants of non-performing loans in Nigeria', *Accounting & taxation*, 6(2), 21-28.
- Amendola, A., Candila, V. & Gallo, G.M. (2019), 'On the asymmetric impact of macro-variables on volatility', *Economic Modelling*, 76, 135-152.
- Anh, C.T. & An, N.N. (2023), 'Impact of factors on non-performing loan at Vietnam Commercial Bank', proceeding of *International Conference on Research in Management & Technovation*, Singapore: Springer Nature Singapore,

- Auronen, L. (2003), 'Asymmetric information: theory and applications', *Seminar of Strategy and International Business*, 167, 14-18.
- Bahrudin, W.A. & Masih, M. (2018), 'Is the relation between lending interest rate and non-performing loans symmetric or asymmetric? Evidence from ARDL and NARDL', *MPRA Paper 91565*, MPRA.
- Basel (2001), *The new Basel capital accord*, Consultative Document, Basle.
- Bofondi, M. & Gobbi, G. (2004), 'Bad loans and entry into local credit markets', *Economic working papers No.509*, Bank of Italy, Economic Research and International Relations Area.
- Castro, V. (2013), 'Macroeconomic determinants of the credit risk in the banking system: The case of the GIPSI', *Economic Modelling*, 31, 672-683.
- Demirgüç-Kunt, A. & Detragiache, E. (1998), 'The determinants of banking crises in developing and developed countries', *Staff Papers*, 45(1), 81-109.
- Espinoza, M.R.A. & Prasad, A. (2010), 'Nonperforming loans in the GCC banking system and their macroeconomic effects', *IMF Working Paper WP/10/224*, International Monetary Fund.
- Ghosh, A. (2015), 'Banking-industry specific and regional economic determinants of non-performing loans: Evidence from US states', *Journal of financial stability*, 20, 93-104.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (2013), 'Prospect theory: An analysis of decision under risk', in *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I*, World Scientific, 99-127.
- Koenker, R. (2005), *Quantile regression*, Cambridge university press.
- Koenker, R. & Bassett Jr, G. (1978), 'Regression quantiles', *Econometrica: Journal of the econometric society*, 46(1), 33-50.
- Le, C.D.H. & Le, A.H. (2023), 'Macroeconomic determinants of non-performing loans: A quantile regression approach evidence from Vietnam's banking system', *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(5), DOI: <https://doi.org/10.15549/jecar.v10i5.1255>.
- Lien, N.T., Minh, N.T. & The, N.M. (2024), 'Asymmetric thresholds of macroeconomic volatility's impact on stock volatility in developing economies: a study in Vietnam', *Journal of Economics and Development*, 26(3), 224-235.
- Llewellyn, D.T. (2002), 'An analysis of the causes of recent banking crises', *The European journal of finance*, 8(2), 152-175.
- Maivald, M. & Teplý, P. (2020), 'The impact of low interest rates on banks' non-performing loans', *FFA Working Paper 2/2020*, FFA.
- Messai, A.S. & Jouini, F. (2013), 'Micro and macro determinants of non-performing loans', *International journal of economics and financial issues*, 3(4), 852-860.
- Mishkin, F.S. & Eakins, S.G. (2019), *Financial markets*, Pearson Italia.
- Nwanja, T.F., Ezie, O. & Oniore, J.O. (2024), 'Analysis of transmission of monetary policy shocks on non-performing loans in Nigeria', *IRE Journals*, 8(5), 252-266.
- Schwartz, R.A. (1988), *Equity markets*, New York.
- Siddiqui, S., Malik, S. & Shah, S. Z. (2012), 'Impact of interest rate volatility on non-performing loans in Pakistan', *International Research Journal of Finance and Economics*, 84(1), 66-75.
- Stijepović, R. (2014), 'Recovery and reduction of non-performing loans—podgorica approach', *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 3(3), 101-118.
- Taylor, J.W. (2008), 'Using exponentially weighted quantile regression to estimate value at risk and expected shortfall', *Journal of financial Econometrics*, 6(3), 382-406.

***Tác giả liên hệ: Bùi Quốc Hoàn - Email: buiquochoan@neu.edu.vn**

KHÁM PHÁ MỐI QUAN HỆ NHÂN QUẢ GIỮA HIỆU QUẢ THỰC HIỆN ESG VÀ CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG TẠI CÁC THỊ TRƯỜNG MỚI NỔI

Nguyễn Bích Ngân
Học Viện Ngân hàng
Email: ngannb@hvnh.edu.vn

Mã bài báo: JED-2465
Ngày nhận: 23/05/2025
Ngày nhận bản sửa: 06/06/2025
Ngày duyệt đăng: 09/06/2025
DOI: 10.33301/JED.VI.2465

Tóm tắt

Nghiên cứu này kiểm tra mối quan hệ nhân quả giữa hiệu quả thực hiện ESG (Môi trường, Xã hội và Quản trị) và chất lượng tín dụng ngân hàng, được đo bằng dự phòng tổn thất tín dụng, tại 153 ngân hàng thuộc 12 quốc gia thị trường mới nổi giai đoạn 2010–2023. Sử dụng mô hình nhân quả Granger và dữ liệu tài chính, nghiên cứu cho thấy ESG có khả năng dự báo dự phòng tổn thất tín dụng và các chỉ số sinh lời như tỷ suất lợi nhuận trên tài sản, thu nhập lãi ròng; quy mô ngân hàng; tỷ lệ an toàn vốn cấp 1; và tăng trưởng GDP. Kết quả này khẳng định vai trò của ESG như một công cụ hỗ trợ dự báo và kiểm soát rủi ro tín dụng, đồng thời gợi ý việc tích hợp ESG vào khung giám sát ngân hàng nhằm nâng cao sự ổn định và phát triển bền vững.

Từ khóa: Chất lượng tín dụng, Hiệu quả thực hiện ESG, Quan hệ nhân quả Granger, Thị trường mới nổi.

Mã JEL: G21, G32, Q56

Exploring the causality relationship between ESG performance and bank credit quality in emerging markets

Abstract

This study investigates the causality relationship between Environmental, Social, and Governance (ESG) performance and bank credit quality, measured by loan loss provisions, across 153 banks in 12 emerging market countries over the period 2010–2023. Utilizing the Granger causality model and financial data, the study finds that ESG performance has predictive power over loan loss provisions and key profitability indicators such as return on assets, net interest margin, bank size, Tier 1 capital ratio, and GDP growth. These findings highlight the role of ESG as a predictive and risk-mitigating tool in credit risk management and suggest that integrating ESG considerations into banking supervisory frameworks may enhance financial stability and promote sustainable development.

Keywords: Credit quality, Emerging markets, ESG performance, Granger causality.

JED codes:: G21, G32, Q56

1. Giới thiệu

Gần đây, việc tích hợp các yếu tố Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) vào hoạt động ngân hàng đang ngày càng được quan tâm, đặc biệt tại các thị trường mới nổi – nơi khung pháp lý còn chưa hoàn thiện và rủi ro hệ thống cao. ESG được đánh giá là công cụ thúc đẩy tăng trưởng bền vững, giảm thiểu rủi ro đạo đức (Miralles-Quirós & cộng sự, 2019; Shakil & cộng sự, 2019) và hạn chế hành vi tài chính rủi ro (Gangi & cộng sự, 2018; Tommaso & Thornton, 2020; Chiaramonte & cộng sự, 2021). Tuy nhiên, nghiên cứu về ảnh hưởng của ESG đến chất lượng tín dụng của ngân hàng tại các nền kinh tế mới nổi và đang phát triển vẫn còn hạn chế.

Chất lượng tín dụng ngân hàng được định nghĩa là thước đo khả năng trả nợ của người vay, dựa trên phân tích nhiều yếu tố như đặc điểm của người đi vay, chất lượng tài sản đảm bảo, điều kiện kinh tế và chính sách tín dụng của ngân hàng (Soehaditama & cộng sự, 2023). Chất lượng tín dụng đóng vai trò then chốt đối với ngân hàng vì ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả tài chính và khả năng hoạt động bền vững của ngân hàng. Về mặt đo lường, theo Solovei & Skrypnychenko (2020), việc đánh giá chất lượng tín dụng của ngân hàng có thể được phân thành hai nhóm chính: chỉ số rủi ro danh mục tín dụng và chỉ số sinh lời từ hoạt động tín dụng. Trong đó, các chỉ số then chốt bao gồm: tỷ lệ dư nợ tín dụng trên tổng tài sản, tỷ lệ dự phòng tổn thất tín dụng và tỷ lệ nợ quá hạn (Samorodov & cộng sự, 2021). Trong nghiên cứu này, tỷ lệ dự phòng tổn thất tín dụng được sử dụng để đại diện cho chất lượng tín dụng tại các ngân hàng thuộc mẫu nghiên cứu.

Trong bối cảnh các ngân hàng đối mặt với biên lợi nhuận thấp và giám sát chặt chẽ (Islam & Nishiyama, 2016; Costello & cộng sự, 2019; Ferreira & Modesto, 2021; Klein & Weill, 2022), ESG nổi lên như một chỉ báo phản ánh quản trị bền vững và khả năng kiểm soát rủi ro tốt hơn. Tuy vậy, phần lớn các nghiên cứu hiện nay vẫn tập trung tại các thị trường phát triển như Mỹ (Liu & cộng sự, 2023), châu Âu (Bătae & cộng sự 2021; Buro & Lagasio, 2021), châu Á (Chang & cộng sự, 2021) và GCC (Radhi & cộng sự, 2024), chưa đề cập nhiều đến đặc thù thị trường mới nổi. Nghiên cứu này góp phần lấp đầy khoảng trống bằng cách áp dụng mô hình nhân quả Granger (Granger, 1969) để xác định liệu hiệu quả ESG có tác động thực sự đến chất lượng tín dụng, hay chỉ đơn thuần là chỉ báo gián tiếp. Trên dữ liệu 153 ngân hàng tại 12 quốc gia thị trường mới nổi (2010–2023), nghiên cứu làm rõ vai trò của ESG trong nâng cao năng lực kiểm soát rủi ro tín dụng, đồng thời đóng góp thêm bằng chứng cho chính sách và thực tiễn ngân hàng trong bối cảnh khung pháp lý ESG còn đang hình thành. Bài viết gồm các phần: cơ sở lý thuyết và giả thuyết (phần 2), phương pháp nghiên cứu (phần 3), kết quả và thảo luận (phần 4), kết luận và khuyến nghị (phần 5).

2. Cơ sở lý thuyết

Hiện nay có nhiều nghiên cứu công nhận mối quan hệ giữa hiệu quả thực hiện ESG của ngân hàng và chất lượng tín dụng. Mối quan hệ này có thể được xem xét từ nhiều góc độ, bao gồm rủi ro tín dụng, hiệu quả tài chính và tuân thủ quy định. Tổng quan các nghiên cứu gần đây cho thấy sự tương tác phức tạp giữa các yếu tố này, cho thấy rằng việc thực hiện ESG mạnh mẽ có thể góp phần cải thiện chất lượng tín dụng bằng cách giảm rủi ro tín dụng và tăng cường ổn định tài chính, đồng thời các ngân hàng có chất lượng tín dụng kém có thể làm suy giảm hiệu suất thực hiện ESG.

Thứ nhất, nhiều nghiên cứu xác nhận mối liên hệ tích cực giữa ESG và việc giảm thiểu rủi ro tín dụng trong ngân hàng. Pan (2024) phát hiện rằng tích hợp ESG hiệu quả giúp giảm tổn thất từ các khoản vay không sinh lời. Niedziółka & cộng sự (2023) cho thấy xếp hạng ESG cao có liên quan đến mức rủi ro tín dụng thấp hơn, tương tự như kết luận của Tóth & cộng sự (2021) về vai trò của ESG trong giảm nợ xấu và nâng cao tỷ lệ an toàn vốn theo quy định. Điều này cho thấy các ngân hàng chú trọng ESG có thể quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả hơn, từ đó cải thiện chất lượng tín dụng. Đặc biệt, Sari & Wardhani (2022) còn cho thấy trong đại dịch COVID-19, các ngân hàng có hiệu suất ESG cao đã kiểm soát tốt hơn rủi ro tín dụng, nhờ khả năng thích ứng linh hoạt. Bên cạnh đó, việc tích hợp ESG ngày càng trở thành chiến lược trọng yếu giúp ngân hàng ổn định tài chính. Brogi & cộng sự (2022) cho rằng nhận thức ESG cao đi kèm với chỉ số tín nhiệm tốt hơn (thể hiện qua chỉ số Altman Z-score), hàm ý các ngân hàng áp dụng ESG có thể gia tăng mức độ an toàn trong hoạt động. Liu & Xie (2024) cho rằng ESG giúp ngân hàng giảm rủi ro thanh khoản thông qua kiểm soát nợ xấu, từ đó củng cố vị thế tài chính và tăng trưởng dài hạn. Thêm vào đó, động lực tích hợp ESG còn đến từ khung pháp lý ngày càng chặt chẽ đối yêu cầu phát triển ngân hàng bền vững tại các quốc gia. Kosztowniak (2024) cho thấy các ngân hàng không tuân thủ ESG có thể chịu chi phí cao hơn và rủi ro lớn hơn. Những phát hiện này nhấn mạnh vai trò thiết yếu của ESG đối với ngân hàng trong duy trì

chất lượng tín dụng và khả năng chống chịu trước khủng hoảng.

Thứ hai, bên cạnh việc ESG ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra rằng chất lượng tín dụng có thể tác động đến hiệu suất ESG của ngân hàng. Mahyoub & Said (2021) nhấn mạnh rằng chất lượng tín dụng kém, được đặc trưng bởi mức nợ xấu cao, gây ra rủi ro đáng kể cho các ngân hàng. Sự suy giảm chất lượng tín dụng có thể dẫn đến sự giám sát chặt chẽ hơn từ cả cơ quan quản lý và các bên liên quan, vì tỷ lệ nợ xấu cao thường bị coi là dấu hiệu của năng lực quản lý rủi ro tín dụng yếu kém. Kết quả là, các ngân hàng gặp khó khăn trong việc duy trì hoặc cải thiện xếp hạng ESG, đặc biệt khi các bên liên quan ngày càng yêu cầu sự minh bạch và trách nhiệm cao hơn trong quản lý rủi ro. Ngoài ra, mối liên hệ giữa chất lượng tín dụng và hiệu suất ESG còn được thể hiện qua môi trường pháp lý. Kosztowniak (2024) đã chỉ ra rằng các ngân hàng tài trợ cho các ngành có tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội có thể bị xử phạt theo quy định của cơ quan quản lý, từ đó phát sinh thêm chi phí tuân thủ và biện pháp khắc phục, do vậy ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu suất ESG của ngân hàng. Điều này có thể tạo ra một vòng luẩn quẩn, trong đó chất lượng tín dụng kém làm gia tăng rủi ro ESG, tiếp tục làm suy yếu hiệu quả hoạt động tổng thể của ngân hàng.

Điều kiện kinh tế vĩ mô cũng đóng vai trò quan trọng trong việc định hình mối quan hệ giữa chất lượng tín dụng và hiệu quả thực hiện ESG. Festic & cộng sự (2011) nhận thấy rằng rủi ro hệ thống do biến động kinh tế vĩ mô có thể ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng tín dụng, từ đó tác động đến sự ổn định tài chính và xếp hạng ESG của ngân hàng. Các cuộc suy thoái kinh tế có thể làm gia tăng tỷ lệ vỡ nợ, dẫn đến tỷ lệ nợ xấu cao hơn, từ đó có thể khiến các bên liên quan đánh giá lại cam kết ESG của ngân hàng, vì rủi ro tín dụng gia tăng có thể phản ánh việc tuân thủ không đầy đủ các nguyên tắc cho vay bền vững.

Như vậy, các nghiên cứu hiện có đã đưa ra bằng chứng về mối liên hệ nhân quả đáng kể giữa hiệu suất ESG của ngân hàng và chất lượng tín dụng. Việc thực hiện ESG tốt hơn góp phần giảm rủi ro tín dụng, nâng cao sự ổn định tài chính và cải thiện việc tuân thủ quy định. Ngược lại, chất lượng tín dụng cũng ảnh hưởng đến hiệu suất ESG thông qua quản lý rủi ro, tuân thủ quy định, và điều kiện kinh tế vĩ mô. Dựa trên tổng quan nghiên cứu như trên, tác giả đề xuất hai giả thuyết sẽ được kiểm chứng trong nghiên cứu này như sau:

H1: Hiệu suất ESG có tác động tích cực đến chất lượng tín dụng của ngân hàng

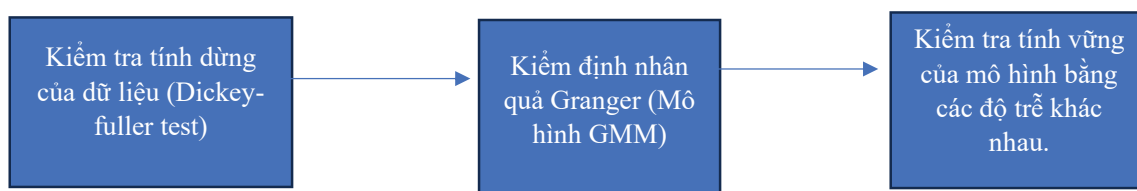
H2: Chất lượng tín dụng có ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất ESG của ngân hàng

3. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất ở trên, nghiên cứu này sử dụng phương pháp kiểm định nhân quả Granger (Granger, 1969). Phương pháp thống kê này thường được áp dụng để kiểm tra mối quan hệ nhân quả giữa hai biến, đặc biệt trong phân tích chuỗi thời gian và kiểm định được thực hiện dựa trên nguyên tắc tiền lệ thời gian, tức là nguyên nhân phải xảy ra trước kết quả của nó theo trình tự thời gian (Siew & cộng sự, 2023).

Trong nghiên cứu này, kiểm định nhân quả Granger được áp dụng nhằm xác định hướng tác động giữa hiệu suất ESG của ngân hàng và chất lượng tín dụng, từ đó cung cấp những hiểu biết quan trọng về mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau giữa hai yếu tố này. Các bước thực hiện hồi quy để phát hiện mối quan hệ nhân quả Granger này được thể hiện trong Hình 1.

Hình 1: Các bước thực hiện hồi quy trong nghiên cứu



Nguồn: Tác giả.

Trước tiên, kiểm định tính dừng của dữ liệu đóng vai trò quan trọng trong phân tích nhân quả Granger ở nghiên cứu này. Tính dừng là một giả định quan trọng trong kiểm định nhân quả Granger, do dữ liệu không dừng có thể dẫn đến kết quả giả mạo, làm suy yếu tính đáng tin cậy của mối quan hệ nhân quả giữa các biến (Engle & Granger, 1987). Tiếp theo, tác giả lựa chọn mô hình Panel Vector Autoregression (PVAR) để kiểm

định nhân quả Granger với dữ liệu bảng. Mô hình PVAR mở rộng so với mô hình Vector Autoregression (VAR) tiêu chuẩn đối với dữ liệu bảng bởi cho phép nắm bắt cả động thái chuỗi thời gian và đặc điểm chéo theo từng ngân hàng. Để ước lượng mô hình PVAR, tác giả sử dụng phương pháp Phương pháp ước lượng mô men tổng quát (Generalized Method of Moments - GMM) với độ trễ để xử lý vấn đề nội sinh tiềm tàng. Ngoài ra, hiệu ứng cố định theo thời gian (fixed effect) được áp dụng trong mô hình nhằm kiểm soát các cú sốc chung ảnh hưởng đến tất cả các ngân hàng trong mẫu nghiên cứu. Sau đó, để kiểm tra độ tin cậy của kết quả, nghiên cứu thực hiện kiểm định tính vững bằng cách sử dụng các độ trễ khác nhau.

Mô hình PVAR được xây dựng để kiểm định từng giả thuyết, cụ thể như sau:

H1: Hiệu suất ESG có tác động tích cực đến chất lượng tín dụng của ngân hàng

$$LLP_{i,t} = \alpha_i + \sum_{j=1}^p \beta_j LLP_{i,t-j} + \sum_{j=1}^p \gamma_j ESG_{i,t-j} + \sum_{j=1}^p \sigma_j X_{i,t-j} + \mu_t + \varepsilon_{i,t}$$

Trong đó:

- $LLP_{i,t}$: Dự phòng tổn thất tín dụng của ngân hàng i , vào năm t
- $ESG_{i,t-j}$: Điểm ESG của ngân hàng i , vào năm $t-j$
- $X_{i,t-j}$: Các biến kiểm soát của ngân hàng i , vào năm $t-j$
- α_i : Hiệu ứng cố định đối với các ngân hàng
- μ_t : Hiệu ứng cố định với thời gian (để kiểm soát các tác động chung cho tất cả các ngân hàng).
- $\beta_j, \gamma_j, \sigma_j$: Hệ số góc cho các biến trễ của LLP, ESG và biến kiểm soát

Bảng 1. Mô tả các biến nghiên cứu

Tên biến (Ký hiệu biến)	Nguồn dữ liệu	Mô tả biến
Điểm ESG (ESG)	S&P Global	Phương pháp tính điểm ESG của S&P đối với các ngân hàng dựa trên Khung đánh giá bền vững doanh nghiệp (CSA). S&P đánh giá mức độ quản trị rủi ro và cơ hội ESG qua ba nguồn chính: dữ liệu công bố bởi ngân hàng, thông tin công khai, và phân tích truyền thông. Hệ thống chấm điểm gồm hơn 100 câu hỏi chuyên ngành ngân hàng, được tổng hợp thành ba trụ cột: Môi trường (16%), Xã hội (33%) và Quản trị (51%). Điểm ESG cuối cùng nằm trong khoảng từ 0 đến 100.
Dự phòng tổn thất tín dụng (LLP)	S&P Global	Chỉ số này phản ánh khoản dự phòng ngân hàng trích lập để bù đắp tổn thất tiềm tàng từ vỡ nợ hoặc suy giảm giá trị khoản vay, và được ghi nhận trong báo cáo thu nhập. Trong nghiên cứu này, dự phòng tổn thất tín dụng (LLP) được thu thập dưới dạng tỷ lệ phần trăm trên tổng dư nợ ròng (USD) nhằm chuẩn hóa mức độ rủi ro tín dụng giữa các ngân hàng.
Nhóm biến kiểm soát		
Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA)	S&P Global	Chỉ số này đo lường tỷ lệ phần trăm giữa Lợi nhuận sau thuế so với Tổng tài sản, phản ánh hiệu quả của ngân hàng trong việc tạo ra lợi nhuận từ các nguồn lực tài sản của mình.
Tỷ lệ thu nhập lãi thuần (NIM)	S&P Global	Chỉ số này là một thước đo quan trọng về khả năng tạo lợi nhuận từ các hoạt động sinh lãi của ngân hàng, được tính bằng tỷ lệ phần trăm giữa Thu nhập lãi thuần so với Tổng tài sản sinh lời từ lãi của ngân hàng.
Quy mô ngân hàng (Log_TA)	S&P Global	Chỉ số này đại diện cho biến đổi logarit của tổng tài sản của ngân hàng, được sử dụng như một biến đại diện cho quy mô ngân hàng. Biến số này cung cấp thông tin về quy mô hoạt động, đồng thời thể hiện vị thế thị trường và khả năng hấp thụ các cú sốc tài chính của ngân hàng.
Tỷ lệ an toàn vốn cấp 1 (TIER1)	S&P Global	Tỷ lệ này cung cấp thông tin quan trọng về mức độ đủ vốn cấp 1 (TIER1), là nguồn vốn đóng vai trò cốt lõi trong việc đánh giá sự ổn định của ngân hàng và mức độ tuân thủ các yêu cầu vốn pháp lý. Công thức tính như sau: Tỷ lệ an toàn vốn cấp 1 = Mức vốn cấp 1 / Tổng tài sản có điều chỉnh rủi ro
Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDP)	World bank	Chỉ số này đo lường tỷ lệ tăng trưởng hàng năm của GDP theo giá thị trường, dựa trên đồng nội tệ cố định của từng quốc gia.

Nguồn: Tác giả.

- ε_i : Sai số
- p : Số năm trễ

H2: *Chất lượng tín dụng có ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất ESG của ngân hàng*

$$ESG_{i,t} = \delta_i + \sum_{j=1}^p \theta_j ESG_{i,t-j} + \sum_{j=1}^p \phi_j LLP_{i,t-j} + \sum_{j=1}^p \lambda_j X_{i,t-j} + v_t + \eta_{i,t}$$

Trong đó:

- $ESG_{i,t}$: Điểm ESG của ngân hàng i , vào năm t
- $LLP_{i,t-j}$: Dự phòng tổn thất tín dụng của ngân hàng i , vào năm t
- $X_{i,t-j}$: Các biến kiểm soát của ngân hàng i , vào năm $t-j$
- δ_i : Hiệu ứng cố định đối với các ngân hàng
- v_t : Hiệu ứng cố định với thời gian
- $\theta_j, \phi_j, \lambda_j$: Hệ số góc cho các biến trễ của ESG, LLP và biến kiểm soát
- $\eta_{i,t}$: Sai số
- p : Số năm trễ

Về thu thập dữ liệu, nghiên cứu sử dụng dữ liệu hàng năm về hiệu suất ESG thông qua điểm ESG, khoản dự phòng tổn thất tín dụng (LLP) và các biến kiểm soát liên quan đến đặc điểm ngân hàng, bao gồm lợi nhuận ngân hàng (ROA), quy mô ngân hàng (Logarit tổng tài sản), và tỷ lệ an toàn vốn cấp 1 (TIER1 ratio), được lấy từ cơ sở dữ liệu S&P Global. Trong khi đó, dữ liệu hàng năm về biến kiểm soát kinh tế vĩ mô (tăng trưởng GDP) được thu thập từ cơ sở dữ liệu của Ngân hàng Thế giới (World Bank). Dữ liệu từ năm 2010 đến 2023 được thu thập cho 153 ngân hàng thuộc 12 quốc gia thị trường mới nổi, dựa trên phân loại MSCI Emerging Markets Index, bao gồm: Nam Phi, Malaysia, Thái Lan, Thổ Nhĩ Kỳ, Indonesia, Philippines, Ấn Độ, Colombia, Brazil, Mexico, Pakistan và Chile. Tóm tắt về các biến nghiên cứu được trình bày trong Bảng 1.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Bảng 2. Mô tả dữ liệu nghiên cứu

Tên biến	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung vị	Giá trị độ lệch chuẩn
ESG	2,52	92,63	53,39	18,58
LLP	0,01	1,76	0,01	0,74
ROA	-0,12	0,2	0,01	0,02
NIM	0,01	0,36	0,04	0,03
Log_TA	8,05	12,59	10,45	2,22
TIER1	0,06	1,18	0,13	0,08
GDP	-0,11	0,13	0,05	0,04

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

Bảng 2 cung cấp bằng chứng cho thấy bộ dữ liệu trong nghiên cứu này có độ tin cậy trong việc kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa ESG và LLP. Các biến ROA và NIM thể hiện sự khác biệt đáng kể về hiệu quả sinh lợi giữa các ngân hàng. Log_TA có phạm vi rộng cho thấy sự đa dạng về quy mô ngân hàng trong mẫu nghiên cứu. Biến TIER1 có độ lệch chuẩn thấp, cho thấy mức độ an toàn vốn tương đối đồng đều, giúp kiểm soát yếu tố biến động tài chính. Biến GDP tăng trưởng ổn định, đảm bảo tính khách quan khi đánh giá tác động kinh tế vĩ mô đến ESG và LLP.

Bảng 3. Kết quả kiểm định Dickey-fuller

Tên biến	Giá trị Dickey-Fuller	Độ trễ	Giá trị P-value	Tính dừng
ESG	-7,14	10	0,01	Có
LLP	-8,4	10	0,01	Có
ROA	-5,83	10	0,01	Có
NIM	-6,77	10	0,01	Có
Log_TA	-8,63	10	0,01	Có
TIER1	-5,00	10	0,01	Có
GDP	-6,74	10	0,01	Có

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

Trong bước kiểm định đầu tiên, tác giả sử dụng kiểm định nghiệm đơn vị Dickey-Fuller để kiểm tra tính dừng của dữ liệu. Bảng 3 cho thấy tất cả các biến được sử dụng trong mô hình có giá trị $p < 0,05$, cho thấy đạt tính dừng ở mức ý nghĩa 5%. Thống kê kiểm định Dickey-Fuller của từng biến đều vượt quá các giá trị tới hạn tương ứng, củng cố kết luận rằng các chuỗi dữ liệu không có nghiệm đơn vị, do đó có thể được đưa vào mô hình hồi quy mà không cần xử lý bổ sung. Kết quả kiểm định Dickey-Fuller cũng xác định độ trễ tối ưu là 10, đây là yếu tố quan trọng để đảm bảo tính tin cậy của kết quả hồi quy trong nghiên cứu này.

Bảng 4. Kết quả kiểm định Wald với độ trễ bằng 10

Nguyên nhân	Hệ quả	Dạng kiểm định	Giá trị thống kê	Số bậc tự do	Giá trị P-value	Kết luận
ESG	LLP, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả Granger	$F = 4,91$	$df1 = 60, df2 = 7070$	$< 2,2e^{-16}$	ESG gây ra tác động nhân quả Granger đối với LLP và các biến số khác
ESG	LLP, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả tức thì	Chi-sq = 37,86	$df = 6$	$1,2e^{-06}$	ESG tác động nhân quả tức thì
LLP	ESG, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả Granger	$F = 0,78$	$df1 = 60, df2 = 7070$	0,89	LLP không gây ra tác động nhân quả Granger đối với ESG và các biến số khác
LLP	ESG, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả tức thì	Chi-sq = 60,42	$df = 6$	$3,69e^{-11}$	LLP tác động nhân quả tức thì

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

Ở bước tiếp theo, kiểm định Wald được sử dụng để xác định quan hệ nhân quả Granger giữa ESG và LLP với độ trễ 10. Kết quả tại Bảng 4 cho thấy biến ESG gây ảnh hưởng nhân quả Granger đến biến LLP và các biến tài chính khác ($F = 4,91$; $p < 2,2e^{-16}$), đồng thời có tác động tức thời đáng kể (Chi-sq = 37,86; $p < 0,001$), phản ánh vai trò của ESG trong quản lý rủi ro tín dụng. Ngược lại, LLP không gây ảnh hưởng nhân quả Granger đến ESG ($F = 0,78$; $p = 0,89$), nhưng có mối liên hệ tức thời với các biến khác, cho thấy sự tác động đồng thời từ các yếu tố ngoại sinh.

Bảng 5. Lựa chọn độ trễ tối ưu

Lag(n)	AIC(n)	HQ(n)	SC(n)	FPE(n)
1	-30,91	-30,81	-30,65	$3,77 \times 10^{-14}$
2	-30,88	-30,7	-30,4	$3,87 \times 10^{-14}$
3	-30,88	-30,61	-30,17	$3,87 \times 10^{-14}$
4	-31,02	-30,66	-30,08	$3,39 \times 10^{-14}$
5	-31,01	-30,57	-29,85	$3,41 \times 10^{-14}$
6	-30,98	-30,46	-29,59	$3,51 \times 10^{-14}$
7	-30,96	-30,35	-29,35	$3,58 \times 10^{-14}$
8	-30,92	-30,22	-29,08	$3,73 \times 10^{-14}$
9	-30,87	-30,09	-28,81	$3,91 \times 10^{-14}$
10	-31,08	-30,21	-28,79	$3,2 \times 10^{-14}$

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

Ở bước cuối, để kiểm tra tính vững của mô hình, tác giả sử dụng các tiêu chí AIC, BIC và HQC nhằm xác định độ trễ tối ưu. Kết quả Bảng 5 cho thấy AIC và FPE đề xuất độ trễ 10, trong khi HQ và SC ủng hộ độ trễ 1, gợi ý một mô hình đơn giản hơn. Để phản ánh tốt hơn biến động kinh tế và chính sách tại thị trường mới nổi, tác giả điều chỉnh độ trễ phù hợp và chọn độ trễ trung bình là 5 giữa độ trễ từ 1 đến 10 nhằm kiểm tra lại quan hệ nhân quả, đảm bảo mô hình phản ánh đúng sự tương tác theo thời gian giữa hiệu quả thực hiện ESG và chất lượng danh mục cho vay đồng thời vẫn giữ vững độ tin cậy thống kê.

Kết quả trong Bảng 6 cho thấy ESG có tác động nhân quả Granger đối với LLP và các biến số khác, với mức ý nghĩa cao ($p < 2,2e^{-16}$), cho thấy rằng chỉ số ESG cung cấp thông tin dự báo về LLP và các yếu tố liên quan. Ngược lại, LLP không có tác động nhân quả Granger đối với ESG hoặc các biến số khác ($p = 0,93$), cho thấy rằng LLP không có khả năng dự báo ESG hoặc các kết quả liên quan. Những kết quả này hoàn toàn

Bảng 6. Kết quả kiểm định Wald với độ trễ bằng 5

Nguyên nhân	Hệ quả	Dạng kiểm định	Giá trị thống kê	Số bậc tự do	Giá trị P-value	Kết luận
ESG	LLP, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả Granger	F = 7,78	df1 = 30, df2 = 7350	$< 2,2e^{-16}$	ESG gây ra tác động nhân quả Granger đối với LLP và các biến số khác
ESG	LLP, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả tức thì	Chi-sq = 56,29	df = 6	$2,55e^{-10}$	ESG tác động nhân quả tức thì
LLP	ESG, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả Granger	F = 0,65	df1 = 30, df2 = 7350	0,93	LLP không gây ra tác động nhân quả Granger đối với ESG và các biến số khác
LLP	ESG, ROA, NIM, Log_TA, TIER1, GDP	Nhân quả tức thì	Chi-sq = 50,81	df = 6	$3,23e^{-09}$	LLP tác động nhân quả tức thì

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

nhất quán với kết luận trước đó từ hồi quy trong Bảng 4, củng cố tính vững của mô hình và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

Như vậy, các kết quả từ nghiên cứu này cung cấp bằng chứng mạnh mẽ và nhấn mạnh ảnh hưởng quan trọng của hiệu quả thực hiện ESG đối với chất lượng tín dụng của ngân hàng. Kết quả kiểm định nhân quả Granger cho thấy rằng hiệu quả thực hiện ESG có tác động dự báo đối với khoản dự phòng tổn thất tín dụng (LLP) và các chỉ số tài chính quan trọng khác như ROA, NIM, Log_TA, TIER1 và GDP của ngân hàng. Cụ thể, nghiên cứu thực nghiệm này của tác giả đã chỉ ra rằng các ngân hàng có điểm ESG cao hơn sẽ có chất lượng tín dụng tốt hơn, nguyên nhân có thể bởi quản trị rủi ro tín dụng hiệu quả, thực hành cho vay có trách nhiệm. Ngoài ra, phân tích nhân quả tức thời cho thấy tác động trực tiếp và ngay lập tức của ESG đối với LLP và các kết quả sinh lời, an toàn vốn của ngân hàng, nhấn mạnh vai trò của ESG trong việc định hướng các quyết định hoạt động kinh doanh ngân hàng. Phát hiện này củng cố quan điểm rằng ESG vừa là một công cụ tối ưu hóa vận hành ngân hàng trong ngắn hạn ngắn hạn, vừa nên là một chiến lược được thực thi dài hạn. Ngược lại, nghiên cứu cho thấy rằng LLP không có tác động nhân quả Granger đối với ESG, gợi ý rằng mặc dù chất lượng tín dụng là một thành phần quan trọng của sự ổn định tài chính của ngân hàng nhưng không đóng vai trò là yếu tố quyết định hay dự báo đối với hiệu quả thực thi các chiến lược ESG của ngân hàng. Tuy nhiên, mối quan hệ nhân quả tức thời đáng kể giữa LLP và các biến tài chính khác cho thấy rằng chất lượng tín dụng có sự tương tác động với các yếu tố bên ngoài, chẳng hạn như điều kiện tăng trưởng kinh tế, củng cố vai trò của LLP trong việc nâng cao khả năng chống chịu của ngân hàng trước các biến động kinh tế vĩ mô.

5. Kết luận và khuyến nghị

Những kết quả từ nghiên cứu này mang lại hàm ý quan trọng cho các ngân hàng và cơ quan quản lý tại các thị trường mới nổi, nơi các tổ chức tài chính hoạt động trong môi trường năng động nhưng chưa có các quy định chặt chẽ về thực hiện ESG cũng như có mức độ áp dụng ESG không đồng đều. Khác với các nền kinh tế phát triển, nhiều ngân hàng tại các thị trường mới nổi phải đối mặt với sự thực thi quy định hạn chế, áp lực từ nhà đầu tư thấp hơn và tiêu chuẩn công bố ESG chưa nhất quán, khiến việc tích hợp ESG vào quá trình ra quyết định tài chính vừa là một thách thức vừa là một cơ hội. Một số đề xuất, khuyến nghị và hàm ý chính sách tác giả đưa ra từ kết quả nghiên cứu như sau:

Thứ nhất, đối với các ngân hàng tại các quốc gia mới nổi, cần xem xét việc thực hiện ESG là công cụ thiết yếu để nâng cao chất lượng tín dụng. Kết quả thực nghiệm từ nghiên cứu này đã nhấn mạnh rằng việc tích hợp ESG là công cụ quan trọng giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro tín dụng, thể hiện ở tỷ lệ dự phòng tổn thất tín dụng giảm. Trong bối cảnh nhiều thị trường mới nổi phải đối mặt với biến động kinh tế cao, thực thi pháp

luật còn yếu và mức độ rủi ro cao với rủi ro môi trường - xã hội, các nhà quản lý ngân hàng cần xây dựng lộ trình dần quy định bắt buộc công bố kết quả thực hiện ESG định kỳ trong báo cáo tài chính ngân hàng, kèm theo cơ chế kiểm toán độc lập và minh bạch. Điều này sẽ nâng cao động lực nội tại trong hệ thống ngân hàng, khuyến khích đầu tư vào các chương trình ESG nhằm góp phần nâng cao chất lượng tín dụng, tăng khả năng sinh lời và bảo vệ tầm đệm vốn. Một số khuyến nghị cụ thể cho cơ quan quản lý bao gồm:

(i) Ban hành hướng dẫn chuẩn hóa về đánh giá rủi ro ESG, yêu cầu ngân hàng báo cáo mức độ rủi ro tín dụng liên quan đến ESG để đảm bảo tính minh bạch;

(ii) Cung cấp các ưu đãi mềm khuyến khích các ngân hàng tiên phong áp dụng các tiêu chuẩn phát triển bền vững;

(iii) Trong bối cảnh nhiều ngân hàng sở hữu nhà nước có vai trò quan trọng tại các nền kinh tế mới nổi, có thể thúc đẩy ESG bằng cách lồng ghép tiêu chí bền vững vào chính sách cho vay và đầu tư của khu vực công.

Thứ hai, nghiên cứu cho thấy ESG ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng nhưng không có chiều ngược lại. Do đó, ESG nên được xem là yếu tố định hướng chiến lược chứ không phụ thuộc vào biến động chất lượng tín dụng ngắn hạn. Ngân hàng trung ương nên tích hợp ESG vào các khung giám sát hệ thống ngân hàng như khung CAMELS mở rộng hoặc các chỉ số an toàn hệ thống mới. ESG nên được xem xét là tiêu chí chính thức trong đánh giá mức độ ổn định và hiệu quả hoạt động ngân hàng, từ đó nâng cao trách nhiệm triển khai ESG một cách dài hạn và không bị tác động ngắn hạn của thị trường tín dụng.

Thứ ba, kết quả thực nghiệm chỉ ra chất lượng tín dụng (đo lường qua biến dự phòng tổn thất tín dụng) có quan hệ nhân quả tức thời với biến số tăng trưởng kinh tế, cho thấy vai trò của quản trị rủi ro tín dụng trong việc giúp ngân hàng thích ứng với biến động kinh tế vĩ mô. Vì vậy, trong bối cảnh thực hiện ESG như tiêu chuẩn bắt buộc, ngân hàng nên thiết kế các chính sách tín dụng ưu đãi cho các khoản vay ESG. Điều này không chỉ hỗ trợ tăng trưởng xanh mà còn giúp ngân hàng duy trì danh mục tín dụng chất lượng cao, tăng cường khả năng chống chịu khi chu kỳ kinh tế biến động mạnh.

Tóm lại, nghiên cứu này cho thấy ESG đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng tín dụng của ngân hàng tại các thị trường mới nổi. ESG không chỉ là yêu cầu tuân thủ mà còn là công cụ chiến lược trong quản trị rủi ro tín dụng và thúc đẩy phát triển bền vững. Mặc dù nghiên cứu đưa ra những phát hiện đáng lưu tâm, vẫn tồn tại một số hạn chế cần được xem xét. Trước hết, sự khác biệt trong khung pháp lý giữa 12 quốc gia thị trường mới nổi có thể ảnh hưởng đến mức độ tích hợp ESG của ngân hàng vào hoạt động tín dụng, dẫn đến sai lệch trong phân tích nhân quả, tuy nhiên nhân tố này chưa được xem xét đến trong các biến nghiên cứu. Bên cạnh đó, nghiên cứu này tập trung vào mối quan hệ tổng thể giữa ESG và chất lượng tín dụng cũng như các chỉ số tài chính của ngân hàng, nhưng chưa đi sâu vào từng yếu tố cụ thể của ESG (bao gồm yếu tố E - Môi trường, yếu tố S - Xã hội, yếu tố G - Quản trị) và tác động riêng biệt của chúng. Đây là gợi ý cho các nghiên cứu tương tự tiếp theo trong tương lai về chủ đề này.

Tài liệu tham khảo

- Bătae, O., Dragomir, V., & Feleagă, L. (2021). The relationship between environmental, social, and financial performance in the banking sector: A European study. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125791. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.125791>
- Brogi, M., Lagasio, V., & Porretta, P. (2022). Be good to be wise: Environmental, social, and governance awareness as a potential credit risk mitigation factor. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 33(3), 522–547. <https://doi.org/10.1111/jifm.12156>
- Buro, M., & Lagasio, V. (2021). An overview of the European policies on ESG in the banking sector. *Sustainability*, 13(22), 12641. <https://doi.org/10.3390/su132212641>
- Chang, H., Liang, L., & Liu, Y. (2021). Using environmental, social, governance (ESG) and financial indicators to measure bank cost efficiency in Asia. *Sustainability*, 13(20), 11139. <https://doi.org/10.3390/su132011139>

- Chiaramonte, L., Dreassi, A., Girardone, C., & Piserà, S. (2021). Do ESG strategies enhance bank stability during financial turmoil? Evidence from Europe. *The European Journal of Finance*, 28(12), 1173–1211. <https://doi.org/10.1080/1351847x.2021.1964556>
- Costello, A. M., Granja, J., & Weber, J. (2019). Do strict regulators increase the transparency of banks? *Journal of Accounting Research*, 57(3), 603–637. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12255>
- Engle, R., & Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. *Econometrica*, 55(2), 251–276. <https://doi.org/10.2307/1913236>
- Ferreira, R. D. S., & Modesto, L. (2021). Competition and the risk of bank failure: Breaking with the representative borrower assumption. *Journal of Public Economic Theory*, 23(4), 622–638. <https://doi.org/10.1111/jpet.12509>
- Festić, M., Kavkler, A., & Repina, S. (2011). The macroeconomic sources of systemic risk in the banking sectors of five new EU member states. *Journal of Banking & Finance*, 35(2), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.08.007>
- Gangi, F., Meles, A., D'Angelo, E., & Daniele, L. M. (2018). Sustainable development and corporate governance in the financial system: Are environmentally friendly banks less risky? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 529–547. <https://doi.org/10.1002/csr.1699>
- Granger, C. W. J. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica*, 37, 243–256.
- Islam, M. S., & Nishiyama, S. (2016). The determinants of bank net interest margins: A panel evidence from South Asian countries. *Research in International Business and Finance*, 37, 501–514. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.01.024>
- Klein, P., & Weill, L. (2022). Bank profitability and economic growth. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 84, 183–199. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2022.01.009>
- Kosztowniak, A. (2024). The impact of ESG regulations and taxonomy on the credit process in commercial banks. *Journal of Finance and Financial Law*, 2(42), 87–108. <https://doi.org/10.18778/2391-6478.2.42.05>
- Liu, S., Jin, J., & Nainar, K. (2023). Does ESG performance reduce banks' nonperforming loans? *Finance Research Letters*, 55, 103859. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.103859>
- Liu, J., & Xie, J. (2024). The effect of ESG performance on bank liquidity risk. *Sustainability*, 16(12), 4927. <https://doi.org/10.3390/su16124927>
- Lupu, I., Hurduzeu, G., & Lupu, R. (2022). How is the ESG reflected in European financial stability? *Sustainability*, 14(16), 10287. <https://doi.org/10.3390/su141610287>
- Mahyoub, M., & Said, R. M. (2021). Factors influencing non-performing loans: Empirical evidence from commercial banks in Malaysia. *Pressacademia*, 8(3), 160–166. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2021.1448>
- Miralles-Quirós, M. M., Miralles-Quirós, J. L., & Hernández, J. R. (2019). ESG performance and shareholder value creation in the banking industry: International differences. *Sustainability*, 11(5), 1404. <https://doi.org/10.3390/su11051404>
- Niedziółka, P., Bernardelli, M., & Korzeb, Z. (2023). Factors of ESG ratings assigned to commercial banks – The cultural and credit risk dimensions. *Argumenta Oeconomica*, 2023(2), 33–63. <https://doi.org/10.15611/aoe.2023.2.02>
- Pan, J. (2024). Can ESG performance mitigate credit risk? *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 71(1), 150–157. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/71/20241462>
- Radhi, S. Q., Hamdan, A., & Amir, D. (2024). The impact of ESG (Environmental, Social, and Governance) disclosures on banks in GCC (Gulf Cooperation Council). In A. Hamdan & A. Harraf (Eds.), *Business development via AI and digitalization* (Studies in Systems, Decision and Control). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-62102-4_43
- Samorodov, B., Azarenkova, G., Golovko, O. G., Miroshnyk, O., & Babenko, M. (2021). Credit risk management in the bank's financial stability system. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(31), 301–310. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190920>
- Sari, N., & Wardhani, R. (2022). The effect of COVID-19 pandemic on banking financial performance through credit risk with ESG performance as moderating variable: Study in ASEAN. *Proceedings of the International Conference*

on *Economic, Management, Business and Accounting (ICEMBA)*, 17 December. <https://doi.org/10.4108/cai.17-12-2022.2333275>

- Shakil, M. H., Mahmood, N., Tasnia, M., & Munim, Z. H. (2019). Do environmental, social and governance performance affect the financial performance of banks? A cross-country study of emerging market banks. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(6), 1331–1344. <https://doi.org/10.1108/meq-08-2018-0155>
- Soehaditama, J. P., Machdar, N. M., & Manurung, A. H. (2023). Determinant banking credit risk management. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(4), 1105–1112. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i4.5032>
- Solovei, N., & Skrypnychenko, I. (2020). Problems of qualitative evaluation of commercial bank loan. *Economics. Finances. Law*, (1/2), 15–19. [https://doi.org/10.37634/efp.2020.1\(2\).3](https://doi.org/10.37634/efp.2020.1(2).3)
- Tommaso, C. D., & Thornton, J. (2020). Do ESG scores affect bank risk taking and value? Evidence from European banks. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2286–2298. <https://doi.org/10.1002/csr.1964>
- Tóth, B., Lippai-Makra, E., Szládek, D., & Kiss, G. (2021). The contribution of ESG information to the financial stability of European banks. *Pénzügyi Szemle Public Finance Quarterly*, 66(3), 429–450. https://doi.org/10.35551/pfq_2021_3_7

VĂN HÓA HỢP TÁC VÀ ĐỔI MỚI THANH ĐẠM: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA QUẢN TRỊ TRI THỨC TRONG SMEs VIỆT NAM

Lê Ba Phong

Đại học Công Nghiệp Hà Nội

Email: lebaphong@hau.edu.vn

Mã bài báo: JED-2099

Ngày nhận: 22/11/2024

Ngày nhận bản sửa: 01/04/2025

Ngày duyệt đăng: 20/05/2025

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.2099

Tóm tắt:

Với vai trò ngày càng quan trọng của việc nâng cao năng lực đổi mới của doanh nghiệp trong bối cảnh nguồn lực hạn chế, nghiên cứu này nhằm khám phá các cơ chế và điều kiện thích hợp để cải thiện khả năng đổi mới thanh đạm của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) và dữ liệu khảo sát từ 289 người tham gia tại 73 doanh nghiệp Việt Nam để kiểm tra tác động của văn hóa hợp tác và năng lực quản lý tri thức đối với khả năng đổi mới thanh đạm của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy văn hóa hợp tác tác động trực tiếp đến các khía cạnh của đổi mới thanh đạm như chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm. Đồng thời, cũng xác nhận vai trò trung gian của quản trị tri thức trong mối quan hệ giữa văn hóa hợp tác và khả năng đổi mới thanh đạm. Nghiên cứu được kỳ vọng sẽ giúp các nhà quản trị nâng cao hiểu biết về con đường thích hợp để cải thiện thành công khả năng đổi mới thanh đạm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam.

Từ khóa: Văn hóa hợp tác, khả năng đổi mới thanh đạm, khả năng quản trị tri thức.

Mã JED: M1, M10.

Collaborative culture and Frugal innovation: The mediating role of knowledge management in Vietnamese SMEs

Given the increasingly important role of enhancing the innovation capability of firms in resource-constrained contexts, this study aims to explore the appropriate mechanisms and conditions to improve frugal innovations of Vietnamese small and medium enterprises. The study used structural equation modeling and survey data from 289 participants in 73 Vietnamese enterprises to examine the impact of collaborative culture and knowledge management on the frugal innovation capabilities of enterprises. The results showed that collaborative culture has a direct impact on three dimensions of frugality, namely frugal function, frugal cost, and frugal ecosystem. The results also confirmed the mediating role of knowledge management in the relationship between collaborative culture and frugal innovation. This study is expected to provide CEOs/managers with deeper insights into the appropriate path to improve the frugal innovation capacity of Vietnamese SMEs successfully.

Keywords: Collaborative culture, Frugal innovation, knowledge management capability.

JED codes: M1, M10.

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, Việt Nam được thế giới biết đến như một thị trường mới nổi, năng động với tốc độ tăng trưởng kinh tế khá cao và ổn định, đạt xấp xỉ 6,8% giai đoạn 2016-2019. Bên cạnh đó, trong bối cảnh kinh tế toàn cầu vẫn phải đối diện với những thách thức và khó khăn, tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam vẫn đạt 2,91% năm 2020, 2,58% năm 2021, 8,02% năm 2022, 5,05% năm 2023, 7,09% năm 2024 và trở thành một trong số ít quốc gia có tốc độ tăng trưởng kinh tế tốt nhất thế giới trong giai đoạn hậu Covid-19. Dẫu vậy, để đảm bảo nền kinh tế Việt Nam tiếp tục có những bước tăng trưởng và phát triển ổn định, đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải không ngừng nâng cao khả năng đổi mới sáng tạo nhằm thích ứng tốt nhất với những biến chuyển nhanh chóng của môi trường kinh tế-xã hội, tình thế cạnh tranh và xu hướng hội nhập kinh tế toàn cầu.

Gắn với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở thị trường mới nổi và đang phát triển như Việt Nam, việc đổi mới với sự hạn chế về nguồn lực, như nguồn lực công nghệ, kỹ thuật công nghệ và tài chính, đã khiến các nhà lãnh đạo phải suy nghĩ lại về chiến lược đổi mới của doanh nghiệp. Tăng cường khả năng đổi mới thanh đạm (frugal innovation - ĐMTĐ) được xem như một định hướng chiến lược phù hợp và tối ưu nhất để các doanh nghiệp theo đuổi nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững (Dost & cộng sự, 2019; Le & cộng sự, 2021). Theo Lei & cộng sự (2021a), trước áp lực khan hiếm tài nguyên, theo đuổi ĐMTĐ giúp doanh nghiệp tạo ra những hàng hóa và dịch vụ mới, rẻ hơn đáng kể so với các sản phẩm và dịch vụ của đối thủ cạnh tranh nhưng vẫn đảm bảo chất lượng và đáp ứng tốt các nhu cầu cơ bản của khách hàng (Lei & cộng sự, 2021a). Nhiều nghiên cứu chỉ rằng ĐMTĐ không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp mà còn mang đến sự phát triển bền vững cho sự phát triển kinh tế - xã hội, lợi ích môi trường và cơ hội kinh doanh (Dost & cộng sự, 2019; Le & cộng sự, 2024). Do đó, việc nghiên cứu và phát triển các nhân tố tiền đề và cơ chế phù hợp nhằm thúc đẩy ĐMTĐ trở lên rất cần thiết và quan trọng, đặc biệt đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước mới nổi và đang phát triển như Việt Nam (Lei & cộng sự, 2021a; Le, 2023).

Văn hóa hợp tác (VHHT) và khả năng quản trị tri thức (QTTT) được coi là những nhân tố tiền đề, có ảnh hưởng trực tiếp đến các kết quả đầu ra quan trọng và khả năng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp (Lei & cộng sự, 2021a; Le & cộng sự, 2024). Dẫu vậy phần lớn các nghiên cứu trước đây thường nghiên cứu ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến ĐMTĐ ở góc độ tổng thể (ví dụ, Dost & cộng sự, 2019; AlMulhim, 2021) mà chưa xem xét ảnh hưởng của của các mô hình văn hóa cụ thể như VHHT đến quản trị tri thức và các khía cạnh cụ thể của ĐMTĐ trên các phương diện chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm (Le, 2023). Do đó, để tăng cường hiểu biết về các điều kiện và tiền đề giúp cải thiện ĐMTĐ, bài báo sẽ nghiên cứu và lượng hóa ảnh hưởng của VHHT đối với khả năng ĐMTĐ thông qua vai trò trung gian của khả năng QTTT. Xuất phát từ những khoảng trống lý thuyết và thực tiễn liên quan đến vai trò và ảnh hưởng của VHHT và QTTT đối với khả năng ĐMTĐ, nghiên cứu này được thực hiện nhằm làm sáng tỏ những câu hỏi nghiên cứu sau:

1. Giữa VHHT và QTTT nhân tố nào có tác động tích cực hơn đến khả năng ĐMTĐ của doanh nghiệp?
2. QTTT có đóng vai trò là nhân tố trung gian trong mối quan hệ giữa VHHT và khả năng ĐMTĐ của doanh nghiệp hay không?
3. Các doanh nghiệp Việt Nam nên làm gì để tăng cường khả năng ĐMTĐ của doanh nghiệp?

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Các khái niệm cơ bản

2.1.1. Văn hóa hợp tác

Văn hóa doanh nghiệp được định nghĩa là tập hợp các giá trị, niềm tin, chuẩn mực và hành vi được chia sẻ rộng rãi bởi các thành viên trong tổ chức và tạo nên bản sắc đặc trưng của tổ chức (Lei & cộng sự, 2019; Schein, 2004). Văn hóa doanh nghiệp là một phạm trù phức tạp, được nghiên cứu và phân loại theo nhiều dạng thức và kiểu văn hóa khác nhau tùy theo nhiều bối cảnh và cấp độ nghiên cứu. Văn hóa hợp tác được coi là một mô hình cụ thể của văn hóa tổ chức và được các nhà nghiên cứu định nghĩa như sau: VHHT là tập hợp các giá trị cốt lõi của văn hóa tổ chức được đặc trưng bởi tầm nhìn dài hạn, làm việc theo nhóm, tôn trọng lẫn nhau, nhấn mạnh tinh thần cởi mở, hợp tác và chia sẻ kiến thức giữa các thành viên trong tổ chức (Yang & cộng sự, 2018; Le & cộng sự, 2020). VHHT chính là nguồn gốc tạo nên sức mạnh tập thể, được xây dựng dựa trên sự tôn trọng, quan tâm và hỗ trợ lẫn nhau giữa các thành viên trong tổ chức.

2.1.2. Khả năng quản trị tri thức

Quan điểm dựa trên tri thức (KBV) lập luận rằng tri thức là tài sản quan trọng của tổ chức, là nguồn gốc tạo giá trị cốt lõi và lợi thế cạnh tranh (Grant, 1996). Le & cộng sự (2024) lập luận rằng việc tạo ra tri thức tổ chức là quá trình khuếch đại tri thức bắt nguồn từ các cá nhân và kết tinh nó thành một phần của hệ thống tri thức của một tổ chức. Theo Lei & cộng sự (2021a), QTTT là khả năng của doanh nghiệp trong việc tạo ra, chia sẻ và áp dụng tri thức tổ chức để tạo ra giá trị cốt lõi và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Khả năng QTTT cho phép các doanh nghiệp kiểm soát và sử dụng có hiệu quả nguồn lực tri thức hiện có, đồng thời phát triển nguồn lực tri thức này thông qua các quá trình thu nhận, chia sẻ và ứng dụng tri thức nhằm đạt được các mục tiêu và kết quả đầu ra quan trọng.

2.1.3. Khả năng đổi mới thanh đạm

ĐMTĐ được coi là tương lai của quản trị đổi mới và là một khái niệm triển vọng để thực hành đổi mới trong những năm tới của doanh nghiệp (Le, 2023; Le & cộng sự, 2024). Weyrauch & Herstatt (2017) đã tổng quan nghiên cứu và khái quát hóa 3 tiêu chí căn bản phản ánh ĐMTĐ bao gồm: (1) *giảm chi phí đáng kể*, đề cập khả năng của doanh nghiệp trong việc tạo ra sản phẩm với chi phí thấp hơn đáng kể so với các sản phẩm và dịch vụ thông thường; (2) *tập trung vào các chức năng cốt lõi*, đề cập đến việc chú trọng vào chức năng thiết yếu của sản phẩm để mang lại lợi ích và thỏa mãn các yêu cầu trọng yếu nhất của khách hàng; và (3) *mức hiệu suất được tối ưu hóa*, đề cập đến khía cạnh đạt được hiệu suất theo nghĩa rộng, bao gồm hiệu suất của tất cả các chức năng và đặc điểm kỹ thuật, chẳng hạn như tốc độ, công suất, độ bền và độ chính xác. Rossetto & cộng sự (2017) lập luận rằng ĐMTĐ liên quan đến việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới, đủ rõ để mang lại cơ hội tiêu dùng cho những khách hàng hạn chế về nguồn lực. Dựa trên những hiểu biết và định nghĩa về ĐMTĐ, nghiên cứu này cho rằng:

ĐMTĐ là khả năng của tổ chức trong việc vận dụng sáng tạo tri thức để phát triển và tạo ra những sản phẩm và dịch vụ mới, tập trung vào giá trị cốt lõi, có giá thành rẻ, bền và dễ sử dụng.

Dựa trên kết quả nghiên cứu của Rossetto & cộng sự (2017) và Lei & cộng sự (2021a) nghiên cứu này đánh giá khả năng ĐMTĐ của doanh nghiệp bởi 3 thành phần cấu thành gồm: (1) chức năng thanh đạm (CNTĐ) - Frugal function; (2) chi phí thanh đạm (CPTĐ) - Frugal cost; và (3) hệ sinh thái thanh đạm (STTĐ) - Frugal ecosystem. Chức năng thanh đạm đề cập đến khả năng của doanh nghiệp trong việc tạo ra các sản phẩm có độ bền cao, tập trung vào giá trị cốt lõi của sản phẩm; chi phí thanh đạm đề cập đến khả năng giảm thiểu đáng kể chi phí, nguồn lực tài chính và các nguồn lực vật chất trong khâu chế tạo sản phẩm nhằm mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm tốt và rẻ; và hệ sinh thái thanh đạm phản ánh khả năng và nỗ lực của doanh nghiệp trong việc khởi tạo và duy trì sự kết nối hiệu quả trong toàn bộ chuỗi giá trị và môi trường hoạt động của doanh nghiệp.

2.2. Mối quan hệ giữa văn hóa hợp tác và khả năng đổi mới thanh đạm

VHHT được xem là nhân tố tiền đề, có tác động tích cực đến thái độ hành vi của nhân viên và khả năng đổi mới của tổ chức. Các nhà nghiên cứu cho rằng các giá trị cốt lõi của VHHT như hành vi và hoạt động giao tiếp tập trung vào xử lý sai lầm, tạo ý tưởng, khuyến khích học tập liên tục, chấp nhận rủi ro, cạnh tranh, hỗ trợ thay đổi, xử lý xung đột và giao tiếp cởi mở là tiền đề thúc đẩy việc hình thành các ý tưởng, giải pháp mới và năng lực đổi mới của tổ chức (Martins & Terblanche, 2003). Le & cộng sự (2020) khẳng định rằng mức độ thành công của đổi mới được quyết định chủ yếu với tinh thần hợp tác và chia sẻ tri thức của nhân viên trong tổ chức. VHHT có tác động tích cực đến các khía cạnh cụ thể của ĐMTĐ thể hiện ở những điểm sau:

Thứ nhất, VHHT có tác động tích cực đến chức năng tham đàm bởi bầu không khí hợp tác và tôn trọng sẽ khuyến khích người lao động tích cực tranh luận và trao đổi cởi mở với nhau (Le & cộng sự, 2020). Điều này là rất quan trọng để các cá nhân, bộ phận trong tổ chức phát hiện và vận dụng có hiệu quả các ý tưởng và giải pháp hữu ích để tạo ra những hàng hóa dịch vụ có chất lượng đảm bảo và thỏa mãn được nhu cầu người tiêu dùng về giá trị sử dụng và chức năng cốt lõi của sản phẩm (Le, 2023; Shehzad & cộng sự, 2023).

Thứ hai, VHHT có tác động tích cực đến chi phí thanh đạm bởi các giá trị và chuẩn mực của VHHT có tác dụng khuyến khích tinh thần làm việc nhóm và truyền cảm hứng cho nhân viên trong việc nuôi dưỡng và triển khai các giải pháp sáng tạo và hiệu quả để giảm thiểu chi phí trong quá trình sản xuất và cung ứng sản phẩm (Le & cộng sự, 2020).

Thứ ba, VHHT thúc đẩy quá trình xã hội hóa trong các tổ chức, cho phép nhân viên nhận thức ý nghĩa của đổi mới cũng như tích hợp các kiến thức đa dạng từ môi trường thông qua việc kết nối hiệu quả với các bên liên quan trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp. Do đó, VHHT tác động tích cực đến hệ sinh thái thanh đạm (Le & cộng sự, 2020; Shehzad & cộng sự, 2023).

Như vậy VHHT giúp thúc đẩy các hoạt động chia sẻ, thử nghiệm ý tưởng và khai thác tri thức giữa mọi thành viên trong tổ chức, giúp các cá nhân và bộ phận có nhiều cách tiếp cận mới và tối ưu để giải quyết vấn đề, thách thức đặt ra và tăng cường khả năng ĐMTĐ ở các khía cạnh chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm. Do đó những giả thuyết sau được đề xuất.

H1a.b.c: VHHT có tác động tích cực đến chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm.

2.3. Vai trò trung gian của QTTT trong mối quan hệ giữa VHHT và ĐMTĐ

Văn hóa được coi là yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả các hoạt động thu thập, chia sẻ và ứng dụng tri thức trong tổ chức. Theo Sveiby & Simons (2002), các hoạt động thu nhận và chia sẻ tri thức sẽ phát huy tác dụng tối đa nếu tổ chức xây dựng được bầu không khí cởi mở, hợp tác ở tất cả các cấp quản lý và toàn bộ tổ chức. Theo Yang (2007), hiệu quả của các hoạt động thu nhận và chia sẻ tri thức sẽ được khuếch đại nếu các công ty tạo ra được một môi trường hợp tác tích cực trong tổ chức. Mueller (2014) đưa ra bằng chứng cho thấy với việc xây dựng và phát triển một môi trường văn hóa hợp tác và cởi mở, các doanh nghiệp ở Châu Âu đã tạo ra động lực thúc đẩy cho các hoạt động chia sẻ kiến thức của nhân viên. Một số nghiên cứu gần đây cho thấy VHHT tác động tích cực đến khả năng QTTT của tổ chức bởi các giá trị cốt lõi của VHHT (như nhấn mạnh giao tiếp cởi mở trên tinh thần tôn trọng và hợp tác) giúp tăng cường sự gắn kết và tinh thần đồng đội giữa các cá nhân, khiến nhân viên trở nên sáng tạo, tự tin và sẵn sàng hơn cho các hoạt động thu thập, chia sẻ và ứng dụng tri thức (Le & cộng sự, 2020; Shehzad & cộng sự, 2023). Từ những lập luận trên đây, giả thuyết sau được đề xuất:

H2: VHHT có tác động tích cực đến khả năng QTTT của tổ chức.

Khả năng đổi mới của doanh nghiệp phụ thuộc nhiều vào mức độ chuyển đổi và ứng dụng tri thức vào thực tiễn (Le & Lei, 2019). Du Plessis (2007) cho rằng QTTT không chỉ tập trung và hướng tới đổi mới, mà còn tạo ra một môi trường thuận lợi cho đổi mới diễn ra. Theo Naqshbandi & Jasimuddin (2018), khả năng QTTT giúp doanh nghiệp cải thiện và đẩy nhanh quá trình áp dụng kiến thức mới, từ đó giúp tăng cường khả năng tạo ra những sản phẩm và dịch vụ mới của doanh nghiệp. Một số nghiên cứu gần đây cũng cho thấy khả năng thu nhận, chia sẻ và ứng dụng tri thức là những tiền đề chính yếu thúc đẩy quá trình đổi mới của một tổ chức (Le & Lei, 2019). Đặc biệt, nghiên cứu của Lê Ba Phong (2021) cho thấy ảnh hưởng tích cực của QTTT đến các khía cạnh của ĐTTĐ. Do đó nghiên cứu đề xuất các giả thuyết sau:

H3a.b.c: Khả năng QTTT tác động tích cực đến khả năng ĐMTĐ trên các phương diện chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm.

Những lập luận trên đã hỗ trợ tích cực cho vai trò trung gian của khả năng QTTT trong mối quan hệ giữa VHHT và khả năng ĐMTĐ. Bên cạnh đó, Le & cộng sự (2020) lập luận rằng những giá trị cốt lõi của VHHT có tác động tích cực đến hoạt động chia sẻ kiến thức của nhân viên, từ đó giúp tăng cường khả năng ĐMTĐ. Shehzad & cộng sự (2023) đưa ra bằng chứng về vai trò trung gian của QTTT trong mối quan hệ giữa VHHT và khả năng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Rõ ràng, bằng cách khuyến khích các giá trị chia sẻ, tinh thần hợp tác, thảo luận cởi mở cũng như thúc đẩy sự hỗ trợ lẫn nhau giữa các nhân viên, dưới tác động của VHHT nhân viên có khả năng nhận ra những lỗ hổng kiến thức cần thu thập, chia sẻ và áp dụng, do đó giúp kiến thức dễ tiếp cận và chuyển hóa thành khả năng ĐMTĐ trên các khía cạnh chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm. Để khám phá vai trò trung gian của QTTT giữa VHHT và ĐMTĐ, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết sau:

H4a.b.c: Khả năng QTTT là cầu nối trung gian giữa VHHT và khả năng ĐMTĐ trên các phương diện chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Đặc biệt, để đưa ra bằng chứng định lượng về mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình nghiên cứu, tác giả đã tiến hành thu

thập số liệu sơ cấp thông qua bảng hỏi và phân tích xử lý số liệu trên phần mềm SPSS và AMOS phiên bản 22.

3.1. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành dựa trên mẫu nghiên cứu gồm 73 doanh nghiệp vừa và nhỏ đang hoạt động tại ba thành phố lớn của Việt Nam là Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh. Để đáp ứng mục tiêu nghiên cứu, người trả lời phải là những nhân viên chủ chốt của doanh nghiệp (giữ các vị trí quản lý ở các phòng ban quan trọng như phòng quản trị, phòng R&D, phòng kế toán và phòng Marketing). Nghiên cứu phát ra 395 phiếu khảo sát, thu về 352 phiếu trong đó có 289 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích. Nghiên cứu có 24 biến quan sát đo lường 5 nhân tố; theo tiêu chuẩn của Hair & cộng sự (1988), kích thước mẫu tối thiểu phải lớn hơn 5 lần số biến quan sát, tương ứng với $24 \times 5 = 120$ phiếu. Do đó, với 289 phiếu hợp lệ, nghiên cứu đã đảm bảo tiêu chuẩn về kích thước mẫu cho việc phân tích nhân tố và kiểm định mô hình hồi quy đa biến.

3.2. Đo lường

Các biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert năm mức độ (với 1: Hoàn toàn không đồng ý, 2: Không đồng ý, 3: Bình thường, 4: Đồng ý và 5: Hoàn toàn đồng ý).

Bảng 1: Thang đo các nhân tố trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Biến quan sát	Nguồn
Văn hóa hợp tác		
VHHT1	Những thay đổi trong công ty được coi là tự nhiên và cần thiết	Son & cộng sự (2020)
VHHT2	Công ty coi nhân viên là tài sản quý giá và luôn đánh giá cao sự cống hiến của họ	
VHHT3	Công ty đánh giá cao những thử nghiệm và khám phá của nhân viên	
VHHT4	Công ty khuyến khích và đánh giá cao các quan điểm khác nhau của nhân viên	
VHHT5	Nhân viên trong công ty luôn tôn trọng những ý kiến và đóng góp của nhau	
VHHT6	Những vướng mắc được thảo luận cởi mở và bình đẳng giữa các nhân viên	
VHHT7	Công ty khuyến khích sự hợp tác và phối hợp giữa các cá nhân và bộ phận	
VHHT8	Tất cả nhân viên đều nhận thức được kỳ vọng của người quản lý	
Khả năng quản trị tri thức		
QTTT1	Công ty có các quy trình để thu nhận kiến thức từ các nhà cung cấp, khách hàng và đối tác	Le & Ha (2024)
QTTT2	Công ty có thể tạo ra kiến thức mới từ kiến thức hiện có	
QTTT3	Công ty có các quy trình để phổ biến kiến thức trong toàn bộ tổ chức	
QTTT4	Công ty có các cuộc họp định kỳ để thông báo cho nhân viên về những cải tiến mới	
QTTT5	Công ty có các quy trình chính thức để chia sẻ các phương pháp làm việc mới	
QTTT6	Công ty có hệ thống thông tin giúp nhân viên tiếp cận được các thông tin cần thiết	
QTTT7	Công ty có các quy trình để vận dụng kiến thức vào phát triển các sản phẩm mới	
Chức năng thanh đạm		
CNTĐ1	Công ty tập trung vào chức năng cốt lõi hơn là chức năng bổ sung của sản phẩm	Le (2023)
CNTĐ2	Công ty có khả năng tìm kiếm và áp dụng các giải pháp mới để tạo ra các sản phẩm dễ sử dụng	
CNTĐ3	Công ty thường xuyên cải tiến để nâng cao độ bền của sản phẩm	
Chi phí thanh đạm		
CPTĐ1	Công ty giới thiệu các giải pháp mới để cung cấp các sản phẩm tốt và rẻ	Le (2023)
CPTĐ2	Công ty tiết giảm đáng kể chi phí trong quá trình hoạt động	
CPTĐ3	Công ty giảm đáng kể giá bán của các sản phẩm cung cấp	
Hệ sinh thái thanh đạm		
STTĐ1	Công ty quan tâm đến tính bền vững của môi trường trong quá trình hoạt động	Le (2023)
STTĐ2	Công ty có khả năng và xây dựng mối quan hệ đối tác tốt đẹp với các công ty địa phương trong quá trình hoạt động	
STTĐ3	Công ty luôn tìm kiếm và áp dụng những giải pháp hữu hiệu để sản phẩm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và tiêu chuẩn về môi trường	

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích nhân tố khẳng định

Để đánh giá độ tin cậy nội tại của các thang đo, tác giả căn cứ vào hệ số Cronbach alpha (α). Kết quả thống kê ở Bảng 2 cho thấy các giá trị α trong khoảng 0,92 đến 0,96 (cao hơn mức ý nghĩa 0,7) đã khẳng

định độ tin cậy của thang đo dùng trong nghiên cứu.

Bảng 2: Thống kê mô tả và độ tin cậy của mô hình đo lường

Các nhân tố	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Biến quan sát	Hệ số tải	AVE	CR	Ca
Văn hóa hợp tác	3,30	0,55	VHHT1	0,864***	0,71	0,95	0,95
			VHHT2	0,843***			
			VHHT3	0,823***			
			VHHT4	0,863***			
			VHHT5	0,854***			
			VHHT6	0,860***			
			VHHT7	0,875***			
			VHHT8	0,769***			
Khả năng QTTT	3,50	0,52	QTTT1	0,651***	0,65	0,92	0,92
			QTTT2	0,673***			
			QTTT3	0,706***			
			QTTT4	0,929***			
			QTTT5	0,835***			
			QTTT6	0,882***			
			QTTT7	0,933***			
Chức năng thanh đạm	3,64	0,65	CNTĐ1	0,939***	0,85	0,94	0,94
			CNTĐ2	0,925***			
			CNTĐ3	0,912***			
Chi phí thanh đạm	3,73	0,64	CPTĐ1	0,887***	0,86	0,94	0,94
			CPTĐ2	0,953***			
			CPTĐ3	0,940***			
Hệ sinh thái thanh đạm	3,65	0,66	STTĐ1	0,954***	0,87	0,95	0,95
			STTĐ2	0,890***			
			STTĐ3	0,961***			

Ghi chú: *** $p < 0,001$.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được dùng để đánh giá tính hợp lệ của mô hình đo lường tổng thể, tính hội tụ và phân biệt của các cấu trúc. Kết quả phân tích CFA ở Bảng 2 cho thấy tất cả các hệ số tải và độ tin cậy tổng hợp nằm trong phạm vi chấp nhận được và có ý nghĩa thống kê $p < 0,001$. Trong đó, hệ số tải nhân tố trong khoảng từ 0,65 đến 0,95; độ tin cậy tổng hợp trong khoảng từ 0,92 đến 0,95; trung bình phương sai trích (AVE) nằm trong khoảng từ 0,65 đến 0,87; do đó mô hình nghiên cứu đáp ứng được các tiêu chí về tính phân biệt và hội tụ.

Nghiên cứu sử dụng các chỉ số: Chi-square/df (CMIN/ df), chỉ số phù hợp (GFI) và sai số trung bình bình phương xấp xỉ (RMSEA); chỉ số phù hợp tiêu chuẩn (NFI), chỉ số phù hợp điều chỉnh (AGFI) và chỉ số phù hợp so sánh (CFI) để đo mức độ phù hợp của mô hình đo lường. Bảng 3 cho thấy các chỉ số này đều nằm trong ngưỡng giá trị cho phép. Do đó mô hình đo lường là đảm bảo độ tin cậy và phù hợp cho việc phân tích tương quan giữa các nhân tố.

Bảng 3: Chỉ số phù hợp tổng thể của mô hình CFA

Các chỉ số	Giá trị	Ngưỡng giá trị đề xuất
Absolute fit measures		
CMIN/df	1,430	$\leq 2^a$; $\leq 5^b$
GFI	0,911	$\geq 0,90^a$; $\geq 0,80^b$
RMSEA	0,039	$\leq 0,80^a$; $\leq 0,10^b$
Incremental fit measures		
NFI	0,955	$\geq 0,90^a$;
AGFI	0,889	$\geq 0,90^a$; $\geq 0,80^b$
CFI	0,986	$\geq 0,90^a$;

Ghi chú: a Ngưỡng tốt nhất; b Ngưỡng chấp nhận được.

4.2. Mô hình cấu trúc và kết quả nghiên cứu

Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) được sử dụng với kỹ thuật maximum likelihood estimation (ước tính khả năng xảy ra tối đa) để kiểm tra các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu (Hình 1, Bảng 4 và Bảng 5).

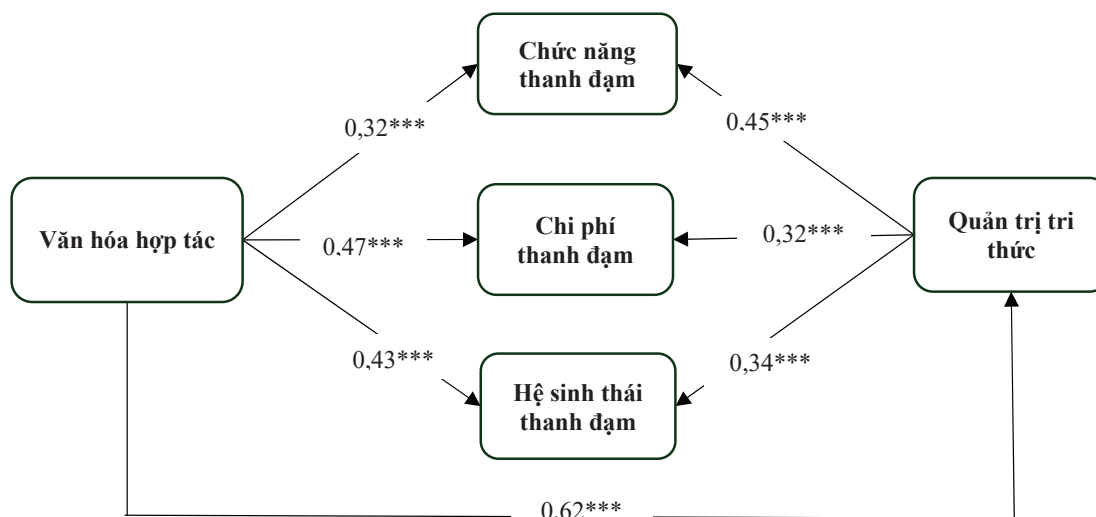
Bảng 4: Kết quả của mô hình cấu trúc (SEM)

Giả thuyết	Tác động đề xuất	β	P	Kết quả
H1a. VHHT $\rightarrow$ CNTĐ	+	0,324***	<0,001	Chấp nhận
H1b. VHHT $\rightarrow$ CPTĐ	+	0,478***	<0,001	Chấp nhận
H1c. VHHT $\rightarrow$ STTĐ	+	0,436***	<0,001	Chấp nhận
H2. VHHT $\rightarrow$ QTTT	+	0,627***	<0,001	Chấp nhận
H3a. QTTT $\rightarrow$ CNTĐ	+	0,456***	<0,001	Chấp nhận
H3b. QTTT $\rightarrow$ CPTĐ	+	0,320***	<0,001	Chấp nhận
H3c. QTTT $\rightarrow$ STTĐ	+	0,348***	<0,001	Chấp nhận

Chú thích: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,05$.

Kết quả nghiên cứu ở Hình 1 và Bảng 4 cho thấy tác động của VHHT đối với khả năng chức năng thanh đạm ($\beta = 0,324$; $p < 0,001$); chi phí thanh đạm ($\beta = 0,478$; $p < 0,001$); và hệ sinh thái thanh đạm ($\beta = 0,436$; $p < 0,001$) là có ý nghĩa thống kê. Do đó giả thuyết H1a.b.c được thỏa mãn. Kết quả nghiên cứu cho thấy VHHT có tác động lớn nhất đối với hệ sinh thái thanh đạm.

Liên quan đến giả thuyết H2, với giá trị $\beta = 0,627$ ($p < 0,001$), kết quả nghiên cứu cho thấy VHHT có tác động mạnh và tích cực đến khả năng QTTT của doanh nghiệp.

Hình 1: Kết quả mô hình cấu trúc SEM

Chú thích: *** $p < 0,001$.

Kết quả phân tích cũng xác nhận cho giả thuyết H3a; H3b và H3c. Cụ thể, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng khả năng QTTT có tác động mạnh nhất đến chức năng thanh đạm ($\beta = 0,456$; $p < 0,001$), tiếp đó là hệ sinh thái thanh đạm ($\beta = 0,348$; $p < 0,001$) và sau cùng là chi phí thanh đạm ($\beta = 0,320$; $p < 0,001$).

Để kiểm tra và cung cấp bằng chứng về vai trò trung gian của QTTT giữa VHHT và các khía cạnh của ĐMTĐ, nghiên cứu sử dụng phương pháp khoảng tin cậy bootstrap với 3.000 lần lặp để kiểm tra ý nghĩa của các tác động gián tiếp (Bảng 5).

Bảng 5: Khoảng tin cậy của các tác động gián tiếp

Giả thuyết	Đường dẫn	Tác động trực tiếp	Tác động gián tiếp	Tác động tổng thể	Khoảng tin cậy	
					Giới hạn dưới	Giới hạn trên
H4a	VHHT $\rightarrow$ QTTT $\rightarrow$ CNTĐ	0,324***	0,286***	0,610***	0,201	0,354
H4b	VHHT $\rightarrow$ QTTT $\rightarrow$ CPTĐ	0,478***	0,201***	0,679***	0,139	0,276
H4c	VHHT $\rightarrow$ QTTT $\rightarrow$ STTĐ	0,436***	0,219***	0,655***	0,151	0,289

Chú ý: *** $p < 0,001$.

Bảng 5 cho thấy tác động gián tiếp của VHHT đối với chức năng thanh đạm ($\beta = 0,286$; $p < 0,001$), chi phí thanh đạm ($\beta = 0,201$; $p < 0,001$) và hệ sinh thái thanh đạm ($\beta = 0,219$; $p < 0,001$) là có ý nghĩa thống kê với $p < 0,001$ và nằm trong khoảng tin cậy. Do đó, giả thuyết H4a, H4b và H4c được chấp nhận. Kết quả này cho thấy khả năng QTTT đóng vai trò là cầu nối trung gian trong mối quan hệ giữa VHHT và các khía cạnh của ĐMTĐ.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và kết luận

Kết quả nghiên cứu về mối quan hệ giữa VHHT, khả năng QTTT và khả năng ĐMTĐ đã tích cực mang đến những sáng kiến lý thuyết và hiểu biết về các tiền đề cần thiết giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao khả năng ĐMTĐ, thể hiện ở những khía cạnh sau:

Thứ nhất, nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn toàn diện về ảnh hưởng của VHHT đối với một mô hình đổi mới đặc thù đó là ĐMTĐ. Thật vậy, các nhà nghiên cứu ngày càng quan tâm đến các giải pháp thúc đẩy ĐMTĐ nhằm đảm bảo sự thành công của tổ chức trong bối cảnh cạnh tranh vì lợi ích của người tiêu dùng (Lei & cộng sự, 2021a; Le, 2023). Mặc dù, các nghiên cứu hiện tại cho thấy việc nghiên cứu các tiền đề và kết quả của ĐMTĐ là rất cần thiết, tuy nhiên, đâu là yếu tố cơ bản thúc đẩy ĐMTĐ vẫn là thách thức lớn và là câu hỏi trọng tâm đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (Le & cộng sự, 2024). Bên cạnh đó, mặc dù VHHT có vai trò quan trọng đối với khả năng đổi mới (Yang & cộng sự, 2018), nhưng có rất ít nghiên cứu khám phá ảnh hưởng của VHHT đối với ĐMTĐ. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc thúc đẩy một bầu không khí hợp tác sẽ tích cực góp phần giúp các doanh nghiệp cải thiện khả năng ĐMTĐ. Kết quả nghiên cứu hàm ý rằng các việc phát triển văn hóa tổ chức nhấn mạnh tinh thần hợp tác có thể là một lựa chọn tối ưu cho các doanh nghiệp để theo đuổi và đạt được mục tiêu về ĐMTĐ.

Thứ hai, khác biệt với những nghiên cứu trước đây, ví dụ AlMulhim (2021) và Dost & cộng sự (2019) chỉ nghiên cứu các tiền đề tác động đến ĐMTĐ ở góc độ tổng thể, nghiên cứu này đã tìm hiểu tác động của VHHT và QTTT đến khả năng ĐMTĐ ở những khía cạnh cụ thể là chức năng thanh đạm, chi phí thanh đạm và hệ sinh thái thanh đạm. Kết quả nghiên cứu cho thấy, QTTT tạo ra những tác động lớn hơn đến chức năng thanh đạm so với những tác động của nó đối với chi phí và hệ sinh thái thanh đạm. Những phát hiện này góp phần mang đến những hiểu biết mới và cụ thể hơn, giúp các doanh nghiệp trong nền kinh tế mới nổi và đang phát triển như Việt Nam thuận lợi hơn trong việc theo đuổi từng khía cạnh cụ thể của ĐMTĐ.

Thứ ba, nghiên cứu này cung cấp một khung lý thuyết mới về ảnh hưởng của VHHT đối với ĐMTĐ bằng cách khám phá và phân tích vai trò trung gian của QTTT trong việc liên kết VHHT đối với các khía cạnh cụ thể của ĐMTĐ. Mặc dù, tri thức và các quá trình chia sẻ tri thức được xác định là nhân tố trung gian trong mối quan hệ giữa các yếu tố tổ chức như quản trị nguồn nhân lực và đổi mới (Lei & cộng sự, 2021b; Le & Le, 2023), tuy nhiên theo quan sát của người nghiên cứu, chưa có nghiên cứu nào đề cập trực tiếp đến vai trò trung gian của QTTT trong mối quan hệ với các khía cạnh cụ thể của ĐMTĐ. Kết quả thực nghiệm đã hỗ trợ vai trò trung gian của QTTT trong mối quan hệ giữa VHHT và ĐMTĐ, đồng thời tiết lộ rằng việc thúc đẩy VHHT sẽ ảnh hưởng đáng kể đến ĐMTĐ một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua ảnh hưởng tích cực của nó đối với các hoạt động thu thập, chia sẻ và ứng dụng tri thức trong tổ chức.

Cuối cùng, kết quả nghiên cứu hàm ý rằng, để tăng cường khả năng QTTT và ĐMTĐ, các doanh nghiệp SMEs nên xây dựng VHHT tập trung vào một số khía cạnh quan trọng sau: thực hành triết lý coi nhân viên là tài sản cốt lõi của doanh nghiệp; đánh giá cao những đóng góp, nỗ lực cống hiến của nhân viên và có chính sách phù hợp để bảo vệ lợi ích và tạo điều kiện cho sự phát triển của nhân viên; khuyến khích nhân viên đưa ra các ý tưởng, quan điểm khác biệt và thực hành những giải pháp sáng tạo, đột phá; nhấn mạnh tầm quan trọng của đổi mới và coi sự thay đổi trong tổ chức là điều tự nhiên và cần thiết và khuyến khích sự hợp tác và phối hợp tích cực giữa các cá nhân và bộ phận trong tổ chức.

Nhìn chung, bài viết đã thúc đẩy đáng kể lý thuyết đổi mới bằng cách đưa ra một mô hình mới và tích hợp để kết nối VHHT và ĐMTĐ thông qua vai trò trung gian của QTTT. Nghiên cứu đặc biệt có ý nghĩa cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trong việc xác định hướng đi và giải pháp hiệu quả nhằm tăng cường khả năng ĐMTĐ và tạo ra lợi thế cạnh tranh dựa trên các nguồn lực tiềm năng sẵn có về văn hóa và nguồn

lực tri thức. Nói cách khác, nghiên cứu tích cực giúp các doanh nghiệp trong điều kiện hạn chế về nguồn lực có nhiều cơ hội hơn trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh bằng việc cung cấp những hàng hóa và dịch vụ tốt và rẻ cho một bộ phận lớn người tiêu dùng bị hạn chế về thu nhập và khả năng thanh toán. Đầu vậy, trước tác động mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và vai trò mang tính quyết định của các nhà quản trị cấp cao, các nghiên cứu trong tương lai nên khám phá và đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố tiền đề quan trọng như lãnh đạo, chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin để giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ có được định hướng đúng đắn và giải pháp phù hợp để tăng cường khả năng ĐMTĐ của doanh nghiệp.

Lời thừa nhận/cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số: 502.02-2024.03.

Tài liệu tham khảo:

- AlMulhim, A.F. (2021), 'The role of internal and external sources of knowledge on frugal innovation: moderating role of innovation capabilities', *International Journal of Innovation Science*, 13(3), 341-363.
- Dost, M., Pahi, M.H., Magsi, H.B. & Umrani, W.A. (2019), 'Effects of sources of knowledge on frugal innovation: moderating role of environmental turbulence', *Journal of knowledge management*, 23(7), 1245-1259.
- Du Plessis, M. (2007), 'The role of knowledge management in innovation', *Journal of knowledge management*, 11(4), 20-29.
- Grant, R.M. (1996), 'Toward a knowledge-based theory of the firm', *Strategic management journal*, 17(S2), 109-122.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & William, C. (1998), 'Multivariate data analysis', in *Upper Saddle River*, NJ: Prentice Hall.
- Le, P.B. (2023), 'Determinants of frugal innovation for firms in emerging markets: the roles of leadership, knowledge sharing and collaborative culture', *International Journal of Emerging Markets*, 18(9), 3334-3353.
- Le, P.B. & Ha, S.V. (2024), 'Influences of collaborative culture and knowledge management on product and process innovation: the moderating role of information technology utilization', *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(12), 2573-2586.
- Le, P.B. & Lei, H. (2019), 'Determinants of innovation capability: the roles of transformational leadership, knowledge sharing and perceived organizational support', *Journal of knowledge management*, 23(3), 527-547.
- Le, P.B., Lei, H., Le, T.T., Gong, J. & Ha, A.T. (2020), 'Developing a collaborative culture for radical and incremental innovation: the mediating roles of tacit and explicit knowledge sharing', *Chinese Management Studies*, 14(4), 957-975.
- Le, P.B., Tran, D.T., Phung, T.M.T. & Vu, K.D. (2024), 'Leadership and knowledge management practices for frugal innovation of firms in the emerging market: moderating role of collaborative culture', *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(3), 637-654.
- Le, T.T. & Le, P.B. (2023), 'High-involvement HRM practices stimulate incremental and radical innovation: The roles of knowledge sharing and market turbulence', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, Complexity*, 9(1), 1-10.
- Lei, H., Do, N.K. & Le, P.B. (2019), 'Arousing a positive climate for knowledge sharing through moral lens: the mediating roles of knowledge-centered and collaborative culture', *Journal of knowledge management*, 23(8), 1586-1604.
- Lei, H., Gui, L. & Le, P.B. (2021), 'Linking transformational leadership and frugal innovation: the mediating role of tacit and explicit knowledge sharing', *Journal of knowledge management*, 25(7), 1832-1852.
- Lei, H., Khamkhoutlavong, M. & Le, P.B. (2021), 'Fostering exploitative and exploratory innovation through HRM practices and knowledge management capability: the moderating effect of knowledge-centered culture', *Journal*

of knowledge management, 25(8), 1926-1946.

- Lê Ba Phong (2021), 'Tăng cường khả năng đổi mới thanh đậm cho các doanh nghiệp Việt Nam: Vai trò của lãnh đạo chuyển đổi và khả năng quản trị tri thức của doanh nghiệp', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 286, 68-77.
- Martins, E. & Terblanche, F. (2003), 'Building organisational culture that stimulates creativity and innovation', *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- Mueller, J. (2014), 'A specific knowledge culture: Cultural antecedents for knowledge sharing between project teams', *European Management Journal*, 32(2), 190-202.
- Naqshbandi, M.M. & Jasimuddin, S.M. (2018), 'Knowledge-oriented leadership and open innovation: Role of knowledge management capability in France-based multinationals', *International Business Review*, 27(3), 701-713.
- Rossetto, D.E., Borini, F.M., Bernardes, R.C. & Frankwick, G.L. (2017), 'A new scale for measuring Frugal Innovation: The first stage of development of a measurement tool', *VI SINGEP – International Symposium on Project Management, Innovation, and Sustainability*, 6, 1-16.
- Schein, E. (2004), *Organizational culture and leadership*, San Francisco: John Willey & Sons. In: Inc.
- Shehzad, M.U., Zhang, J., Alam, S., Cao, Z., Boamah, F.A. & Ahmad, M. (2023), 'Knowledge management process as a mediator between collaborative culture and frugal innovation: the moderating role of perceived organizational support', *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(7), 1424-1446.
- Son, T.T., Phong, L.B. & Loan, B.T.T. (2020), 'Transformational Leadership and Knowledge Sharing: Determinants of Firm's Operational and Financial Performance', *Sage Open*, 10(2), 2158244020927426.
- Sveiby, K.E. & Simons, R. (2002), 'Collaborative climate and effectiveness of knowledge work-an empirical study', *Journal of knowledge management*, 6(5), 420-433.
- Weyrauch, T. & Herstatt, C. (2017), 'What is frugal innovation? Three defining criteria', *Journal of frugal innovation*, 2, 1-17.
- Yang, J.T. (2007), 'Knowledge sharing: Investigating appropriate leadership roles and collaborative culture', *Tourism management*, 28(2), 530-543.
- Yang, Z., Nguyen, V.T. & Le, P.B. (2018), 'Knowledge sharing serves as a mediator between collaborative culture and innovation capability: an empirical research', *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(7), 958-969.

TÁC ĐỘNG CỦA TRẢI NGHIỆM ĐA CHIỀU VÀ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU ĐẾN HÀNH VI TRUYỀN BÁ ĐIỂM ĐẾN: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA TRẢI NGHIỆM ĐIỂM ĐẾN CỦA DU KHÁCH

Nguyễn Hải Ninh

Trường Đại học Ngoại thương

Email: nguyen.haininh@ftu.edu.vn

Mã bài: JED-2407

Ngày nhận: 08/04/2025

Ngày nhận bản sửa: 08/05/2025

Ngày duyệt đăng: 15/05/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2407

Tóm tắt:

Nghiên cứu này tập trung vào phân tích tác động của các chiều trải nghiệm cá nhân của du khách, nhận diện thương hiệu điểm đến tới trải nghiệm điểm đến với điểm đến và hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến của du khách. Dữ liệu thu thập từ 317 du khách quốc tế được khảo sát tại ba địa điểm tập trung đông khách quốc tế ở Hà Nội và phân tích bằng mô hình PLS-SEM. Kết quả cho thấy cả bốn chiều trải nghiệm cá nhân đều tác động tích cực đến trải nghiệm thương hiệu điểm đến, trong đó trải nghiệm trí tuệ có ảnh hưởng mạnh nhất. Trải nghiệm điểm đến của du khách đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa các chiều trải nghiệm, nhận diện thương hiệu điểm đến và hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến. Nghiên cứu cũng đề xuất các hàm ý quản trị cho chiến lược phát triển thương hiệu điểm đến nhằm tăng cường trải nghiệm đa chiều, nhận diện thương hiệu điểm đến và thúc đẩy hành vi truyền bá điểm đến của du khách.

Từ khóa: Thương hiệu điểm đến, trải nghiệm của du khách, truyền bá thương hiệu điểm đến, nhận diện thương hiệu điểm đến.

Mã JEL: L83, M31.

The impact of multidimensional experience and brand identification on destination brand evangelism: the mediating role of tourists' destination experience

Abstract:

This research focuses on analyzing the effects of tourists' individual experience dimensions and destination brand identification on their overall destination experience and destination brand evangelism. Data were collected from 317 international tourists surveyed at three major tourist locations in Hanoi and analyzed using the PLS-SEM model. The results reveal that all four dimensions of individual experience have a positive impact on destination brand experience, with intellectual experience showing the strongest effect. The tourists' overall destination experience plays a mediating role in the relationship between individual experience dimensions, destination brand identification, and destination brand evangelism. The study also proposes managerial implications for destination branding strategies aimed at enhancing multi-dimensional experiences, strengthening brand identification, and promoting voluntary brand advocacy among tourists.

Keywords: Destination branding, tourist experience, destination brand evangelism, destination brand identification.

JEL Codes: L83, M31.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19, hành vi du lịch quốc tế đang có xu hướng tái cấu trúc theo hướng cá nhân hóa, ưu tiên những trải nghiệm mang tính cảm xúc và tạo sự kết nối sâu sắc giữa du khách và điểm đến (Chi, 2024). Điểm đến du lịch hiện đại không còn đơn thuần được nhìn nhận như một tọa độ địa lý (Hanna & Rowley, 2011), mà được xem là những “thương hiệu sống” – nơi hội tụ các giá trị biểu tượng, bản sắc văn hóa và khả năng truyền cảm hứng (Barnes & cộng sự, 2014). Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho các chiến lược xây dựng thương hiệu điểm đến không chỉ dừng lại ở truyền thông hình ảnh, mà phải tập trung vào việc thiết kế các trải nghiệm thực tế sâu sắc có khả năng khơi dậy hành vi truyền bá tự nguyện từ phía du khách.

Trong bối cảnh đó, hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến (Destination Brand Evangelism – DBEV) – bao gồm hành động chia sẻ, giới thiệu, bảo vệ hình ảnh và quay lại điểm đến – đang được công nhận là chỉ số trung thành cao nhất của du khách trong lĩnh vực du lịch (Becerra & Badrinarayanan, 2013). Đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, nơi du lịch văn hóa giữ vai trò chủ đạo, DBEV đóng vai trò chiến lược trong việc lan tỏa hình ảnh điểm đến trên truyền thông xã hội và duy trì sự nhận diện thương hiệu trong cộng đồng toàn cầu. Do đó, việc làm rõ cơ chế hình thành hành vi này có ý nghĩa quan trọng đối với các nhà quản trị điểm đến.

Dù các nghiên cứu quốc tế đã chứng minh mối liên hệ giữa trải nghiệm thương hiệu và hành vi truyền bá trong lĩnh vực dịch vụ (Brakus & cộng sự., 2009; Becerra & Badrinarayanan, 2013), nhưng trong ngành du lịch, đặc biệt tại các nước đang phát triển, các nghiên cứu sâu vẫn còn hạn chế (Rather, 2020; Kumar & Kaushik, 2018). Phần lớn các công trình trước đây đánh giá trải nghiệm thương hiệu như một khái niệm tổng hợp, mà chưa tách biệt rõ tác động riêng rẽ của từng chiều trải nghiệm, bao gồm giác quan, cảm xúc, hành vi và trí tuệ đến trải nghiệm của du khách. Việc không phân biệt các chiều này khiến cho cơ chế tác động của từng loại trải nghiệm đến hành vi tiêu dùng và lan tỏa chưa được làm rõ, dẫn tới khó khăn trong việc đề xuất chiến lược trải nghiệm tối ưu.

Bên cạnh đó, nhận diện thương hiệu điểm đến (Destination Brand Identification – BID), xuất phát từ lý thuyết đồng nhất xã hội (Ashforth & Mael, 1989), vốn được xem là yếu tố ảnh hưởng đến gắn kết thương hiệu, hiện chưa được phân tích đầy đủ trong mối liên hệ với hành vi truyền bá. Các nghiên cứu hiện có thường tập trung vào hình ảnh thương hiệu, trong khi vai trò của BID, cả trực tiếp lẫn gián tiếp thông qua trải nghiệm thương hiệu, vẫn chưa được kiểm định toàn diện. Hơn nữa, mối liên hệ chuỗi giữa BID, các chiều trải nghiệm, trải nghiệm của du khách (Destination Brand Experience – DBE) và hành vi truyền bá thương hiệu chưa được trình bày dưới dạng một mô hình lý thuyết tích hợp, đặc biệt trong bối cảnh các điểm đến văn hóa đô thị như Hà Nội.

Xuất phát từ các khoảng trống trên, nghiên cứu này được thực hiện với ba mục tiêu chính: (1) Phân tích ảnh hưởng riêng biệt của bốn chiều trải nghiệm (SE, AE, BE, IE) và nhận diện thương hiệu điểm đến (BID) đến trải nghiệm của du khách (DBE) và hành vi truyền bá thương hiệu (DBEV) của du khách quốc tế tại Hà Nội; (2) Kiểm định vai trò trung gian của DBE trong mối quan hệ giữa các chiều trải nghiệm, BID và DBEV; (3) Đề xuất hàm ý quản trị nhằm hỗ trợ xây dựng thương hiệu điểm đến Hà Nội theo hướng gia tăng trải nghiệm và khuyến khích truyền bá tự nguyện từ du khách.

2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết nghiên cứu

Hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến (*Destination Brand Evangelism*) được Becerra & Badrinarayanan (2013) định nghĩa là hành vi chủ động chia sẻ, quảng bá, bảo vệ và khuyến nghị thương hiệu điểm đến tới cộng đồng, cả trực tiếp lẫn trên các nền tảng kỹ thuật số. Trong ngành du lịch, hành vi này không chỉ thể hiện lòng trung thành mà còn phản ánh sự cam kết và niềm tin của du khách với các giá trị văn hóa – xã hội của điểm đến (Scarpi, 2010). Nghiên cứu của Sharma (2021) cho rằng khác với các thước đo truyền thống như ý định quay lại hay sự hài lòng đơn thuần, hành vi truyền bá thương hiệu được coi là chỉ báo quan trọng và có giá trị nhất thể hiện mức độ gắn bó và hành vi tích cực của du khách đối với điểm đến. Theo Sohail & cộng sự (2022), việc thúc đẩy hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến đặc biệt quan trọng với các quốc gia đang phát triển, những điểm đến mới, chưa thực sự nổi tiếng trên bản đồ du lịch thế giới.

Trải nghiệm thương hiệu điểm đến (*Destination Brand Experience*) là một khái niệm mở rộng từ lý thuyết trải nghiệm thương hiệu do Brakus & cộng sự (2009) phát triển, nhấn mạnh trải nghiệm thương hiệu là kết quả tổng hợp từ các phản ứng cảm giác, cảm xúc, nhận thức và hành vi của cá nhân khi tương tác với các yếu

tổ đặc trưng của thương hiệu. Bên cạnh đó, trong nhiều nghiên cứu trước đây về chủ đề du lịch, du khách, các tác giả thường tập trung đánh giá sự hài lòng của du khách (*tourist satisfaction*) hoặc mức độ gắn bó với thương hiệu điểm đến (*destination brand attachment*) và xác định đây là hai yếu tố chính dẫn tới hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến. Theo Brakus & cộng sự (2009), việc đánh giá trải nghiệm thương hiệu của khách hàng thông qua đo lường các kích thích cảm quan, cảm xúc, nhận thức và hành vi là những chỉ báo tức thời và sâu sắc hơn về hành vi tiêu dùng tích cực, so với các thước đo hài lòng truyền thống vốn có tính chất hồi tưởng và khái quát. Do đó, các nghiên cứu gần đây trong ngành du lịch, nhiều tác giả lựa chọn đánh giá trải nghiệm của du khách thay vì sự hài lòng nhằm đo lường cụ thể các khía cạnh của cảm xúc và nhận thức của du khách với điểm đến.

Hơn thế nữa, khác với các ngành dịch vụ thông thường, thương hiệu điểm đến du lịch được kiến tạo chủ yếu thông qua trải nghiệm thực tế của du khách tại điểm đến, do đó việc đánh giá trải nghiệm thương hiệu điểm đến đòi hỏi một cách tiếp cận đa chiều, bao gồm:

Trải nghiệm giác quan (*Sensory Experience*): phản ánh mức độ mà các yếu tố hữu hình như cảnh quan, kiến trúc, âm thanh, mùi hương hay ẩm thực địa phương kích thích các giác quan của du khách (Balakrishnan, 2008);

Trải nghiệm cảm xúc (*Affective Experience*): đề cập đến các trạng thái cảm xúc như ngạc nhiên, thích thú, cảm động khi tiếp xúc với văn hóa, thiên nhiên hoặc con người địa phương (Kim & cộng sự, 2010);

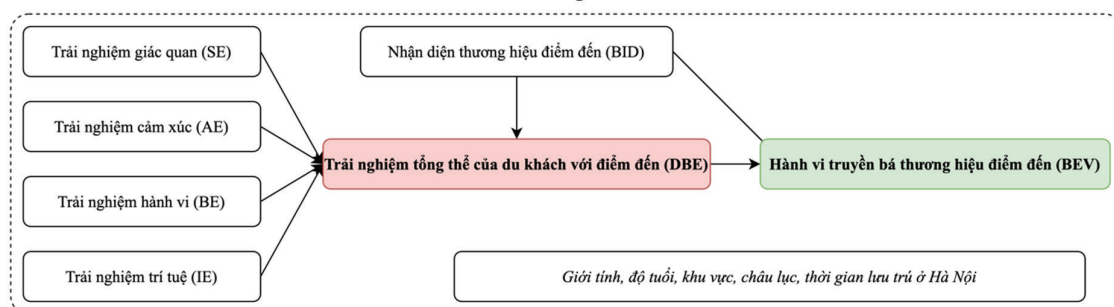
Trải nghiệm hành vi (*Behavioral Experience*): thể hiện sự tham gia thực tiễn vào các hoạt động du lịch như tham quan, lễ hội, ẩm thực, trải nghiệm văn hóa địa phương;

Trải nghiệm trí tuệ (*Intellectual Experience*): phản ánh khả năng kích thích tò mò, khám phá và học hỏi qua giá trị lịch sử, nghệ thuật, truyền thống (Brakus & cộng sự, 2009). Ngoài ra, Klaus & Maklan (2013) cảnh báo rằng việc tổng hợp các chiều trải nghiệm vào thang đo trải nghiệm điểm đến của du khách với điểm đến có thể làm lu mờ những sắc thái riêng biệt và vai trò khác nhau của từng loại trải nghiệm trong quá trình hình thành trải nghiệm điểm đến của du khách. Vì thế, Walter & cộng sự (2014) cho rằng cần thiết phải nhìn nhận các chiều của trải nghiệm như yếu tố tác động đến trải nghiệm điểm đến của du khách thay vì thành tố cấu thành. Do đó, nghiên cứu này tiến hành phân tách và kiểm định riêng biệt mức độ ảnh hưởng của từng chiều trải nghiệm đối với trải nghiệm của du khách, thay vì coi các chiều này chỉ đơn thuần là thành tố nội hàm của thang đo tổng hợp.

Nhận diện thương hiệu (*Brand Identification*) được Ashforth & Mael (1989) định nghĩa trong thuyết đồng nhất xã hội như mức độ mà khách hàng cảm thấy thương hiệu phù hợp với giá trị cá nhân và hình ảnh bản thân của khách hàng. Khác với nhận biết thương hiệu (*brand awareness*) vốn chỉ đo lường mức độ biết đến thương hiệu, nhận diện thương hiệu nhấn mạnh vào sự đồng nhất giá trị, niềm tin và phong cách sống (Kuenzel & Halliday, 2008). Nghiên cứu của Hultman & cộng sự (2016) khẳng định rằng nhận diện thương hiệu có vai trò thúc đẩy hành vi tích cực của khách hàng trong truyền bá thương hiệu, như chia sẻ tích cực, bảo vệ thương hiệu và ý định quay lại mua. Rather (2020) cho rằng khi điểm đến thể hiện sự tương đồng về giá trị hoặc phong cách sống mà du khách mong muốn, du khách sẽ hình thành lên trải nghiệm tích cực với điểm đến và kéo theo đó là tâm lý muốn gắn bó lâu dài với điểm đến cũng như hành vi ủng hộ điểm đến.

Dựa trên cơ sở lý thuyết và khoảng trống nghiên cứu nêu trên, nghiên cứu này đề xuất mô hình nghiên cứu như trong Hình 1 và các giả thuyết nghiên cứu sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



- H1:** Trải nghiệm giác quan có ảnh hưởng tích cực đến trải nghiệm điểm đến của du khách.
- H2:** Trải nghiệm cảm xúc có ảnh hưởng tích cực đến trải nghiệm điểm đến của du khách
- H3:** Trải nghiệm hành vi có ảnh hưởng tích cực đến trải nghiệm điểm đến của du khách
- H4:** Trải nghiệm trí tuệ có ảnh hưởng tích cực đến trải nghiệm điểm đến của du khách
- H5:** Nhận diện thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến trải nghiệm điểm đến của du khách.
- H6:** Nhận diện thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến.
- H7:** Trải nghiệm thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến.

H8a–c: Trải nghiệm thương hiệu điểm đến đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa các chiều của trải nghiệm, nhận diện thương hiệu điểm đến và hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Phương pháp định lượng kết hợp với mô hình cấu trúc phù hợp để khám phá các cơ chế tâm lý – hành vi phức tạp trong ngành du lịch (Hair & cộng sự., 2021).

Toàn bộ các biến trong mô hình được đo bằng thang Likert 5 điểm (1 = hoàn toàn không đồng ý, 5 = hoàn toàn đồng ý), với mỗi khái niệm được đo lường bởi 4 biến quan sát. Bốn chiều trải nghiệm thương hiệu bao gồm: cảm giác (SE), cảm xúc (AE), hành vi (BE), và trí tuệ (IE), kế thừa từ thang đo của Brakus & cộng sự (2009), hiệu chỉnh theo Walter & cộng sự (2014) và Barnes & cộng sự. (2014). Thang đo nhận diện thương hiệu điểm đến (BID) được phát triển từ Kumar & Kaushik (2018) và Hultman & cộng sự (2016). Trải nghiệm điểm đến của du khách điểm đến (DBE) xây dựng dựa trên nghiên cứu của Kumar & Kaushik (2018) và Chi (2024). Hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến (DBEV) tổng hợp từ các nghiên cứu của Becerra & Badrinarayanan (2013), Rather (2020), Wilk & cộng sự (2024), Tran & cộng sự (2023), và Sohaib & cộng sự (2022). Việc kế thừa các thang đo đã kiểm định trước giúp đảm bảo độ tin cậy và phù hợp ngữ cảnh nghiên cứu.

Trước khi khảo sát chính thức, bảng hỏi được thử nghiệm sơ bộ (pre-test) với 20 du khách quốc tế tại Hồ Hoàn Kiếm nhằm đánh giá tính rõ ràng, dễ hiểu và mức độ phù hợp ngữ cảnh. Các chỉnh sửa nhỏ về cách diễn đạt đã được thực hiện dựa trên phản hồi thu thập được.

Dữ liệu nghiên cứu chính thức được thu thập qua khảo sát trực tiếp bằng bảng hỏi tiếng Anh tại ba địa điểm đại diện ở Hà Nội: Hồ Hoàn Kiếm, Văn Miếu – Quốc Tử Giám (đại diện điểm du lịch văn hóa), và sân bay Nội Bài (tiếp cận du khách kết thúc hành trình du lịch tại Hà Nội), trong giai đoạn cao điểm du lịch hè (tháng 6–8/2024). Bảng hỏi được phát ra bởi đội khảo sát gồm sinh viên tình nguyện có kỹ năng giao tiếp tiếng Anh, được đào tạo bài bản. Người tham gia tự điền hoặc nhận hỗ trợ điền nếu cần thiết.

Tổng cộng 350 bảng hỏi được phát ra, sau khi làm sạch dữ liệu, 33 bảng bị loại bỏ do các lý do như: trả lời thiếu nghiêm túc (chỉ chọn một phương án cho tất cả các câu hỏi), hoặc thời gian hoàn thành bảng hỏi dưới 3 phút. Kết quả, có 317 bảng hỏi hợp lệ được đưa vào phân tích.

Phân tích dữ liệu được thực hiện bằng phần mềm SmartPLS 4.1.0.0 với phương pháp PLS-SEM. Quy trình phân tích gồm hai bước: Đánh giá mô hình đo lường (Measurement Model) thông qua kiểm định hệ số tải nhân tố (outer loadings), độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability - CR), giá trị hội tụ (Average Variance Extracted - AVE), và giá trị phân biệt (Discriminant Validity). Kiểm định mô hình cấu trúc (Structural Model) bằng cách phân tích hệ số đường dẫn (Path Coefficient), giá trị R^2 , kích thước hiệu ứng (f^2) và kiểm định ý nghĩa thống kê với bootstrapping (5.000 mẫu phụ).

Thông tin nhân khẩu học của mẫu khảo sát ($n=317$) cho thấy:

- Giới tính: nữ 47,6%, nam 24,3%, LGBT 28,1%.
- Độ tuổi: nhóm 23–25 tuổi chiếm 31,9%, trên 45 tuổi chiếm 23%, dưới 23 tuổi chiếm 24%.
- Khu vực xuất xứ: khách từ châu Âu chiếm 28,7%, Mỹ 24,6%, châu Á 19,9%, châu Úc 14,8%, châu Phi 12%.
- Thời gian lưu trú: dưới 3 ngày 59,6%, từ 3–5 ngày 30,6%, trên 5 ngày 9,8%.
- Hình thức du lịch: đi với bạn bè 55,5%, đi cùng gia đình 36,3%, đi một mình 8,2%.

Sự phân bố giới tính, độ tuổi và khu vực xuất xứ cho thấy mẫu nghiên cứu có độ đa dạng cao, phản ánh đặc trưng nhân khẩu học của khách du lịch quốc tế đến Hà Nội trong mùa cao điểm (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2022). Bên cạnh đó, xu hướng lưu trú ngắn hạn và hình thức du lịch nhóm (bạn bè, gia đình) phù hợp với hành vi tiêu dùng du lịch đô thị tại các thành phố văn hóa như Hà Nội, góp phần đảm bảo tính đại diện và khả năng tổng quát hóa kết quả nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Theo Hair & cộng sự (2017), hệ số tải nhân tố cần đạt ngưỡng tối thiểu là 0,708 để đảm bảo các biến quan sát giải thích ít nhất 50% của khái niệm mà nó đại diện. Trong kết quả của nghiên cứu này, phần lớn các biến quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0,75, cho thấy mức độ phù hợp cao giữa chỉ báo và khái niệm. Tuy nhiên, cũng có bốn biến quan sát gồm SE1, BE4, DBE1 và DBEV4 bị loại khỏi mô hình sau bước đánh giá sơ bộ do không đạt yêu cầu về giá trị của hệ số tải nhân tố. Các biến còn lại duy trì mức outer loading dao động từ 0,760 đến 0,875, phản ánh chất lượng đo lường tốt (Bảng 1). Kết quả phân tích cho thấy tất cả các thang đo đều có giá trị CR vượt ngưỡng 0,85, khẳng định rằng các chỉ báo có sự nhất quán cao trong đo lường cùng một khái niệm. Bên cạnh đó, các giá trị Average Variance Extracted (AVE) - giá trị hội tụ (convergent validity) đều vượt ngưỡng 0,50 (ngưỡng khuyến nghị) của Fornell & Larcker (1981) cho thấy các thang đo đảm bảo giá trị hội tụ.

Bảng 1: Phân tích độ tin cậy và giá trị hội tụ của các thang đo

Thang đo	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố	CA	CR	AVE
Trải nghiệm giác quan (SE)	2. Tôi vẫn nhớ rõ những âm thanh đường phố ở Hà Nội. 3. Hà Nội có những mùi hương đặc trưng so với các thành phố mà tôi đã đi qua. 4. Tôi thấy thích thú khi được sử dụng đồ thủ công ở Hà Nội.	0,826-0,831	0,772	0,868	0,686
Trải nghiệm cảm xúc (AE)	1. Khi nghĩ về Hà Nội, tôi cảm thấy vui và hài lòng. 2. Tôi có cảm giác gắn bó với Hà Nội sau chuyến đi. 3. Những trải nghiệm tại Hà Nội khiến tôi cảm thấy có nhiều động lực mới. 4. Nhớ lại thời gian ở Hà Nội làm tôi thấy thư giãn và dễ chịu.	0,774-0,843	0,823	0,883	0,653
Trải nghiệm hành vi (BE)	1. Trải nghiệm ở Hà Nội khiến tôi muốn thử thêm những điểm đến khác ở Việt Nam. 2. Tôi đã tham gia nhiều hoạt động khác nhau khi ở Hà Nội. 3. Tôi rất muốn quay lại Hà Nội để trải nghiệm thêm. 4. Tôi tham gia rất nhiều hoạt động trải nghiệm văn hoá, xã hội khi ở Hà Nội.	0,803-0,831	0,746	0,855	0,663
Trải nghiệm trí tuệ (IE)	1. Trải nghiệm du lịch ở Hà Nội làm tôi thấy tò mò và muốn tìm hiểu thêm về thành phố này. 2. Những điều tôi thấy ở Hà Nội giúp tôi có góc nhìn khác về cuộc sống và con người. 3. Những trải nghiệm ở Hà Nội bổ sung cho tôi nhiều kiến thức mới về văn hoá và con người Việt nam 4. Chuyến du lịch tại Hà Nội làm tôi thấy hứng thú với việc học hỏi và khám phá.	0,768-0,849	0,832	0,888	0,666
Nhận diện thương hiệu điểm đến (BID)	1. Tôi dễ dàng nhận ra sự khác biệt Hà Nội giữa nhiều điểm đến du lịch nổi tiếng khác 2. Tôi thấy cuộc sống tại Hà Nội nhiều điểm tương đồng với phong cách sống của tôi. 3. Chuyến đi tới Hà Nội mang lại giá trị mà tôi trân trọng. 4. Hà Nội có một hình ảnh du lịch rất riêng và rõ ràng trong tôi.	0,760-0,858	0,832	0,889	0,666
Trải nghiệm thương hiệu điểm đến (DBE)	2. Hà Nội mang đến trải nghiệm văn hoá và con người rất riêng. 3. Tôi được tham gia vào nhiều hoạt động có ý nghĩa và trải nghiệm phong phú khi đến Hà Nội. 4. Trải nghiệm ở Hà Nội để lại dấu ấn sâu sắc trong tôi.	0,830-0,875	0,816	0,891	0,731
Hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến (DBEV)	1. Tôi sẵn sàng giới thiệu Hà Nội cho bạn bè, người thân. 2. Tôi đã chia sẻ trải nghiệm của mình ở Hà Nội lên mạng xã hội. 3. Tôi thường kể cho người khác nghe những điều tôi thích ở Hà Nội.	0,852-0,863	0,818	0,892	0,733

Nghiên cứu này sử dụng chỉ số HTMT (Heterotrait–Monotrait ratio of correlations) để kiểm định giá trị phân biệt (discriminant validity) của các cấu trúc nhằm xác định xem các cấu trúc tiềm ẩn có thật sự khác biệt với nhau hay không (Henseler & cộng sự, 2015). Kết quả trình bày trong Bảng 2 cho thấy tất cả các cặp khái niệm đều có HTMT < 0,85 – ngưỡng đề xuất nghiêm ngặt, xác nhận rằng các khái niệm trong mô hình đo lường là khác biệt nhau về mặt khái niệm, do đó đảm bảo giá trị phân biệt.

Bảng 2: Kiểm định giá trị phân biệt bằng HTMT

	AE	BE	BID	DBE	DBEV	IE	SE
AE							
BE	0,325						
BID	0,518	0,492					
DBE	0,599	0,643	0,812				
DBEV	0,514	0,556	0,763	0,839			
IE	0,344	0,503	0,494	0,657	0,578		
SE	0,454	0,414	0,547	0,574	0,542	0,374	

Các kết quả kiểm định mô hình đo lường xác nhận tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy nội tại, có giá trị hội tụ, đảm bảo tính phân biệt rõ ràng giữa các khái niệm, đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện các thủ tục phân tích mô hình cấu trúc.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Theo Hair & cộng sự (2021), mô hình cấu trúc được kiểm định thông qua các chỉ tiêu như: hiện tượng đa cộng tuyến (Inner VIF), năng lực giải thích (R^2), khả năng dự đoán (Q^2), độ phù hợp mô hình (SRMR), mức độ ảnh hưởng (f^2), và hiệu ứng trung gian. Việc đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến thông qua phân tích chỉ số Inner VIF đảm bảo các biến độc lập không có mối tương quan nội quá cao. Kết quả phân tích Inner VIF (Bảng 3) cho thấy tất cả các chỉ số đều nằm dưới ngưỡng khuyến nghị 3,3, trong đó thấp nhất là AE (1,302) và cao nhất là BID (1,817). Các chỉ số này cho thấy các biến độc lập trong mô hình đều có mối quan hệ tương đối độc lập và không gây ra vấn đề đa cộng tuyến.

Bảng 3: Đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến

	AE	BE	BID	DBE	DBEV	IE	SE
AE				1,302			
BE				1,310			
BID				1,556	1,817		
DBE					1,817		
DBEV							
IE				1,331			
SE				1,341			

Kết quả phân tích chỉ số R^2 ở Bảng 4 chỉ ra rằng mô hình có năng lực giải thích tốt đối với cả biến trung gian và biến phụ thuộc. Trong đó, trải nghiệm thương hiệu điểm đến (DBE) đạt $R^2 = 0,609$, có nghĩa là khoảng 60% tỷ lệ biến thiên được giải thích bởi bốn chiều trải nghiệm gồm cảm giác, cảm xúc, hành vi, trí tuệ và biến nhận diện thương hiệu điểm đến. Hành vi truyền bá thương hiệu (DBEV) có $R^2 = 0,525$ có nghĩa là hơn một nửa hành vi lan tỏa thương hiệu của du khách được dự báo thông qua trải nghiệm tích lũy và sự đồng nhất tâm lý. Kết quả này cho thấy các cấu trúc trong mô hình có khả năng khái quát hóa cao và phản ánh đúng động lực hình thành hành vi khách du lịch.

Kết quả kiểm định năng lực dự đoán ngoài mẫu thông qua chỉ số Q^2 (Chin, 1998), DBE có $Q^2 = 0,436$

Bảng 4: Hệ số xác định, năng lực dự đoán, độ phù hợp của mô hình

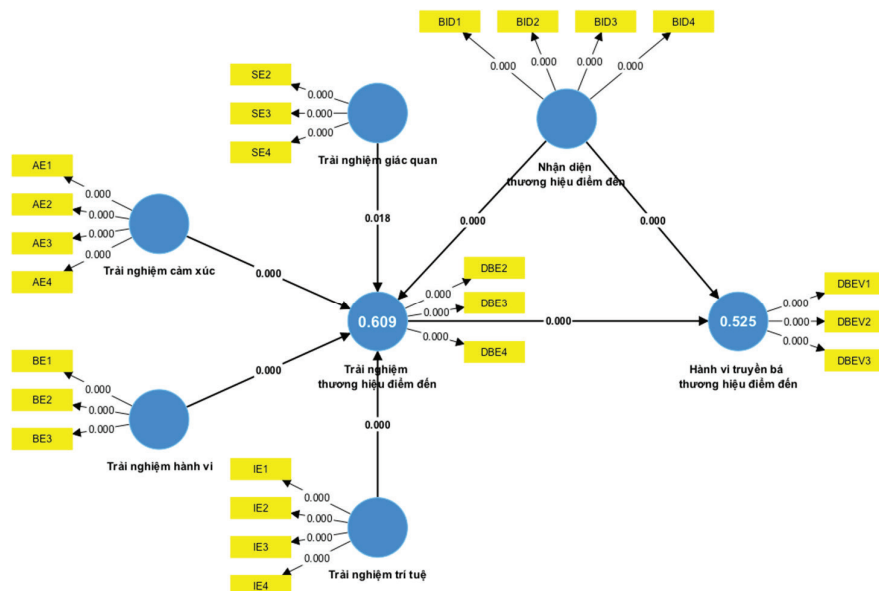
	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Q^2	SRMR
DBE	0,609	0,607	0,436	0,054
DBEV	0,525	0,524	0,380	

và DBEV có $Q^2 = 0,380$, đều lớn hơn ngưỡng 0,35 – cho thấy mô hình có năng lực dự báo mạnh. Trong nghiên cứu này, SRMR đạt mức 0,054 – thấp hơn ngưỡng khuyến nghị 0,08 và sát mức lý tưởng 0,05 (Hu & Bentler, 1999), khẳng định mô hình có độ phù hợp tổng thể cao. Kết quả này phản ánh cấu trúc lý thuyết được xây dựng từ ba nền tảng không chỉ có giá trị học thuật mà còn vận hành hiệu quả trong thực tiễn khảo sát.

Để đánh giá mức độ đóng góp của từng biến độc lập vào mô hình, chỉ số f^2 được sử dụng. Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy: Nhận diện thương hiệu điểm đến (BID) có ảnh hưởng trung bình đến cả DBE ($f^2 = 0,243$) và DBEV ($f^2 = 0,110$), trải nghiệm trí tuệ (IE) có $f^2 = 0,104$ cao hơn các khía cạnh trải nghiệm còn lại, cho thấy tầm quan trọng ngày càng tăng của khía cạnh nhận thức và tư duy trong trải nghiệm du lịch của khách du lịch hiện đại. Các khía cạnh khác như trải nghiệm cảm xúc (AE) và trải nghiệm hành vi (BE) đều có ảnh hưởng ở mức nhỏ đến trung bình ($f^2 \approx 0,065-0,067$), trong khi trải nghiệm giác quan (SE) có tác động thấp nhất ($f^2 = 0,016$), phản ánh đặc thù của ngành du lịch nơi các kích thích giác quan đóng vai trò khởi đầu, nhưng không đủ để duy trì hoặc chuyển hóa thành hành vi dài hạn nếu thiếu chiều sâu trải nghiệm.

4.3. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Hình 2: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc



Bảng 5: Kiểm định hệ số đường dẫn và hiệu ứng gián tiếp

Quan hệ	β (O)	T-statistics	P-value	Kết luận
AE $\rightarrow$ DBE	0,183	4,741	0,000	Chấp nhận
BE $\rightarrow$ DBE	0,185	4,756	0,000	Chấp nhận
IE $\rightarrow$ DBE	0,232	5,668	0,000	Chấp nhận
SE $\rightarrow$ DBE	0,093	2,358	0,018	Chấp nhận
BID $\rightarrow$ DBE	0,384	7,860	0,000	Chấp nhận
BID $\rightarrow$ DBEV	0,308	5,786	0,000	Chấp nhận
DBE $\rightarrow$ DBEV	0,481	8,856	0,000	Chấp nhận
AE $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV	0,088	4,155	0,000	Chấp nhận
BE $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV	0,089	4,279	0,000	Chấp nhận
IE $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV	0,112	4,535	0,000	Chấp nhận
SE $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV	0,045	2,330	0,020	Chấp nhận
BID $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV	0,185	5,852	0,000	Chấp nhận

Kết quả phân tích cho thấy cả bốn chiều của trải nghiệm thương hiệu – cảm quan (SE), cảm xúc (AE), hành vi (BE) và trí tuệ (IE) – đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến trải nghiệm thương hiệu điểm đến. Trong đó, trải nghiệm trí tuệ (IE) có hệ số ảnh hưởng mạnh nhất ($\beta = 0,232$), khẳng định vai trò trung tâm của việc khơi gợi tư duy, cảm hứng và khám phá văn hóa trong hành trình du lịch hiện đại. Trải nghiệm hành vi (BE, $\beta = 0,185$) và trải nghiệm cảm xúc (AE, $\beta = 0,183$) có mức ảnh hưởng gần tương đương, phản ánh rằng sự tham gia thực tế và cảm xúc tích cực đều đóng vai trò cấu thành trải nghiệm tích lũy của du khách (Walter & cộng sự, 2014). Trải nghiệm giác quan (SE) có ảnh hưởng yếu nhất ($\beta = 0,093$) nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê.

Nhận diện thương hiệu điểm đến thể hiện ảnh hưởng hai chiều trong mô hình. Một mặt, BID là yếu tố thúc đẩy trải nghiệm thương hiệu điểm đến ($\beta = 0,384$); mặt khác, nó còn tác động trực tiếp đến hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến ($\beta = 0,308$). Điều chỉ ra rằng du khách có xu hướng trải nghiệm tích cực hơn và chủ động lan tỏa thương hiệu khi họ cảm thấy đồng điệu về giá trị và bản sắc cá nhân với điểm đến. BID cũng là yếu tố có tác động mạnh nhất đến DBE, củng cố vai trò trung gian tâm lý – nhận thức giữa thương hiệu và hành vi. Trải nghiệm điểm đến của du khách có ảnh hưởng trực tiếp lớn nhất đến hành vi truyền bá thương hiệu ($\beta = 0,481$, $p < 0,001$).

Kết quả kiểm định vai trò trung gian khẳng định trải nghiệm điểm đến của du khách là biến trung gian chuyển hóa các khía cạnh trải nghiệm của du khách (cảm xúc, hành vi, trí tuệ, cảm quan và nhận diện thương hiệu) thành hành vi truyền bá. Trong đó, mối quan hệ giữa IE $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV ($\beta = 0,112$) là hiệu ứng gián tiếp mạnh nhất trong nhóm trải nghiệm, nhấn mạnh vai trò của sự kích thích nhận thức trong việc hình thành trải nghiệm có ý nghĩa. BID $\rightarrow$ DBE $\rightarrow$ DBEV ($\beta = 0,185$) có hiệu ứng trung gian mạnh nhất, cho thấy trải nghiệm là cầu nối để biến sự nhận diện thương hiệu thành hành vi tự nguyện bảo vệ và giới thiệu thương hiệu đến cộng đồng. Các ảnh hưởng gián tiếp từ BE, AE và SE đến DBEV đều đạt ý nghĩa thống kê, phản ánh mô hình trải nghiệm điểm đến đa chiều có giá trị thực tiễn trong việc kích hoạt hành vi truyền thông tích cực cho điểm đến.

4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu xác nhận rằng cả bốn chiều trải nghiệm - giác quan (SE), cảm xúc (AE), hành vi (BE) và trí tuệ (IE) - đều tác động tích cực đến trải nghiệm thương hiệu điểm đến (DBE). Trong đó, trải nghiệm trí tuệ có ảnh hưởng mạnh nhất, phản ánh xu hướng du khách quốc tế không chỉ tìm kiếm giải trí bề mặt mà còn đề cao khả năng khám phá văn hóa, kích thích tư duy và hiểu biết bản địa. Phát hiện này đồng thuận với Brakus & cộng sự (2009) và Walter & cộng sự (2014) cho rằng các điểm đến văn hóa thành công không chỉ thỏa mãn giác quan mà còn khơi gợi cảm xúc và trí tuệ. Đồng thời, nó cũng củng cố nhận định của Rather (2020) về vai trò không đồng đều của từng chiều trải nghiệm và sự cần thiết phải đo lường riêng biệt thay vì hợp nhất trong một cấu trúc tổng hợp.

Mô hình cấu trúc cũng cho thấy DBE giữ vai trò trung gian then chốt trong việc chuyển hóa tác động từ các chiều trải nghiệm cụ thể đến hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến (DBEV). Điều này phản ánh rằng không phải mọi trải nghiệm riêng lẻ đều đủ để kích hoạt hành vi tích cực, mà chính trải nghiệm của du khách khi đạt đến độ sâu sắc và toàn diện mới thúc đẩy du khách chia sẻ và lan tỏa thương hiệu. Do đó, thiết kế từng chiều trải nghiệm cần định hướng đến việc nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách, thay vì kỳ vọng vào hiệu ứng trực tiếp từ từng yếu tố.

Ngoài ra, kết quả còn cho thấy nhận diện thương hiệu điểm đến (BID) vừa là hệ quả của trải nghiệm, vừa có tác động trực tiếp đến hành vi truyền bá thương hiệu. Phát hiện này củng cố luận điểm của Social Identity Theory (Ashforth & Mael, 1989), theo đó, khi du khách cảm nhận được sự tương đồng giữa giá trị cá nhân và hình ảnh điểm đến, họ có xu hướng đồng nhất bản thân với thương hiệu và chủ động lan tỏa hình ảnh tích cực. Vai trò trung gian của DBE trong mối quan hệ giữa BID và DBEV càng cho thấy rõ rằng trải nghiệm tích cực là chất xúc tác để chuyển hóa nhận diện thành hành vi lan tỏa cụ thể.

Hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến được lý giải dựa trên sự kết hợp giữa trải nghiệm thương hiệu sâu sắc và sự đồng nhất bản sắc. Điều này phù hợp với khái niệm truyền bá thương hiệu (brand evangelism) của Becerra & Badrinarayanan (2013) và các nghiên cứu gần đây như Sohaib & cộng sự (2022), khẳng định hành vi chia sẻ, bảo vệ và giới thiệu điểm đến chỉ xuất hiện khi trải nghiệm đạt tới mức độ cá nhân hóa và ý nghĩa văn hóa cao. Trong bối cảnh Hà Nội, một thành phố đang nỗ lực tái thiết hình ảnh sau đại dịch, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng trải nghiệm trí tuệ và cảm xúc, kết hợp với nhận diện thương hiệu phù hợp bản

sắc du khách quốc tế, là chìa khóa để nâng cao hiệu quả lan tỏa thương hiệu trên quy mô toàn cầu.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu xác nhận vai trò trung gian then chốt của trải nghiệm của du khách trong mối quan hệ giữa các chiều trải nghiệm cá nhân, nhận diện thương hiệu điểm đến và hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến. Các phát hiện cũng khẳng định rằng nhận diện thương hiệu điểm đến không chỉ là hệ quả của trải nghiệm thương hiệu mà còn tác động trực tiếp đến hành vi truyền bá, phù hợp với lý thuyết đồng nhất xã hội (Social Identity Theory). Những kết quả này đóng góp vào hệ thống lý thuyết hiện tại bằng cách làm rõ hơn chuỗi ảnh hưởng từ trải nghiệm đa chiều của du khách tới trải nghiệm điểm đến của du khách và hành vi truyền bá thương hiệu. Đặc biệt, nghiên cứu cũng củng cố quan điểm rằng chỉ những trải nghiệm thực sự ý nghĩa với du khách mới có khả năng kích hoạt hành vi truyền bá thương hiệu điểm đến một cách tự nguyện. Từ các kết quả phân tích thực nghiệm, nghiên cứu đề xuất ba nhóm hàm ý quản trị cho chính quyền địa phương của điểm đến Hà Nội như sau:

Thiết kế trải nghiệm điểm đến : Việc thiết kế trải nghiệm cần tiếp cận đa chiều, phát triển đồng thời cả bốn chiều: giác quan, cảm xúc, hành vi và trí tuệ. Về cảm quan, cần đầu tư vào kiến trúc mang bản sắc địa phương, không gian công cộng có thẩm mỹ cao và ẩm thực đặc trưng. Về cảm xúc, cần thúc đẩy các tương tác thân thiện, dịch vụ hiếu khách và sự kiện văn hóa nghệ thuật giàu tính gắn kết. Trên phương diện hành vi, nên mở rộng cơ hội cho du khách tham gia các hoạt động văn hóa – xã hội như lễ hội, sinh hoạt cộng đồng. Cuối cùng, chiều trí tuệ cần được kích hoạt thông qua các chương trình trải nghiệm lịch sử – văn hóa giúp du khách tìm hiểu sâu sắc về bản sắc địa phương.

Xây dựng thương hiệu có bản sắc: BID cần được phát triển gắn liền với các biểu tượng văn hóa đặc trưng và truyền thông hiệu quả. Chính quyền và các đơn vị xúc tiến cần thiết kế câu chuyện thương hiệu rõ ràng, truyền tải giá trị lịch sử và bản sắc địa phương nhằm tạo cảm giác đồng nhất cho du khách quốc tế. Thương hiệu không nên chỉ là biểu tượng hình ảnh mà cần phản ánh giá trị sâu sắc, dễ liên tưởng với bản sắc cá nhân.

Thúc đẩy lan tỏa nội dung: Cần tạo điều kiện để du khách trở thành người lan tỏa trải nghiệm. Các cuộc thi ảnh, chia sẻ cảm nhận, hệ thống điểm thưởng cho “đại sứ trải nghiệm” cần được khuyến khích. Ngoài ra, các nền tảng số cần tích hợp chức năng đánh giá, tương tác và lan tỏa. Ở cấp cộng đồng, nên phát triển các chương trình du lịch cộng đồng để tăng cường sự tương tác thực tế và tạo ấn tượng sâu sắc cho du khách.

Tài liệu tham khảo

- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989), ‘Social identity theory and the organization’, *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Balakrishnan, M. S. (2008), ‘Dubai – a star in the east: A case study in strategic destination branding’, *Journal of Place Management and Development*, 1(1), 62–91.
- Barnes, S. J., Mattsson, J., & Sørensen, F. (2014), ‘Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context’, *Annals of Tourism Research*, 48, 121–139.
- Becerra, E. P., & Badrinarayanan, V. (2013), ‘The influence of brand trust and brand identification on brand evangelism’, *Journal of Product & Brand Management*, 22(5/6), 371–383.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009), ‘Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty?’, *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68.
- Chi, N. T. P. (2024), ‘Unlocking the relationship between destination brand value and tourists’ intentions to visit: A case study in Quang Binh province’, *Journal of Tourism Management Research*, 11(2), 178–192.
- Chin, W. W. (1998), ‘The partial least squares approach to structural equation modeling’, *Modern methods for business research*, 295(2), 295–336.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), ‘Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error’, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017), *Multivariate data analysis* (8th ed.), Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.), SAGE Publications.

-
- Hanna, S., & Rowley, J. (2011), 'Towards a strategic place brand-management model', *Journal of Marketing Management*, 27(5–6), 458–476.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999), 'Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives', *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Hultman, M., Skarmeas, D., Oghazi, P., & Beheshti, H. M. (2016), 'Achieving tourist loyalty through destination personality, satisfaction, and identification', *Journal of Business Research*, 69(11), 5276–5280.
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2010), 'Development of a scale to measure memorable tourism experiences', *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- Klaus, P. P., & Maklan, S. (2013), 'Towards a better measure of customer experience', *International journal of market research*, 55(2), 227–246.
- Kuenzel, S., & Halliday, S. V. (2008), 'Investigating antecedents and consequences of brand identification', *Journal of Product & Brand Management*, 17(5), 293–304.
- Kumar, V., & Kaushik, A. K. (2018), 'Destination brand experience and visitor behavior: the mediating role of destination brand identification', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(5), 649–663.
- Rather, R. A. (2020), 'Customer experience and engagement in tourism destinations: The experiential marketing perspective', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 15–32.
- Scarpi, D. (2010), 'Does size matter? An examination of small and large web-based brand communities', *Journal of Interactive Marketing*, 24(1), 14–21.
- Sharma, A. (2021), 'Brand evangelism: A review and future research agenda', *Journal of Strategic Marketing*, 29(7), 551–569.
- Sohaib, M., Hussain, S., & Hameed, A. (2022), 'Destination brand evangelism: Examining the role of destination brand experience, brand identification and destination satisfaction', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 220–229.
- Tổng cục Du lịch Việt Nam (2022), *Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch Việt Nam năm 2022 và định hướng phát triển năm 2023*, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam.
- Tran, P. K. T., Nguyen, H. K. T., Nguyen, L. T., Nguyen, H. T., Truong, T. B., & Tran, V. T. (2023), 'Destination social responsibility drives destination brand loyalty: a case study of domestic tourists in Danang city, Vietnam', *International Journal of Tourism Cities*, 9(1), 302–322.
- Walter, U., Cleff, T., & Chu, G. (2014), 'Brand experience's influence on customer satisfaction and loyalty: A study in premium automotive segment', *International Journal of Market Research*, 56(1), 97–114.
- Wilk, V., Sadeque, S., & Soutar, G. N. (2024), 'Exploring online destination brand advocacy', *Tourism Recreation Research*, 49(2), 283–301.

TÁC ĐỘNG ĐỘ TIN CẬY CỦA NỘI DUNG DO NGƯỜI DÙNG TẠO TRÊN FACEBOOK ĐẾN HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN VÀ Ý ĐỊNH DU LỊCH ĐẾN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Lý Quốc Huy

Trường Du lịch, Đại học Huế

Email: lyquochuy1994@gmail.com

Nguyễn Thị Minh Nghĩa*

Trường Du lịch, Đại học Huế

Email: ntmnghia@hueuni.edu.vn

Trần Hữu Tuấn

Trường Du lịch, Đại Học Huế

Email: thtuan@hueuni.edu.vn

Mã bài báo: JED-2312

Ngày nhận: 04/03/2025

Ngày nhận bản sửa: 15/04/2025

Ngày duyệt đăng: 09/06/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2312

Tóm tắt:

Nội dung do người dùng tạo (UGC) trên Facebook đã trở thành nguồn thông tin quan trọng ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến và ý định hành vi du lịch. Tuy nhiên, thiếu các nghiên cứu tập trung vào độ tin cậy của UGC. Nghiên cứu này phân tích tác động của độ tin cậy UGC Facebook đến hình ảnh điểm đến và ý định du lịch đến Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu định lượng được sử dụng, dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát 311 người dùng Facebook chưa từng đến Thành phố Hồ Chí Minh, phân tích định lượng qua mô hình phương trình cấu trúc (SEM) được sử dụng để kiểm tra các giả thuyết. Kết quả đã chỉ ra rằng độ tin cậy của UGC ảnh hưởng đáng kể đến hình ảnh điểm đến (nhận thức và tình cảm) và có tác động tích cực đến ý định du lịch. Nghiên cứu này làm phong phú thêm các nghiên cứu và điều tra thực nghiệm về độ tin cậy UGC Facebook trong bối cảnh marketing du lịch và ý định hành vi của du khách. Các kết quả của nghiên cứu giúp các nhà quản lý điểm đến và marketing du lịch tận dụng hiệu quả độ tin cậy UGC Facebook để phát triển hình ảnh điểm đến và thu hút khách du lịch.

Từ khóa: Độ tin cậy, hình ảnh điểm đến, Facebook, ý định du lịch, nội dung do người dùng tạo (UGC).

Mã JEL: M3.

The impact of user-generated content credibility on Facebook on destination image and travel intention to Ho Chi Minh City

Abstract:

User-generated content (UGC) on Facebook has become an essential source of information affecting destination image and tourist behavioral intention. However, there is a lack of research focusing on the credibility of UGC. This study analyzes the impact of Facebook UGC's credibility on destination image and tourist travel intention to Ho Chi Minh City. Quantitative research was used; data were collected through a survey of 311 Facebook users who had never been to Ho Chi Minh City, and quantitative analysis through structural equation modeling was employed to test the hypotheses. The results reveal that UGC credibility significantly affects destination image (cognitive and affective) and positively impacts tourist behavioral intention. This research enriches the literature and empirical investigation of Facebook UGC's credibility in the context of tourism marketing and tourist behavioral intention. The study results help destination managers and tourism marketers leverage Facebook UGC credibility effectively to develop destination image and attract tourists.

Keywords: Credibility, destination image, Facebook, travel intention, user-generated content.

JEL Codes: M3.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, du khách ngày càng dựa vào các nền tảng mạng xã hội để tìm kiếm thông tin, chia sẻ kinh nghiệm, đánh giá dịch vụ và lên kế hoạch cho các chuyến đi. Với lượng người dùng khổng lồ và khả năng lan truyền thông tin nhanh chóng, các nền tảng mạng xã hội như Facebook cho phép người dùng có thể tạo ra và chia sẻ nội dung liên quan đến du lịch, trở thành kênh quảng bá tiềm năng cho các điểm đến du lịch hiện nay. Tác động của nội dung do người dùng tạo (UGC) ra đã tăng đáng kể trong thập kỷ qua do sự phát triển của phương tiện truyền thông xã hội (Ayele & cộng sự, 2013). Khách du lịch tiềm năng thường xuyên tham khảo các bài đánh giá trực tuyến do người dùng tạo ra về các điểm đến du lịch (Ayele & cộng sự, 2013), do đó UGC đã trở thành nguồn thông tin thiết yếu cho du khách (Cox & cộng sự, 2009). Những thông tin này định hình nhận thức của khách du lịch về các điểm đến và cuối cùng là ý định du lịch và quá trình ra quyết định du lịch của họ (Fotis & cộng sự, 2012). Với sự lan rộng toàn cầu của việc sử dụng Internet và sự gia tăng tương tác ảo giữa người tiêu dùng, nội dung do người dùng tạo ra đã được chứng minh là có ảnh hưởng lớn đến nhận thức của khách du lịch về một điểm đến và quá trình ra quyết định của họ (Nguyen & Tong, 2023; Stepchenkova & Zhan, 2013).

Bên cạnh đó, nội dung số do khách du lịch cung cấp ngày càng ảnh hưởng đến nhận thức và việc tạo hình ảnh về điểm đến (Tussyadiah & Fesenmaier, 2009). Hình ảnh điểm đến có thể được định hình mạnh mẽ thông qua UGC trên phương tiện truyền thông xã hội, vì nội dung do người tiêu dùng tạo ra ảnh hưởng đáng kể và nhanh chóng đến hình ảnh điểm đến (Lim & cộng sự, 2012), từ đó tác động đến ý định hành vi của khách du lịch (Nguyen & Tong, 2023; Phan & cộng sự, 2023). Tổng quan một số nghiên cứu hiện có về UGC đã chỉ trích ảnh hưởng của UGC đối với nhận thức và quá trình ra quyết định về du lịch dựa trên khả năng nội dung giả hoặc không đáng tin cậy (Del Chiappa, 2011). Nhận định này đã thúc đẩy các nghiên cứu về độ tin cậy của UGC trong những năm gần đây (Adeloye & cộng sự, 2022; Assaker, 2020; Ayele, 2015; Filieri & cộng sự, 2015; Li & cộng sự, 2024; Rahman & cộng sự, 2020a; Schouten & cộng sự, 2020). Tuy nhiên, vẫn còn thiếu các phân tích về độ tin cậy được khách du lịch nhận thức của UGC trên mạng xã hội Facebook và ảnh hưởng của chúng đến hình ảnh điểm đến và ý định du lịch, do đó niên cứu này nhằm mục đích xem xét nhận thức của khách du lịch về độ tin cậy của UGC được nhận thức ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến và ý định du lịch với nghiên cứu trường hợp là thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết

2.1. Độ tin cậy của nội dung do người dùng tạo

UGC là bất kỳ loại văn bản, dữ liệu hoặc hành động nào do người dùng hệ thống kỹ thuật số trực tuyến thực hiện, được cùng một người dùng xuất bản và phổ biến thông qua các kênh độc lập, tạo ra hiệu ứng biểu đạt hoặc giao tiếp theo cách riêng lẻ hoặc kết hợp với các đóng góp khác từ cùng một nguồn hoặc các nguồn khác (Santos, 2022). UGC đã được nhiều nhà quản lý điểm đến du lịch sử dụng như một công cụ và phương pháp tiếp thị mạnh mẽ (Burgess & cộng sự, 2009; Zhang & cộng sự, 2021) vì có thể ảnh hưởng đến cảm nhận của khách du lịch về điểm đến cũng như ý định và hành vi của khách du lịch (Borges-Tiago & cộng sự, 2019; González-Rodríguez & cộng sự, 2022). Tuy nhiên, do quá tải thông tin, người sử dụng UGC hay khách du lịch tiềm năng ngày càng không chắc chắn về độ tin cậy của nguồn và chất lượng thông tin được cung cấp cho họ (Loda & cộng sự, 2009). Do đó, nhiều nhà nghiên cứu đã cố gắng phát triển thang đo lường độ tin cậy của UGC và ảnh hưởng của nó đối sự phát triển hình ảnh điểm đến và ý định hành vi của du khách.

Độ tin cậy có thể được định nghĩa đơn giản là mức độ đáng tin cậy của một số thông tin và/hoặc nguồn gốc của thông tin đó (Hovland, Janis & Kelley, 1953). Độ tin cậy được cảm nhận khi người nhận thông tin đánh giá người truyền hoặc nguồn của thông điệp được truyền đạt dựa trên thông điệp hoặc thông tin (Eisend, 2006). Các nhà nghiên cứu cho rằng độ tin cậy của UGC phụ thuộc vào nhiều yếu tố, bao gồm cả nguồn của nền tảng chia sẻ, sự minh bạch của người tạo nội dung, sự phù hợp của thông tin với nhu cầu của người dùng (Yoo & Gretzel, 2011), độ tin cậy của thông điệp (Appelman & Sundar, 2016), và mức độ tin tưởng của người dùng (Kitsios & cộng sự, 2022). Như vậy, khi nói đến độ tin cậy của UGC cần cân nhắc đến độ tin cậy của nguồn và chất lượng của thông tin, cũng như mức độ tin tưởng của người dùng đối với UGC.

Trong nghiên cứu này chúng tôi đề xuất độ tin cậy UGC Facebook là khái niệm đa chiều bao gồm các thành phần sự tinh thông (*Perceived expertise*), tính tin cậy cảm nhận (*Perceived trustworthiness*), tính hữu ích cảm nhận (*Perceived usefulness*), sự vui vẻ cảm nhận (*Perceived enjoyment*), giá trị cảm nhận

(*Perceived value*). Dựa trên lý thuyết về độ tin cậy của nguồn (Hovland, Janis & Kelley, 1953), hai thành phần là tính tin cậy và sự tinh thông có vẻ như nhận được sự đồng thuận chung của các nhà nghiên cứu (Ayeah & cộng sự, 2013; Tseng & Fogg, 1999) trong việc đo lường độ tin cậy UGC và sự chấp nhận sử dụng UGC trong bối cảnh du lịch. Ngoài ra, các nghiên cứu trước đây về việc sử dụng và áp dụng các bài đánh giá du lịch trực tuyến đã sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) được đề xuất bởi Davis (1989) cũng đã xác nhận rằng tính hữu ích cảm nhận ảnh hưởng đến ý định sử dụng UGC và các bài đánh giá trực tuyến của du khách một cách trực tiếp (Ayeah & cộng sự, 2013) hoặc gián tiếp thông qua thái độ (Ayeah, 2015) và ảnh hưởng lòng tin của người dùng (Kitsios & cộng sự, 2022). Cuối cùng, cảm nhận của du khách tiềm năng đối với sự thích thú có thể phản ánh độ tin cậy của nguồn và giá trị cảm nhận đều được đề xuất nghiên cứu như các yếu tố chính quyết định ý định hành vi của người tiêu dùng trong bối cảnh thông tin liên quan đến du lịch từ mạng xã hội (Kitsios & cộng sự, 2022). Giá trị cảm nhận ảnh hưởng đến sự tin tưởng của người dùng đối với UGC, thành phần này kết hợp cả khía cạnh giá trị xã hội và giá trị thông tin (Kitsios & cộng sự, 2022; Mohd Suki & Mohd Suki, 2020). Trong bối cảnh của UGC du lịch trên các trang mạng xã hội, Mohd Suki & Mohd Suki (2020) và Kitsios & cộng sự (2022) coi giá trị cảm nhận là một chiều duy nhất kết hợp các khía cạnh như giá trị xã hội và giá trị thông tin, khía cạnh xã hội đề cập đến tiện ích có được từ sự chấp nhận, ấn tượng tích cực và sự chấp thuận của xã hội đối với nội dung thông tin và khía cạnh thông tin đề cập đến lợi thế có được từ việc thu thập thông tin hữu ích từ bạn bè hoặc nhà cung cấp thông tin chuyên nghiệp khi người dùng áp dụng thông tin đó để giải quyết vấn đề hoặc nâng cao kỹ năng và khả năng của mình (Kitsios & cộng sự, 2022; Mohd Suki & Mohd Suki, 2020).

Niềm tin vào UGC đã được chứng minh là có ảnh hưởng đến sự mong đợi của du khách tiềm năng đối với điểm đến du lịch (Narangajavana & cộng sự, 2017). Thực vậy, khách du lịch tiềm năng có nhiều khả năng phát triển nhận thức tốt về điểm đến dựa trên thông tin thu được từ UGC nếu họ tin tưởng và tự tin vào người tạo nội dung. Nếu thông tin đến từ một nguồn trực tuyến đáng tin cậy, thông tin về điểm đến có thể định hình một hình ảnh thuận lợi (Yamagishi & cộng sự, 2024). UGC cung cấp những hiểu biết chân thực từ những du khách khác thông qua các bài đánh giá và bài đăng trên mạng xã hội, thúc đẩy sự tin tưởng và khả năng liên hệ có tác động đáng kể đến sự hình thành hình ảnh nhận thức và hình ảnh tình cảm, định hình nhận thức của khách du lịch tiềm năng về điểm đến du lịch (Rahman & cộng sự, 2020b; Zain & cộng sự, 2024). Độ tin cậy UGC có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định đến thăm điểm đến (Adeloye & cộng sự, 2022; Arora & Lata, 2020; Yamagishi & cộng sự, 2024). Do đó, các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất bao gồm:

H1: Độ tin cậy UGC Facebook ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh tình cảm điểm đến.

H2: Độ tin cậy UGC Facebook ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh nhận thức điểm đến.

H3: Độ tin cậy UGC Facebook ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch.

2.2. Hình ảnh điểm đến và ý định du lịch

Hình ảnh điểm đến du lịch (*tourism destination image*) là tổng thể niềm tin, ý tưởng và ấn tượng của một cá nhân về một điểm đến (Baloglu & McCleary, 1999). Mặc dù hình ảnh điểm đến du lịch là một khái niệm đa chiều, tuy nhiên hai thành phần được công nhận rộng rãi trong nhiều tài liệu nghiên cứu bao gồm hình ảnh nhận thức và hình ảnh tình cảm (Baloglu & McCleary, 1999; Santana & Gosling, 2018). Hình ảnh nhận thức đề cập đến niềm tin hoặc kiến thức về một điểm đến dựa trên đánh giá nhận thức, hình ảnh tình cảm đề cập đến cảm xúc và/hoặc sự gắn bó với một điểm đến (Baloglu & McCleary, 1999). Những hình ảnh nhận thức và cảm xúc này có nguồn gốc từ thông tin từ nhiều nguồn khác nhau bao gồm các nền tảng trực tuyến trước khi đến thăm điểm đến (Santana & Gosling, 2018) và có ảnh hưởng tích cực đến ý định đến thăm điểm đến (Chen & Tsai, 2007; Khan & cộng sự, 2017).

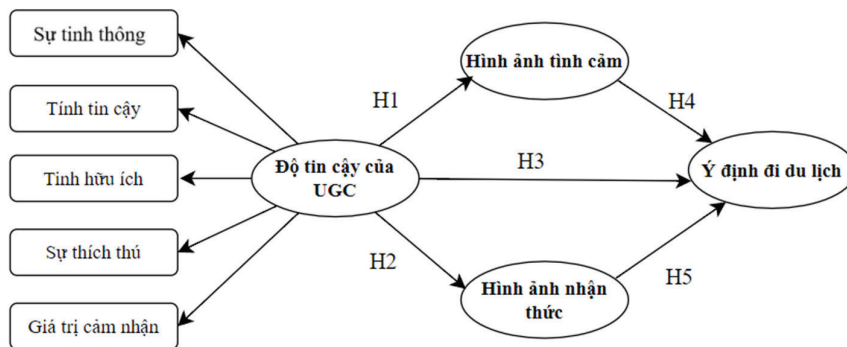
Hình ảnh điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi (Afshardoost & Eshaghi, 2020). Ajzen (1991) cho rằng ý định hành vi là xu hướng tiếp tục thực hiện một hành vi cụ thể trong tương lai. Ý định du lịch là động lực chính thúc đẩy khách du lịch đi du lịch đến các điểm đến (Woodside & Lysons, 1989), ý định đến thăm một điểm đến càng mạnh thì khả năng người đó đến thăm địa điểm đó càng cao. Ý định du lịch, hay còn gọi là ý định ghé thăm, là động lực thúc đẩy hành vi du lịch của một cá nhân (Nguyen & cộng sự, 2021). Nó được hình thành bởi nhiều yếu tố, bao gồm hình ảnh điểm đến, nội dung sáng tạo, câu chuyện cảm xúc và các biến số nhân khẩu học (Arora & Lata, 2020; Nguyen & cộng sự, 2021). Trong nghiên cứu này, ý định du lịch được định nghĩa là ý định và xu hướng chủ quan của khách du lịch tiềm năng đến thăm

một điểm đến nhất định, được kích thích bởi độ tin cậy UGC Facebook và hình ảnh điểm đến cả nhận thức và tình cảm. Do đó, các giả thuyết nghiên cứu bao gồm:

H4: Hình ảnh tình cảm ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch.

H5: Hình ảnh nhận thức ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo nghiên cứu

Facebook là trang mạng xã hội được truy cập nhiều nhất và được sử dụng rộng rãi nhất trong ngành du lịch (Peralta, 2019). Năm 2024, Facebook là mạng xã hội phổ biến nhất tại Việt Nam, duy trì vị trí hàng đầu trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng tăng, với 72,7 triệu người dùng. UGC trên Facebook và các phương tiện truyền thông xã hội khác do khách du lịch cá nhân, bao gồm cả những người viết blog du lịch, đăng tải, nằm ngoài tầm kiểm soát của các tổ chức quản lý du lịch và được chứng minh là ngày càng ảnh hưởng đáng kể đến ý định du lịch của du khách tiềm năng (Latif & cộng sự, 2020; Pahlevan Sharif & Mura, 2019; Phan & cộng sự, 2023).

Thang đo độ tin cậy UGC Facebook là khái niệm đa chiều được đề xuất bao gồm các thành phần: sự tinh thông, tính tin cậy được kế thừa từ nghiên cứu của Ayeh & cộng sự (2013), tính hữu ích được điều chỉnh từ (Ayeh, 2015; Lam & cộng sự, 2020), sự vui vẻ và giá trị cảm nhận được kế thừa từ nghiên cứu của Kitsios & cộng sự (2022). Thang đo hình ảnh điểm đến nhận thức và tình cảm được kế thừa từ nghiên cứu của Lam & cộng sự (2020) và thang đo ý định du lịch được kế thừa từ Arora & Lata (2020). Thang đo nghiên cứu được hiệu chỉnh dựa trên kết quả tham vấn chuyên gia là các nhà khoa học nghiên cứu liên quan đến chủ đề này để đảm bảo tính phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam. Các biến trong mô hình nghiên cứu được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm (1 = Hoàn toàn không đồng ý, 5 = Hoàn toàn đồng ý).

3.2. Thu thập dữ liệu

Nhằm đảm bảo thang đo nghiên cứu được phát triển phù hợp với bối cảnh Việt Nam, nghiên cứu thử nghiệm được thực hiện đối với 30 khách du lịch nội địa. Kết quả nghiên cứu thử nghiệm cho thấy thang đo đảm bảo độ tin cậy, những thiếu sót về mặt ngôn ngữ như các thuật ngữ chuyên ngành gây khó hiểu được xác định và loại bỏ. Nghiên cứu chính thức được thực hiện với dữ liệu được thu thập từ 311 người dùng Facebook chưa từng đến thành phố Hồ Chí Minh, đã từng tiếp xúc với các UGC về du lịch trên Facebook bao gồm cả chủ động và thụ động. Khảo sát trực tuyến sử dụng Google Form được thực hiện từ tháng 9 năm 2024 đến tháng 10 năm 2024 theo phương pháp điều tra chọn mẫu thuận tiện. Những người tham gia khảo sát được giới thiệu về các UGC Facebook là các bài viết hoặc bài đăng (có thể chứa hình ảnh, văn bản, video) của người dùng Facebook (bạn bè, người thân) về du lịch thành phố Hồ Chí Minh, nội dung hiển thị trên trang chủ Facebook của người dùng hoặc nội dung trong các trang (fanpage) và nhóm (group). Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu cho thấy mẫu có sự phân bố khá cân bằng về giới tính với 52,4% nam giới và 47,6% nữ giới. Độ tuổi của nhóm mẫu tham gia cuộc khảo sát này tập trung chủ yếu ở nhóm 18-50 (chiếm 88%), phản ánh nhóm du khách trẻ, năng động, thường xuyên sử dụng mạng xã hội Facebook. Mức thu nhập trải rộng từ dưới 10 triệu đến trên 20 triệu/tháng, cho thấy sự đa dạng về khả năng chi tiêu. Du khách đến từ khắp các vùng miền trên cả nước.

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô hình phương trình cấu trúc (SEM) với phần mềm SPSS 22.0 và AMOS 24.0. Dữ liệu được phân tích qua nhiều giai đoạn. Đầu tiên, sử dụng phần mềm SPSS 22.0 để tạo thống kê mô tả và tiến hành phân tích độ tin cậy của dữ liệu. Sau đó, tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) trên thang đo độ tin cậy của UGC Facebook để xác định các yếu tố độ tin cậy UGC. Cuối cùng, phân tích mô hình phương trình cấu trúc (CB-SEM) với phần mềm AMOS 24.0 để đánh giá phép đo theo hai bước: (1) Đánh giá độ tin cậy và tính hợp lệ của mô hình đo lường và (2) Đánh giá các mối quan hệ cấu trúc giữa các cấu trúc tiềm ẩn.

4. Kết quả

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) với phép trích thành phần chính (PCA) được sử dụng để rút trích các chiều cơ bản của độ tin cậy UGC Facebook, 2 mục đã bị loại khỏi phân tích do điểm tải nhân tố thấp hơn 0,5 hoặc tải chéo. Kết quả đề xuất 5 yếu tố được rút trích từ 18 biến còn lại. Thống kê KMO (0,828) và kết quả kiểm định Barlett's ($\chi^2 = 2259,898$ và $p < 0,000$) cao hơn nhiều so với ngưỡng tối thiểu, cho thấy tính đầy đủ của mẫu và tính tương quan giữa các mục. Hệ số tải nhân tố của tất cả các mục đều lớn hơn yêu cầu tối thiểu 0,50, cho thấy đạt được giá trị hội tụ. Giá trị phân biệt cũng được xác nhận vì không có tải trọng chéo giữa các yếu tố được tìm thấy. Trong mỗi yếu tố riêng lẻ, độ tin cậy Cronbach's α đều cao hơn tiêu chuẩn 0,7 (Bảng 1). Tóm lại, cấu trúc nhân tố thu được là đầy đủ, hợp lệ và đáng tin cậy cho các phân tích sâu hơn.

Mô hình đo lường bậc hai chứa ba cấu trúc bậc một bao gồm hình ảnh nhận thức, hình ảnh tình cảm và ý định du lịch, và một cấu trúc bậc hai là độ tin cậy UGC Facebook gồm năm chiều. Kết quả phân tích nhân

Bảng 1: Kết quả kiểm định độ tin cậy và tính hợp lệ

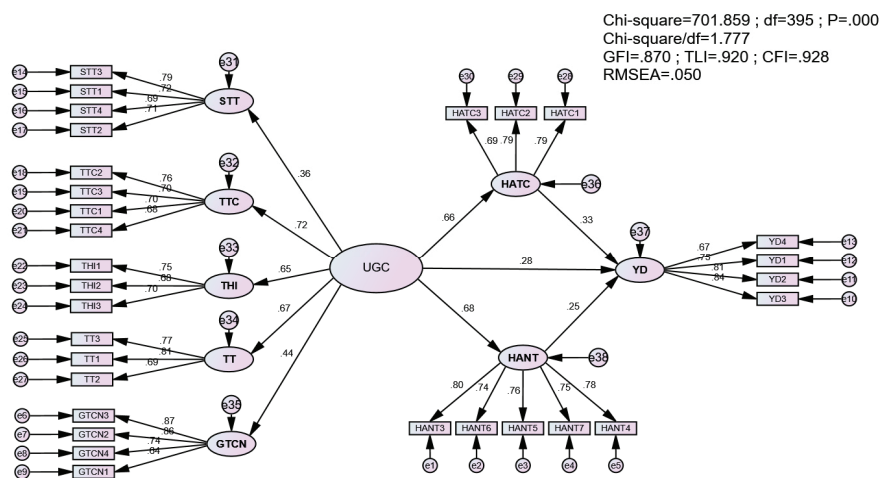
Khái niệm	Biến đo lường	Hệ số tải	Cronbach's Alpha	AVE	CR
Sự tin thông điều chỉnh từ (Aych & cộng sự, 2013)	STT1	0,752	0,818	0,534	0,820
	STT2	0,680			
	STT3	0,759			
	STT4	0,732			
Tính tin cậy điều chỉnh từ (Aych & cộng sự, 2013)	TTC1	0,637	0,801	0,504	0,803
	TTC2	0,862			
	TTC3	0,657			
	TTC4	0,604			
Tính hữu ích điều chỉnh từ (Aych, 2015; Lam & cộng sự, 2020)	THI1	0,737	0,751	0,505	0,754
	THI2	0,683			
	THI3	0,665			
Sự thích thú điều chỉnh từ (Kitsios & cộng sự, 2022)	TT1	0,744	0,801	0,576	0,802
	TT2	0,658			
	TT3	0,757			
Giá trị cảm nhận điều chỉnh từ (Kitsios & cộng sự, 2022)	GTCN1	0,667	0,859	0,615	0,863
	GTCN2	0,811			
	GTCN3	0,842			
	GTCN4	0,717			
Hình ảnh nhận thức điều chỉnh từ (Lam & cộng sự, 2020)	HANT3	0,846	0,877	0,578	0,846
	HANT4	0,616			
	HANT5	0,753			
	HANT6	0,779			
	HANT7	0,729			
Hình ảnh tình cảm điều chỉnh từ (Lam & cộng sự, 2020)	HATC1	0,782	0,797	0,574	0,801
	HATC2	0,690			
	HATC3	0,526			
Ý định du lịch điều chỉnh từ (Arora & Lata, 2020)	YD1	0,735	0,848	0,592	0,852
	YD2	0,780			
	YD3	0,877			
	YD4	0,583			

tổ xác nhận (CFA) của mô hình đo lường được trình bày trong Hình 1. Các chỉ số phù hợp tốt ($\chi^2/df = 1,540$, GFI = 0,889, CFI = 0,952, TLI = 0,945, RMSEA = 0,042) cung cấp bằng chứng về sự phù hợp có thể chấp nhận được giữa mô hình đo lường và dữ liệu quan sát được (Hair & cộng sự, 2010). Giá trị độ tin cậy tổng hợp (CR) của các cấu trúc đều lớn hơn 0,7 đạt yêu cầu, do đó độ tin cậy của các cấu trúc hợp lệ. Tính hợp lệ hội tụ của mô hình được đánh giá thông qua tải trọng nhân tố và phương sai trích xuất trung bình (AVE). Phương sai trích (AVE) của tất cả các nhân tố đều lớn hơn 0,5, do đó, tính hợp lệ hội tụ của các cấu trúc được coi là có thể chấp nhận được. Kết quả kiểm tra giá trị phân biệt cho thấy tất cả các hệ số tương quan giữa các khái niệm đều nhỏ hơn căn bậc hai của AVE tương ứng, chứng tỏ các khái niệm được đo lường một cách độc lập.

4.2. Phân tích mô hình cấu trúc

Sau khi xác nhận mô hình đo lường, mô hình cấu trúc đã được xây dựng bằng cách sử dụng bốn cấu trúc, bao gồm một cấu trúc ngoại sinh (độ tin cậy UGC Facebook) và ba cấu trúc nội sinh (hình ảnh nhận thức, hình ảnh tình cảm và ý định du lịch) và năm mối quan hệ lý thuyết được giả định giữa các cấu trúc. Kết quả phân tích SEM khẳng định, độ tin cậy UGC có ảnh hưởng tích cực đến cả hình ảnh nhận thức ($\beta = 0,681$, $p < 0,001$) và hình ảnh tình cảm ($\beta = 0,656$, $p < 0,001$) về thành phố Hồ Chí Minh. Cả hình ảnh nhận thức ($\beta = 0,252$, $p = 0,003$) và hình ảnh tình cảm ($\beta = 0,326$, $p < 0,001$) đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định du lịch, nhưng hình ảnh tình cảm có tác động mạnh hơn. Độ tin cậy UGC cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định du lịch ($\beta = 0,282$, $p = 0,033 < 0,05$). Giá trị R^2 cho thấy độ tin cậy UGC có thể giải thích được 43,0% sự biến thiên của hình ảnh tình cảm và giải thích 46,4% sự biến thiên của hình ảnh nhận thức, bên cạnh đó các biến độc lập độ tin cậy UGC, hình ảnh tình cảm và hình ảnh nhận thức của điểm đến giải thích được 54,0% sự biến thiên của ý định du lịch.

Hình 2: Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính SEM



Bảng 2: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Đường dẫn	Hệ số chuẩn hóa	Giá trị P	Kết quả
H1	Độ tin cậy UGC -> Hình ảnh tình cảm	0,656	0,000	Chấp nhận
H2	Độ tin cậy UGC -> Hình ảnh nhận thức	0,681	0,000	Chấp nhận
H3	Độ tin cậy UGC -> Ý định du lịch	0,282	0,033	Chấp nhận
H4	Hình ảnh tình cảm -> Ý định du lịch	0,326	0,000	Chấp nhận
H5	Hình ảnh nhận thức -> Ý định du lịch	0,252	0,003	Chấp nhận

5. Thảo luận và hàm ý quản lý

5.1. Thảo luận

UGC đã được chứng minh có ảnh hưởng đến nhận thức của khách du lịch về một điểm đến và quá trình ra quyết định của họ (Nguyen & Tong, 2023; Stepchenkova & Zhan, 2013). Nghiên cứu này dựa trên lý thuyết độ tin cậy của nguồn, sự chấp nhận công nghệ đã đề xuất thang đo độ tin cậy UGC và ảnh hưởng của nó đối

với hình ảnh điểm đến cũng như ý định du lịch đến một điểm đến của khách du lịch tiềm năng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, độ tin cậy UGC Facebook là cấu trúc bậc cao bao gồm năm thành phần: sự tinh thông, tính tin cậy, tính hữu ích, sự thích thú, giá trị cảm nhận. Độ tin cậy UGC Facebook có tác động tích cực đến hình ảnh điểm đến cả về khía cạnh nhận thức và khía cạnh tình cảm, điều này tương tự các nghiên cứu của Asyraff & cộng sự (2024); Lam & cộng sự (2020). Thật vậy, khách du lịch có nhiều khả năng phát triển nhận thức tốt về điểm đến dựa trên thông tin thu được từ UGC nếu họ tin tưởng và có sự tin tưởng vào người tạo nội dung. Nếu thông tin đến từ một nguồn trực tuyến đáng tin cậy, thông tin về điểm đến có thể định hình một hình ảnh thuận lợi. Ngoài ra, người dùng ngày càng thận trọng và tham gia vào việc xác minh thông tin thu được trực tuyến. Họ thường đọc kỹ các bình luận và đánh giá để xác thực thông tin do người tạo cung cấp (Yamagishi & cộng sự, 2024). Ngoài ra độ tin cậy của UGC có tác động trực tiếp đến ý định đi du lịch kết quả của nghiên cứu này phù hợp với các nghiên cứu (Adeloye & cộng sự, 2022; Nguyen & Tong, 2023). Những phát hiện này có ý nghĩa lý thuyết và thực tiễn quan trọng đối với phát triển du lịch và marketing điểm đến.

5.2. Ý nghĩa lý thuyết

Kết quả từ nghiên cứu này chỉ ra rằng thang đo độ tin cậy UGC là một cấu trúc bậc cao với năm chiều (sự tinh thông, tính tin cậy, tính hữu ích, sự thích thú, giá trị cảm nhận), bổ sung thêm cho sự hiểu biết về hàm ý của độ tin cậy và sự tin tưởng của người dùng đối với UGC. Trong các nghiên cứu trước đây, các học giả đã đề xuất nhiều chiều khác nhau của độ tin cậy UGC trong các bối cảnh khác nhau. Ví dụ, Ayeh & cộng sự (2013) dựa vào lý thuyết độ tin cậy của nguồn để mô tả cảm nhận của khách du lịch tiềm năng trong việc chấp nhận UGC. Arora & Lata (2020) đã đề xuất các chiều bao gồm tính chính xác, tính toàn diện và tính kịp thời trong bối cảnh UGC trên Youtube. Yilmazdoğan & cộng sự (2021) đề xuất độ tin cậy của nguồn bao gồm sự tinh thông, tính tin cậy và sự hấp dẫn. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chỉ mới xác nhận thành phần độ tin cậy của nguồn, nghiên cứu hiện tại bổ sung thêm thành phần tính hữu ích của thông tin và sự thích thú và giá trị cảm nhận là những thành phần liên quan đến cảm nhận bên trong của người tiếp nhận thông tin, sự tin tưởng được cảm nhận có thể tạo thành cảm nhận về độ tin cậy của thông điệp.

5.3. Hàm ý quản lý

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm rằng ý định du lịch của du khách chủ yếu bị ảnh hưởng độ tin cậy UGC và hình ảnh điểm đến. Do đó, kết quả nghiên cứu này cung cấp nhiều hàm ý quản lý đối với các nhà quản lý điểm đến trong việc xây dựng và duy trì độ tin cậy UGC trên Facebook xây dựng hình ảnh điểm đến tích cực và đáng tin cậy từ đó thúc đẩy ý định du lịch của du khách. Một số khuyến nghị bao gồm hợp tác với chuyên gia, người dùng Facebook có sức ảnh hưởng trong lĩnh vực du lịch để tạo ra nội dung đáng tin cậy; kiểm duyệt nội dung chặt chẽ để loại bỏ thông tin sai lệch, tiêu cực, đảm bảo tính minh bạch và khách quan trong việc cung cấp thông tin du lịch trên Facebook; khuyến khích du khách chia sẻ trải nghiệm du lịch thực tế, kể những câu chuyện trải nghiệm du lịch chân thực, cảm xúc để tạo ấn tượng sâu sắc trên Facebook sau chuyến đi và truyền cảm hứng cho du khách tiềm năng.

6. Kết luận

Nghiên cứu thực nghiệm này đã chứng minh tác động của độ tin cậy UGC Facebook đến hình ảnh tình cảm và nhận thức của điểm đến du lịch và ý định du lịch của du khách tiềm năng. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu chỉ tập trung vào người dùng Facebook, chưa xem xét đến các nền tảng mạng xã hội khác như Instagram, TikTok, YouTube,... điều này có thể hạn chế tính khái quát của kết quả; các nghiên cứu tương lai có thể mở rộng phạm vi đối với độ tin cậy UGC từ nền tảng mạng xã hội khác, để có cái nhìn toàn diện hơn về tác động của độ tin cậy UGC đến ý định du lịch. Thứ hai, có thể bổ sung thêm các biến điều tiết vào mô hình nghiên cứu, chẳng hạn như các yếu tố nhân khẩu học, kinh tế,... để giải thích rõ hơn về ảnh hưởng của độ tin cậy UGC đối với hình ảnh điểm đến và ý định du lịch.

Lời thừa nhận/Cám ơn: Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn sự tài trợ của Đại học Huế qua đề tài mã số DHH2024-10-40.

Tài liệu tham khảo:

- Adeloye, D., Makurumidze, K. & Sarfo, C. (2022), 'User-generated videos and tourists' intention to visit', *Anatolia*, 33(4), 658-671. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1986082>
- Afshardoost, M. & Eshaghi, M.S. (2020), 'Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis', *Tourism Management*, 81(December), 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Appelman, A. & Sundar, S.S. (2016), 'Measuring message credibility', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 59-79. <https://doi.org/10.1177/1077699015606057>
- Arora, N. & Lata, S. (2020), 'YouTube channels influence on destination visit intentions: An empirical analysis on the base of information adoption model', *Journal of Indian Business Research*, 12(1), 23-42. <https://doi.org/10.1108/JIBR-09-2019-0269>
- Assaker, G. (2020), 'Age and gender differences in online travel reviews and user-generated-content (UGC) adoption: extending the technology acceptance model (TAM) with credibility theory', *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(4), 428-449. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1653807>
- Asyraf, M.A., Hanafiah, M.H., Zain, N.A.M. & Hariani, D. (2024), 'Unboxing the paradox of social media user-generated content (UGC) information qualities and tourist behaviour: moderating effect of perceived travel risk', *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1809-1830. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2023-0072>
- Ayeh, J.K. (2015), 'Travellers' acceptance of consumer-generated media: An integrated model of technology acceptance and source credibility theories', *Computers in Human Behavior*, 48, 173-180. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.049>
- Ayeh, J.K., Au, N. & Law, R. (2013), 'Do we believe in TripAdvisor? Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content', *Journal of Travel Research*, 52(4), 437-452. <https://doi.org/10.1177/0047287512475217>
- Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999), 'A model of destination image formation', *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Borges-Tiago, M.T., Tiago, F., Veríssimo, J.M. & Silva, T. (2019), 'A brand-new world: brand-endorsers-users fit on social media', *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 32(4), 472-486. <https://doi.org/10.1108/ARLA-02-2019-0047>
- Burgess, S., Sellitto, C., Cox, C. & Buultjens, J. (2009), 'User-generated content (UGC) in tourism: Benefits and concerns of online consumers', *17th European Conference on Information Systems, ECIS 2009*, January.
- Chen, C.F. & Tsai, D.C. (2007), 'How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?', *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C. & Buultjens, J. (2009), 'The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior', *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 18(8), 743-764. <https://doi.org/10.1080/19368620903235753>
- Davis, F.D. (1989), 'Perceived Usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Del Chiappa, G. (2011), 'Trustworthiness of Travel 2.0 applications and their influence on tourist behaviour: an empirical investigation in Italy', in *Information and Communication Technologies in Tourism 2011*, Law, R., Fuchs, M. & Ricci, F. (Eds.), New York, NY: Springer, 331-342. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0503-0_27
- Eisend, M. (2006), 'Source credibility dimensions in marketing communication—A generalized solution', *Journal of Empirical Generalizations in Marketing Science*, 10, 1-33.
- Filieri, R., Alguezaui, S. & McLeay, F. (2015), 'Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth', *Tourism Management*, 51, 174-185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007>
- Fotis, J., Buhalis, D. & Rossides, N. (2012), 'Social media use and impact during the holiday travel planning process BT - Information and communication technologies in tourism 2012', in *Information and Communication*

- Technologies in Tourism*, Fuchs, M., Ricci, F. & Cantoni, L. (Eds.), Vienna, Austria: Springer-Verlag, 13-24.
- González-Rodríguez, M.R., Díaz-Fernández, M.C., Bilgihan, A., Okumus, F. & Shi, F. (2022), 'The impact of eWOM source credibility on destination visit intention and online involvement: a case of Chinese tourists', *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(5), 855-874. <https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2021-0321>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Pearson.
- Hovland, C.I., Janis, I.L. & Kelley, H.H. (1953), *Communication and persuasion, psychological studies of opinion change*, Yale University Press.
- Khan, M.J., Chelliah, S. & Ahmed, S. (2017), 'Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139-1155. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374985>
- Kitsios, F., Mitsopoulou, E., Moustaka, E. & Kamariotou, M. (2022), 'User-Generated content behavior and digital tourism services: A SEM-neural network model for information trust in social networking sites', *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100056. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2021.100056>
- Lam, J.M.S., Ismail, H. & Lee, S. (2020), 'From desktop to destination: User-generated content platforms, co-created online experiences, destination image and satisfaction', *Journal of Destination Marketing and Management*, 18(September), 100490. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100490>
- Latif, K., Malik, M.Y., Pitaifi, A.H., Kanwal, S. & Latif, Z. (2020), 'If you travel, i travel: Testing a model of when and how travel-related content exposure on Facebook Triggers the intention to visit a tourist destination', *SAGE Open*, 10(2), <https://doi.org/10.1177/2158244020925511>
- Li, C., Liu, H. & Li, L. (2024), 'How to establish credibility? The influence of expression manner on tourist information adoption', *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/00472875241261607>
- Lim, Y., Chung, Y. & Weaver, P.A. (2012), 'The impact of social media on destination branding: Consumer-generated videos versus destination marketer-generated videos', *Journal of Vacation Marketing*, 18(3), 197-206. <https://doi.org/10.1177/1356766712449366>
- Loda, M.D., Teichmann, K. & Zins, A.H. (2009), 'Destination websites' persuasiveness', *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(1), 70-80. <https://doi.org/10.1108/17506180910940351>
- Mohd Suki, N. & Mohd Suki, N. (2020), 'Acquiring travel-related information from mobile social networking services: What factors predict social networking services users' perceived value and trust in Malaysia?', *Journal of Marketing Communications*, 26(7), 742-760. <https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1569088>
- Narangajavana, Y., Callarisa Fiol, L.J., Moliner Tena, M.Á., Rodríguez Artola, R.M. & Sánchez García, J. (2017), 'The influence of social media in creating expectations. An empirical study for a tourist destination', *Annals of Tourism Research*, 65, 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.002>
- Nguyen, T.T.T. & Tong, S. (2023), 'The impact of user-generated content on intention to select a travel destination', *Journal of Marketing Analytics*, 11(3), 443-457. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00174-7>
- Nguyen, V.H., Truong, T.X.D., Pham, H.T., Tran, D.T. & Nguyen, P.H. (2021), 'Travel intention to visit tourism destinations: A perspective of generation Z in Vietnam', *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1043-1053. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1043>
- Pahlevan Sharif, S. & Mura, P. (2019), 'Narratives on Facebook: the impact of user-generated content on visiting attitudes, visiting intention and perceptions of destination risk', *Information Technology and Tourism*, 21(2), 139-163. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00140-7>
- Peralta, R.L. (2019), 'How vlogging promotes a destination image: A narrative analysis of popular travel vlogs about the Philippines', *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(4), 244-256. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00134-6>
- Phan, T.A., Nguyen, T.H.T. & Nguyen, M.C. (2023), 'Facebook user-generated content and tourists' destination intention in Vietnam', *Journal for Global Business Advancement*, 16(4), 559-581. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2023.141425>
- Rahman, A., Sharmin, N. & Akhter, M. (2020a), 'The role of authenticity, source credibility, and involvement in the formation of destination image on social media platforms', *Travel and Tourism Research Association: Advancing*

- Rahman, A., Sharmin, N. & Akhter, M. (2020b), 'The roles of involvement, source credibility, and authenticity in the formation of online destination image', *Tourism Analysis*, 2294(1), 1-20. <https://doi.org/10.3727/108354220x15959839757683>
- Santana, L.D. & Gosling, M.D.S. (2018), 'Dimensions of image: A model of destination image formation', *Tourism Analysis*, 23(3), 303-322. <https://doi.org/10.3727/108354218X15305418666940>
- Santos, M.L.B.dos. (2022), 'The "so-called" UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media', *Online Information Review*, 46(1), 95-113. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>
- Schouten, A.P., Janssen, L. & Verspaget, M. (2020), 'Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and product-endorser fit', *International Journal of Advertising*, 39(2), 258-281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Stepchenkova, S. & Zhan, F. (2013), 'Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography', *Tourism Management*, 36, 590-601. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.006>
- Tseng, S. & Fogg, B.J. (1999), 'Credibility and computing technology', *Communications of the ACM*, 42, 39-44.
- Tussyadiah, I.P. & Fesenmaier, D.R. (2009), 'Mediating tourist experiences: Access to places via shared videos', *Annals of Tourism Research*, 36(1), 2440. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.10.001>
- Woodside, A.G. & Lysonski, S. (1989), 'A general model of traveler destination choice', *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14. <https://doi.org/10.1177/004728758902700402>
- Yamagishi, K., Canayong, D., Domingo, M., Maneja, K.N., Montolo, A. & Siton, A. (2024), 'User-generated content on Gen Z tourist visit intention: a stimulus-organism-response approach', *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1949-1973. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2023-0091>
- Yılmazdoğan, O.C., Doğan, R.Ş. & Altıntaş, E. (2021), 'The impact of the source credibility of Instagram influencers on travel intention: The mediating role of parasocial interaction', *Journal of Vacation Marketing*, 27(3), 299-313. <https://doi.org/10.1177/1356766721995973>
- Yoo, K.H. & Gretzel, U. (2011), 'Influence of personality on travel-related consumer-generated media creation', *Computers in Human Behavior*, 27(2), 609-621. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.05.002>
- Zain, N.A.M., Hanafiah, M.H., Asyraf, M.A., Ismail, H. & Bafadhal, A.S. (2024), 'User generated content versus mainstream media influence on hot spring tourism destination image formation', *Tourism Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2024-0250>
- Zhang, Y., Gao, J., Cole, S. & Ricci, P. (2021), 'How the spread of user-generated contents (UGC) shapes international tourism distribution: Using agent-based modeling to inform strategic UGC marketing', *Journal of Travel Research*, 60(7), 1469-1491. <https://doi.org/10.1177/0047287520951639>.

***Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Minh Nghĩa - Email: ntmnghia@hueuni.edu.vn**

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG MÔI TRƯỜNG SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ VÒNG ĐỜI (LCA) CỦA HOẠT ĐỘNG CHĂN NUÔI BÒ THỊT: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CHĂN NUÔI BÒ BLANC BLUE BELGIUM TẠI BA VÌ, VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thanh Huyền*

Trường Đại học Ngoại thương

Email: thanhhuyenna@ftu.edu.vn

Nguyễn Thị Thùy Linh

Trường Đại học Ngoại Thương

Email: k61.2214420023@ftu.edu.vn

Mã bài báo: JED-2223

Ngày nhận: 23/01/2025

Ngày nhận bản sửa: 21/03/2025

Ngày duyệt đăng: 30/05/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2223

Tóm tắt:

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp Đánh giá vòng đời (Life cycle assessment - LCA) để đo lường mức độ ảnh hưởng của hoạt động chăn nuôi bò thịt giống Blanc Blue Belgium đến môi trường và con người, thí điểm tại Ba Vì, Việt Nam. Nghiên cứu tập trung vào đánh giá bốn giai đoạn trong quá trình chăn nuôi bò thịt từ bò con đến bò xuất chuồng. Kết quả cho thấy hoạt động chăn nuôi bò thịt tại trang trại ảnh hưởng đến bộ 17 chỉ số môi trường (ISO, 2006). Đáng chú ý, tuổi thọ trung bình của con người giảm 0,0057 năm, số loài trong tự nhiên bị suy giảm 0,0000365 loài và nguồn tài nguyên trong hệ sinh thái bị tổn thất tương đương 203,3032 USD. Đặc biệt, hoạt động trồng cỏ làm thức ăn cho bò là nguyên nhân gây tác động lớn nhất đến môi trường. Dựa vào kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất các kiến nghị góp phần giảm thiểu các tác động tiêu cực tới môi trường và đề xuất giải pháp xây dựng mô hình chăn nuôi bò thịt bền vững tại Việt Nam.

Từ khóa: Chăn nuôi bò thịt, hệ sinh thái, chỉ số môi trường, tuổi thọ con người, đánh giá vòng đời, tài nguyên.

Mã JEL: Q1, Q51, Q57.

Assessment of environmental impact by using the Life Cycle Assessment for beef cattle farming: The case of Blanc Blue Belgium cattle farming in Ba Vi, Vietnam

Abstract:

This study employs the Life Cycle Assessment to measure the environmental and human impact of beef cattle farming, specifically the Blanc Blue Belgium breed, a case study at a farm in Ba Vi, Vietnam. The research focuses on evaluating four stages in the beef cattle farming process, from calf to market-ready cattle. The results reveal that cattle farming at the farm affects 17 environmental indicators (ISO, 2006). Significantly, human life expectancy is reduced by 0.0057 years, biodiversity is impacted with a loss of 0.0000365 species, and the loss of ecosystem resources is estimated at 203.3032 US dollars. Specifically, the cultivation of grass for cattle feed is identified as the largest environmental impact. Based on the findings, several recommendations are proposed to mitigate negative environmental impacts and promote sustainable farming practices in Vietnam.

Keywords: Beef cattle farming, ecosystem, environmental indicators, human lifespan, life cycle assessment, resources.

JEL codes: Q1, Q51, Q57.

1. Giới thiệu

Chăn nuôi bò thịt đóng vai trò quan trọng trong khu vực kinh tế nông nghiệp, chiếm 40% tổng giá trị nông nghiệp và hỗ trợ sinh kế cho 1,3 tỷ người trên toàn thế giới (FAO, 2023). Thế nhưng, hoạt động chăn nuôi bò thịt có lượng phát thải khí nhà kính và tiêu hao tài nguyên đất, nước nhiều nhất trong tất cả các loại hình chăn nuôi gia súc lấy thịt (Gerber & cộng sự, 2015). Chăn nuôi bò thịt thải ra khoảng 2,9 tỷ tấn CO₂ tương đương chiếm khoảng 40% lượng khí thải từ hoạt động chăn nuôi toàn cầu (Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO, 2020).

Năm 2023, sản lượng thịt bò Việt Nam đạt 500.000 tấn, chiếm 6,3% tổng sản lượng thịt, với mức tăng trưởng trung bình 3%/năm, đáp ứng 45-50% nhu cầu tiêu dùng trong nước. Hơn nữa, ngành còn đóng góp 26% GDP nông nghiệp, hơn 5% GDP quốc gia và giữ vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế tổng thể (Hậu, 2024). Song song với lợi ích kinh tế, ngành chăn nuôi bò thịt cũng đối mặt với những thách thức môi trường nghiêm trọng. Tổng lượng khí phát thải từ ngành chăn nuôi tại Việt Nam năm 2024 là 18,5 triệu tấn CO₂ tương đương, trong đó chăn nuôi bò thịt đóng góp trên 50% tổng lượng phát thải toàn ngành chăn nuôi (Bộ Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn, 2024). Ngoài ra, ngành này còn tạo ra một lượng lớn chất thải rắn và lỏng gây ô nhiễm môi trường, tiêu tốn tài nguyên đất, nước.

Với tốc độ gia tăng dân số và mức thu nhập đã thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng thịt bò tại Việt Nam, trung bình tăng 3,3%/năm; trong khi ngành chăn nuôi bò thịt gặp khó khăn bởi quy mô chăn nuôi giảm 0,2%/năm từ năm 2019 đến 2023 (Xuân Anh, 2024). Khó khăn này xuất phát từ hoạt động chăn nuôi bò thịt ở Việt Nam còn nhỏ lẻ, công nghệ lạc hậu và giá cả không ổn định. Trước những thách thức này, Việt Nam đã định hướng phát triển ngành chăn nuôi bò thịt theo hướng bền vững, tập trung vào giảm phát thải khí nhà kính, tăng cường sử dụng tài nguyên hiệu quả, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn và phát triển sản phẩm sạch, hữu cơ để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu (Thủ tướng Chính phủ, 2020).

Để đánh giá tác động đến môi trường do chăn nuôi bò thịt gây ra, phương pháp LCA được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu tại Mỹ và các nước Châu Âu. Chăn nuôi bò thịt không chỉ làm giảm tuổi thọ của con người mà còn gây ra sự suy giảm đa dạng sinh học, tiêu hao tài nguyên thiên nhiên và gây ra tổn thất về mặt kinh tế (Pedolin & cộng sự, 2023; Ahlgren & cộng sự, 2024; Broom, 2021). Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu đang tập trung ở các quốc gia có ngành chăn nuôi bò thịt phát triển. Ở Việt Nam, nghiên cứu tác động của hoạt động chăn nuôi bò thịt tới môi trường còn ít về số lượng. Đặc biệt, trong bối cảnh Việt Nam đang hướng tới ngành chăn nuôi theo hướng bền vững thì việc đánh giá, đề xuất các giải pháp làm giảm tác động của hoạt động này tới môi trường là rất cần thiết.

Xuất phát từ tính cấp thiết về mặt lý luận lẫn thực tiễn, nghiên cứu này sử dụng phương pháp LCA để thực hiện đo lường thí điểm tác động đến môi trường và xã hội của mô hình chăn nuôi bò thịt tại một trang trại ở Ba Vì, Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

Theo Luật Chăn nuôi (Quốc hội, 2018), hoạt động chăn nuôi được định nghĩa là nuôi sinh trưởng, nuôi sinh sản vật nuôi và hoạt động khác có liên quan đến vật nuôi, sản phẩm chăn nuôi phục vụ mục đích làm thực phẩm, khai thác sức kéo, làm cảnh hoặc mục đích khác của con người. Nghiên cứu này lựa chọn nghiên cứu hoạt động chăn nuôi phục vụ mục đích làm thực phẩm, cụ thể là chăn nuôi bò lấy thịt, giới hạn của nghiên cứu là quá trình chăn nuôi từ giai đoạn bê con giống đến bò trưởng thành xuất chuồng (kéo dài 15 tháng), tương tự với giới hạn hệ thống “từ cái nôi đến cổng trang trại” như trong các nghiên cứu của Morais & cộng sự (2023) và Pedolin & cộng sự (2023).

Có nhiều chỉ số để đánh giá tác động môi trường (Ecochain, 2024), tuy nhiên, để đánh giá tác động môi trường của mô hình chăn nuôi bò thịt các nghiên cứu đi trước thường sử dụng phương pháp LCA và bộ 17 chỉ số môi trường bao gồm: Hình thành bụi mịn, Sự nóng lên toàn cầu, Bức xạ ion hóa, Sử dụng đất, Khan hiếm tài nguyên khoáng sản, Hình thành ozone... Trong các phương pháp tính toán tác động, phương pháp

Bảng 1: Nguồn đầu vào, đầu ra của quá trình nuôi bò

Tên sản phẩm	Nguồn	Tính chất	Định lượng	Tính kinh tế	
				Chi phí (nghìn đồng)	Doanh thu (nghìn đồng)
Nguồn đầu vào	Điện năng		78,57 kWh	220	
	Nước	Mua từ nhà nước	13,5 m ³	0	
	Ngô	Giống khoan	4500 kg	2250	
	Mật mía	Mua lại	90 kg	585	
	Cỏ sả, cỏ voi	Mua lại	9480 kg	9480	
	Bột ngô	Tự trồng	675 kg	5062,5	
	Cám hỗn hợp	Mua lại	1350 kg	12150	
	Vắc xin	Mua lại	2 ml/lần	120/50ml	
		Tự huyết trùng	2 ml/lần	470/50ml	
		Viêm da nổi cục	2 ml/lần	230/50ml	
Nguồn đầu ra		Lở mồm long móng	450 m ³	0	
		Nước thải	3000 kg	6000	
		Phân bón hữu cơ			
		Bò nguyên con	550 kg	41250	

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

ReCiPe đã được chuẩn hoá trên toàn cầu (Huijbregts & cộng sự, 2016). Những chỉ số này được đo bằng 3 thước đo: số năm suy giảm tuổi thọ trung bình của con người; số loài trong hệ sinh thái bị suy giảm và lượng tài nguyên tiêu tốn trong quá trình chăn nuôi bò, đo bởi đơn vị đồng đô la Mỹ năm 2013 (ISO, 2006; Huerta & cộng sự, 2016).

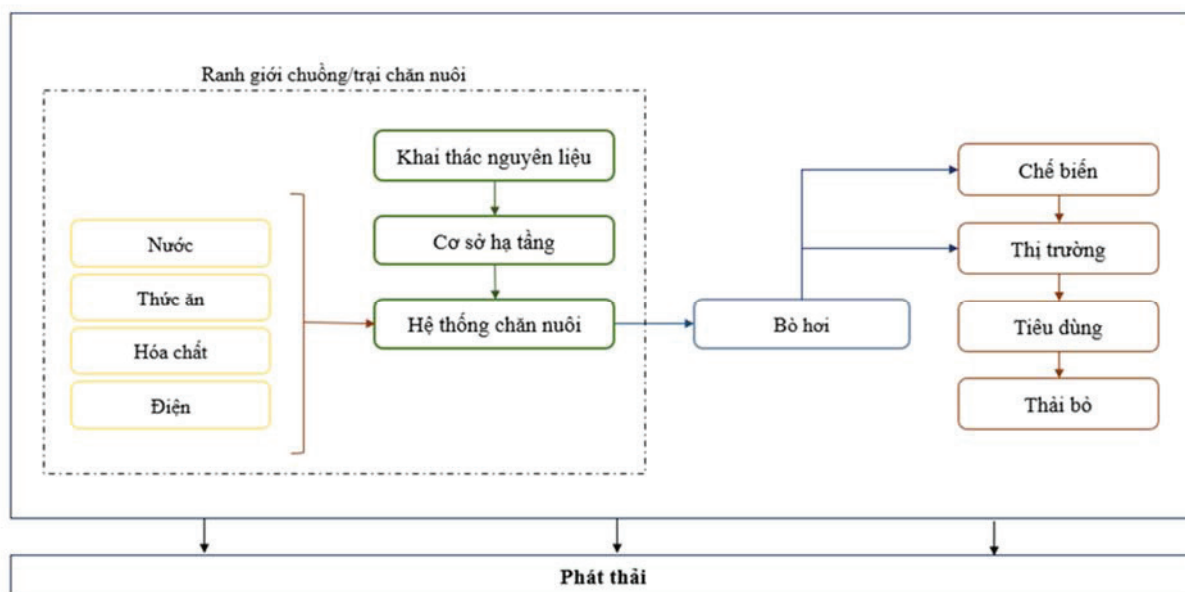
Nghiên cứu xem xét ảnh hưởng của mô hình chăn nuôi bò thịt đến sức khỏe con người thường là những hệ thống chăn nuôi bò theo mô hình chăn thả hoặc nuôi trên nền sàn gỗ. Vì thế mà đàn bò dễ mắc bệnh dẫn đến việc sử dụng thuốc kháng sinh AMR - một loại thuốc kháng sinh gia tăng tỷ lệ mắc bệnh ung thư, làm giảm tuổi thọ trung bình của con người (Broom, 2021; Pirlo & cộng sự, 2021). Trong khi đó, Rööös & cộng sự (2014), Huerta & cộng sự (2016), Dick & cộng sự (2021) cùng đưa ra kết luận: việc sử dụng nhiều nguyên liệu hóa thạch, điện năng và nước, thuốc trừ sâu là những yếu tố chính gây ra suy giảm tuổi thọ của con người trong mô hình chăn nuôi tập trung.

Chăn nuôi bò thịt cũng gây ra những tác động đáng kể đến suy giảm loài, đa dạng sinh học. Theo Sanyé-Mengual & cộng sự (2023), phát thải khí nhà kính từ quá trình trồng cỏ là nguyên nhân lớn nhất làm suy giảm đa dạng sinh học. Ahlgren & cộng sự (2024) cũng đưa ra những kết luận tương tự. Tuy nhiên, Huerta & Hernández (2021) lại cho thấy sự khác biệt giữa các mức tác động của đa dạng sinh học thông qua mức độ sử dụng đất trồng cỏ. Thật vậy, tại các trang trại ở Mexico, mức độ sử dụng đất trồng cỏ làm thức ăn cho bò cao thì mức độ suy giảm loài là thấp, điều này trái ngược với giả thuyết của Sanyé-Mengual & cộng sự (2023). Kết quả này có thể được giải thích bởi sự khác nhau giữa phạm vi nghiên cứu tại Châu Âu, nơi có hệ sinh thái vốn không đa dạng bằng Mexico.

Không chỉ gây ra tác động đến sinh vật mà mô hình chăn nuôi bò thịt còn có thể gây ra những tác động đến kinh tế bởi lượng tài nguyên tiêu tốn trong quá trình chăn nuôi. Theo Qalase & Harding (2022), chỉ số về khả năng tiếp cận tài nguyên có tác động tiêu cực đến tài sản, nguyên nhân chính đến từ việc thực hiện các hoạt động trồng thức ăn cho bò như ngũ cốc, ngô và lúa mạch.

Thêm vào đó, Morais & cộng sự (2023), đã phát

Hình 1: Sơ đồ tóm tắt vòng đời sản phẩm



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

hiện ra rằng lượng khí thải nhà kính gây ra sự nóng lên toàn cầu, tác động đến toàn bộ hệ thống sinh vật trên trái đất, không phải gây ra nhiều nhất bởi quá trình lên men thức ăn trong dạ dày của bò thịt, mà đến từ quá trình sản xuất ra nguồn thức ăn đầu vào cho quá trình nuôi bò, đặc biệt là quá trình trồng các loại cây nông nghiệp dùng làm phân bón có nhiều thành phần gốc nitơ. Kết quả này tương tự với các kết luận trong nghiên cứu của Bonnin & cộng sự (2021), Pedolin & cộng sự (2023), Veysset & cộng sự (2014). Điều này có thể được lý giải do thức ăn được cải tiến với mức giá thành cao hơn sẽ góp phần giảm lượng khí thải ra môi trường do hoạt động tiêu hóa của bò. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Morais & cộng sự (2023), còn đưa ra một kết luận đáng chú ý về tính hiệu quả của giống bò thịt, đó là: giống bò càng cao cấp càng ít phát thải lượng khí nhà kính, đồng thời đem lại lợi nhuận kinh tế ròng cao hơn các giống bò ít cao cấp hơn. Kết luận này có ý nghĩa lớn đối với các mô hình chăn nuôi định hướng phát triển bền vững.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về ảnh hưởng của chăn nuôi bò thịt đến môi trường đã chỉ ra rằng, khối lượng khí metan của một con bò được nuôi theo phương thức bán thâm canh thải ra là 33,4 kg/năm (Lê Đức Ngoan & cộng sự, 2016), chỉ số này nhỏ hơn so với hệ số phát thải khí metan trung bình của bò ở Châu Á. Bởi vì, việc sử dụng thức ăn tinh và nguồn chất xơ có chất lượng tốt giúp giảm khối lượng khí metan phát thải trong quá trình chăn nuôi bò thịt ở Việt Nam. Như vậy, nghiên cứu sử dụng LCA để đánh giá tác động môi trường của hoạt động chăn nuôi bò thịt ở Việt Nam còn hạn chế.

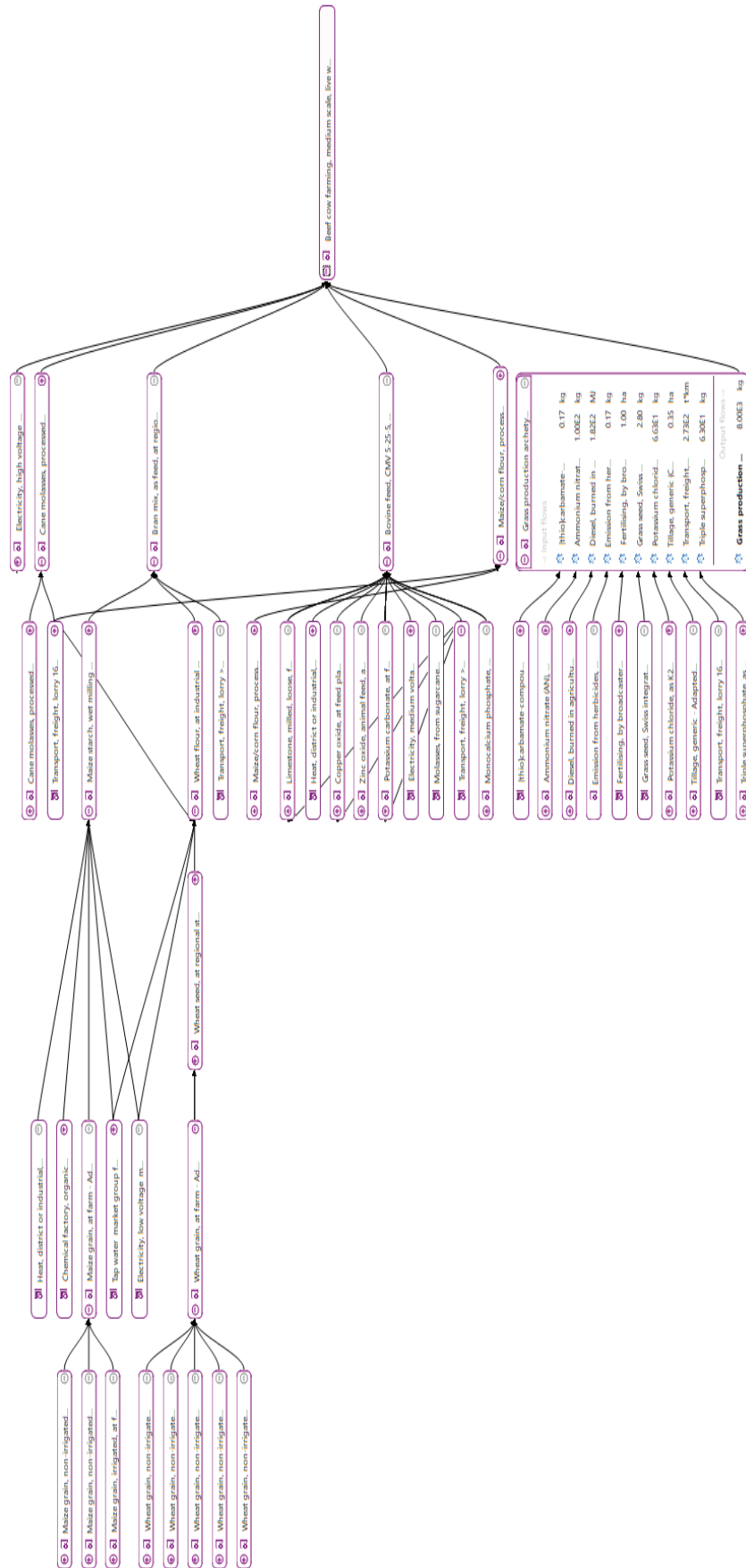
Dựa trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn, nhóm tác giả lựa chọn phương pháp LCA để đánh giá những tác động môi trường của mô hình chăn nuôi bò thịt ở Ba Vì, từ đó đề xuất các giải pháp thúc đẩy mô hình chăn nuôi bò thịt bền vững ở Việt Nam.

3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu là dữ liệu sơ cấp, được nhóm tác giả tổng hợp từ quá trình phỏng vấn tại trang trại với quy mô 150 con bò thịt giống Blue Blance Belgium. Đơn vị chức năng được lựa chọn trong nghiên cứu là giá trị trung bình của 01 con bò thịt Blue Blance Belgium, cân nặng khoảng 550kg, từ giai đoạn bò con (07 tháng tuổi) đến lúc xuất chuồng (22 tháng). Nguồn nguyên nhiên liệu đầu vào và sản phẩm đầu ra cho quá trình nuôi 01 con bò được trình bày trong Bảng 1.

Hình 2: Kết quả sơ đồ vòng đời sản phẩm



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm OpenLCA.

Bảng 2: Bảng kết quả thể hiện tác động tới bộ 17 chỉ số môi trường

STT	Chỉ số đo lường	ReCiPe Midpoint 2016 (H)	ReCiPe Endpoint 2016 (H)
		Đơn vị	Kết quả
	Hình thành bụi mịn - Fine particulate matter formation	kg PM2.5 eq	3,4118822150
	Sự khan hiếm tài nguyên hóa thạch - Fossil resource scarcity	kg oil eq	493,9881056229
	Độc tính hệ sinh thái nước ngọt - Freshwater ecotoxicity	kg 1,4-DCB	49,3293824339
	Phú dưỡng nước ngọt - Freshwater eutrophication	kg P eq	0,5159501145
	Sự nóng lên toàn cầu, Hệ sinh thái nước ngọt - Global warming, Freshwater ecosystems	kg CO ₂ eq	3076,7543793043
	Sự nóng lên toàn cầu, Sức khỏe con người - Global warming, Human health	DALY	0,0028574357
	Sự nóng lên toàn cầu, Hệ sinh thái đất liền - Global warming, Terrestrial ecosystems	species.yr	0,0000086135
	Độc tính gây ung thư ở người - Human carcinogenic toxicity	kg 1,4-DCB	70,1144135423
	Độc tính không gây ung thư ở người - Human non-carcinogenic toxicity	kg 1,4-DCB	1655,5699633159
	Bức xạ ion hóa - Ionizing radiation	kBq Co-60 eq	208,7827534464
	Sử dụng đất - Land use	m ² a crop eq	2415,1988965058
	Độc tính hệ sinh thái biển - Marine ecotoxicity	kg 1,4-DCB	37,8572323659
	Phú dưỡng biển - Marine eutrophication	kg N eq	6,0886004578
	Sự khan hiếm tài nguyên khoáng sản - Mineral resource scarcity	kg Cu eq	97,6443355764
	Hình thành tầng ozone, Sức khỏe con người - Ozone formation, Human health	kg NO _x eq	6,0271853594
	Hình thành tầng ozone, Hệ sinh thái đất liền - Ozone formation, Terrestrial ecosystems	kg NO _x eq	6,1432368213
	Sự suy giảm tầng ozon - Stratospheric ozone depletion	kg CFC11 eq	0,0526032420
	Axit hóa đất liền - Terrestrial acidification	kg SO ₂ eq	19,4054803390
	Độc tính sinh thái đất liền - Terrestrial ecotoxicity	kg 1,4-DCB	1276,7046324317
	Tiêu thụ nước, Hệ sinh thái thủy sinh - Water consumption, Aquatic ecosystems	m ³	107,3278392801
	Tiêu thụ nước, Sức khỏe con người - Water consumption, Human health	DALY	0,0001852286
	Sự tiêu thụ nước, Hệ sinh thái đất liền - Water consumption, Terrestrial ecosystem	species.yr	0,0000011628

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm OpenLCA.

DALY: số năm sống bình thường bị giảm của con người; species.yr: số loài sinh vật bị giảm nhân năm; USD2013: giá trị đồng đô la Mỹ năm 2013.

kg PM2.5 eq: khối lượng bụi mịn PM2.5 được phát thải ra; kg oil eq: lượng năng lượng tiêu thụ hoặc tài nguyên tương đương với lượng dầu tiêu thụ; kg 1,4-DCB: đo lường độc tính sinh thái và con người, dựa trên tác động của chất hóa học 1,4-Dichlorobenzene; kg P eq: đo lượng phospho tương đương, thường dùng để đánh giá hiện tượng phú dưỡng trong nước ngọt; kg CO₂ eq: đo lường lượng khí nhà kính (GHG) tương đương; kBq Co-60 eq: đo lượng phóng xạ ion hóa tương đương với đồng vị phóng xạ Cobalt-60 (Co-60); m²a crop eq: đo lường diện tích đất sử dụng trong một năm, quy đổi theo năng suất cây trồng; kg N eq: đo lượng nitơ tương đương; kg Cu eq: Đơn vị đo lường tài nguyên khoáng sản tương đương với đồng (Cu); kg NO_x eq: đo lượng khí NO_x tương đương, gây hại cho sức khỏe con người và hệ sinh thái; kg CFC11 eq: đo lường lượng chất làm suy giảm tầng ozone, tương đương với CFC-11 (Chlorofluorocarbon-11); kg SO₂ eq: đơn vị đo lượng khí SO₂ tương đương.

3.2. Phương pháp

Nhóm tác giả lựa chọn phương pháp LCA bao gồm 4 giai đoạn (Ecochain, 2024):

Giai đoạn 1: Xác định mục tiêu và phạm vi.

Mục tiêu của nghiên cứu này là đánh giá tác động môi trường của quá trình chăn nuôi một con bò thịt tại một trang trại ở Ba Vì, Việt Nam.

Giai đoạn 2: Tóm tắt vòng đời sản phẩm.

Quá trình chăn nuôi bò thịt yêu cầu nhiều khâu từ lựa chọn vị trí, đầu tư cơ sở vật chất, các chi phí đầu vào, chi phí quản lý... Tuy nhiên, nhóm tác giả chỉ xem xét các yếu tố đầu vào trong quá trình vận hành (nước, thức ăn, hóa chất, điện) và các sản phẩm đầu ra chính (bò nguyên con, chất thải rắn, chất thải lỏng, chất thải khí) cho mô hình tính toán tác động.

Giai đoạn 3: Đánh giá tác động.

Tác động đến môi trường trong nghiên cứu này được đánh giá thông qua bộ 17 chỉ số môi trường (ISO, 2006), bằng phương pháp ReCiPe 2016 được phát triển bởi Viện Y tế và Nông nghiệp Quốc gia Hà Lan (RIVM, 2017) và phần mềm OpenLCA 2.3.

Giai đoạn 4: Trình bày kết quả.

Bộ 17 chỉ số môi trường được trình bày theo cả hai cách tiếp cận điểm giữa và điểm cuối của phương pháp ReCiPe để kết hợp ưu điểm của cả 02 cách. Hai cách tiếp cận này bổ sung cho nhau, phân tích tại điểm giữa chỉ ra mối quan hệ trực tiếp giữa các sản phẩm và các dòng chảy môi trường còn phân tích điểm cuối dựa vào kết quả đó để đánh giá những tác động đến môi trường bằng 3 thang đo (Hauschild & Huijbregts, 2015).

Hình 3: Tỷ trọng 5 tác nhân chính hình thành bụi mịn



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả vòng đời sản phẩm

Sử dụng phần mềm OpenLCA, nghiên cứu đã tổng hợp vòng đời sản phẩm thành một sơ đồ liên kết chặt chẽ các yếu tố đầu vào đến sản phẩm đầu ra là một con bò thịt (Hình 2). Sơ đồ cho thấy nguồn nguyên liệu đầu vào gồm: ngô, cỏ,... được sử dụng để sản xuất thức ăn chăn nuôi; nguồn nguyên liệu điện, nước thông qua chuỗi sản xuất; vận chuyển và phân phối thức ăn, nguồn nước, nguồn điện đến cổng trang trại. Ngoài ra sơ đồ còn tường minh các sản phẩm phụ trong quá trình tạo ra sản phẩm đầu vào bao gồm phân bón, oxit đồng, oxit kẽm.

4.2. Kết quả đo lường tác động

Bảng 2, cho thấy việc hình thành bụi mịn, sự nóng lên toàn cầu, độc tính không gây ung thư ở người là ba nhân tố chính dẫn đến sự suy giảm tuổi thọ trung bình của con người. Hoạt động trồng cỏ là nguồn gốc chính sản sinh ra 3 nhân tố này (thể hiện ở Hình 3). Bên cạnh đó, ba chỉ số có tác động lớn nhất đến hệ sinh thái là sự nóng lên toàn cầu, sử dụng đất và axit hóa đất liền, nguyên nhân chính đóng góp vào chỉ số này cũng là quá trình trồng cỏ, các loại ngũ cốc để làm thức ăn cho bò. Ngoài ra, quá trình nuôi bò tại trang trại tiêu tốn lượng nguyên liệu hóa thạch gấp 8 lần so với lượng tài nguyên khoáng sản.

Hoạt động chăn nuôi bò thịt ở Ba Vì tác động đến 08 chỉ số môi trường, bao gồm: Sự nóng lên toàn cầu, Sự hình thành bụi mịn, Độc tính không gây ung thư ở người, Độc tính gây ung thư ở người, Bức xạ ion hóa, Hình thành tầng ozone, Sự suy giảm tầng ozone và Tiêu thụ nước. Trong đó, sự nóng lên toàn cầu tạo ra 3076,7544 kg CO₂ gây ra mức giảm tuổi thọ lớn nhất đối với con người, xấp xỉ 0,0029 tuổi. Kết quả này một lần nữa cho thấy việc chăn nuôi bò ở Việt Nam tạo ra một lượng khí nhà kính CO₂ rất lớn. Theo Nguyễn (2017), mỗi con bò thải ra khoảng 3.076,7544 kg CO₂ trong suốt vòng đời của nó, điều này gây ra sức ép lớn đến môi trường. Nguyên nhân của nguồn khí nhà kính trong nghiên cứu này được tìm thấy là do hoạt động trồng trọt, khác với các nghiên cứu đi trước cho thấy quá trình lên men thức ăn thô xanh ở dạ dày là nguồn phát thải khí nhà kính chính. Kết quả này ủng hộ nghiên cứu của Morais & cộng sự (2023). Hoạt động quảng canh cỏ voi và cỏ sả hình thành một lượng bụi mịn rất lớn. Bởi cỏ ở đây vẫn là nguồn thức ăn chính của bò, được trồng theo cách truyền thống nên sản lượng thấp, diện tích lớn. Trung bình nuôi 01 con bò thịt tạo ra 4,4128 kg bụi mịn PM2.5, làm giảm 0,00214 năm tuổi thọ của con người. Kết quả này sẽ là tài liệu tham khảo để ngành chăn nuôi bò thịt có giải pháp phát triển ngành theo hướng bền vững. Thực vậy, theo báo cáo của Cục Chăn nuôi (2022), đàn bò nước ta có 6,53 triệu con (chủ yếu là bò thịt, bò sữa chỉ có 335.000 con), tăng 1,9% so cùng kỳ năm 2021 (Quang Anh & Nguyễn Lâm, 2023). Vì vậy cần có các chính sách về nghiên cứu khoa học, khuyến nông, khuyến khích đầu tư, kiểm soát dịch bệnh để đầu tư phát triển chăn nuôi nói chung và bò thịt nói riêng; chuyển dịch theo hướng trang trại tập trung, chuyên nghiệp và công nghiệp hơn.

Kế tiếp là lượng độc tính được tạo ra trong quá trình chăn nuôi, với 1655,57 kg 1,4-DCB độc tính không gây ung thư làm giảm 0,00024 năm tuổi thọ con người và 70,1144 kg 1,4-DCB độc tính gây ung thư làm giảm 0,00023 năm tuổi thọ của người. Lượng độc tính này, được tạo ra bởi hoạt động giao thông vận tải và việc sử dụng các chất hóa học trong sản xuất thức ăn đầu vào cho quá trình chăn nuôi. Từ đó cho thấy, việc sử dụng phương tiện thô sơ để vận chuyển bò giống, vận chuyển nguồn thức ăn đầu vào và việc sử dụng các loại chất hóa học trong sản xuất cám hỗn hợp vỗ béo đã gián tiếp ảnh hưởng lớn đến sức khỏe con người. Bên cạnh đó, quá trình nuôi 01 con bò thịt tiêu thụ gần 108 m³ nước làm giảm 0,00185 năm tuổi thọ của con người. Kết quả này cho thấy được vai trò của tài nguyên nước đối với ngành chăn nuôi bò thịt. Việt Nam đã có những quy định pháp luật về đảm bảo nguồn nước sạch cho chăn nuôi bò trong Luật Chăn nuôi 2018 và Luật Bảo vệ môi trường năm 2020 nhằm duy trì sức khỏe của đàn bò và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Yêu cầu về chất lượng nước dùng trong chăn nuôi bò phải đạt tiêu chuẩn về chất lượng, không chứa các chất độc hại, kim loại nặng, vi khuẩn gây bệnh hay các chất hóa học có hại cho sức khỏe động vật. Nguồn cung cấp nước trong chăn nuôi bò có thể sử dụng các nguồn nước từ giếng khoan, hệ thống cấp nước công cộng, hoặc nước mặt (sông, suối, ao, hồ) nhưng phải qua xử lý và kiểm tra chất lượng trước khi sử dụng. Các cơ sở chăn nuôi bò phải có biện pháp bảo vệ nguồn nước khỏi ô nhiễm do chất thải động vật, phân bón hoặc thuốc thú y. Cụ thể, chuồng trại cần được bố trí xa nguồn nước tự nhiên để tránh nguy cơ rò rỉ chất thải ra môi trường xung quanh. Các cơ sở chăn nuôi lớn cũng cần xây dựng hệ thống xử lý nước thải và kiểm tra định kỳ để bảo vệ nguồn nước sạch.

Ba chỉ số còn lại: Hình thành tầng ozone tầng thấp, Suy giảm tầng ozone tầng cao và Bức xạ ion hóa gây tác động không đáng kể lên sức khỏe con người. Kết quả này phù hợp với nhận định của Rööös & cộng sự (2014), nhưng mức độ tác động ít hơn so với tác động đo lường được trong nghiên cứu của Dick & cộng sự (2021).

Quá trình chăn nuôi bò thịt tác động đến hệ sinh thái thể hiện ở 12 chỉ số, bao gồm: Độc tính hệ sinh thái nước ngọt, Phú dưỡng nước ngọt, Sự nóng lên toàn cầu, Sử dụng đất, Độc tính hệ sinh thái biển, Phú dưỡng biển, Hình thành tầng ozone, Axit hóa đất liền, Độc tính sinh thái đất liền, Tiêu thụ nước. Ở đây, chỉ số sử dụng đất phản ánh mức áp lực lớn nhất đến hệ sinh thái. Vì nguồn thức ăn nuôi bò chủ yếu từ hoạt động trồng trọt, hoạt động này sử dụng diện tích đất khá lớn. Bởi vì, các nông trang cung cấp nguồn thức ăn cho trang trại nuôi bò đều là hộ sản xuất nhỏ lẻ; áp dụng kỹ thuật và sử dụng giống cây truyền thống vì vậy năng suất thấp. Tiếp đến chỉ số sự nóng lên toàn cầu tác động đến hệ sinh thái. Điều này được lý giải rằng: quá trình sinh trưởng của bò thải ra một lượng lớn khí nhà kính, điều này không chỉ gây hại đến con người mà còn gây hại đến các loài sinh vật khác trong toàn bộ hệ sinh thái. Axit hóa đất liền cũng là một chỉ số đáng chú ý trong nghiên cứu này. Mặc dù, axit hóa từ quá trình chăn nuôi ở trang trại ít được xem xét trong các nghiên cứu trước đây. Tuy nhiên, với tính chất không khí ẩm ở miền Bắc - Việt Nam, khiến cho việc các khí dễ kết hợp với độ ẩm tạo thành axit lỏng làm axit hóa đất đai. Kết quả này ủng hộ lý thuyết của Huerta & cộng sự (2016). Tiếp đến là các chỉ số ảnh hưởng đến môi trường nước ngọt và nước mặn. Vì trang trại tọa lạc tại địa điểm xa nguồn nước sông và nước biển nên nó ảnh hưởng đến hệ sinh thái thủy sinh với cường độ rất nhỏ.

Không chỉ trên cạn, các sinh vật nước ngọt và nước mặn cũng chịu ảnh hưởng của việc chăn nuôi bò do các chất thải hóa học gây nên độc tính trong hệ sinh thái nước, với 37,8572 kg 1,4-DCB tương ứng với suy giảm 0,00000000397317 loài sinh vật nước mặn và 0,0000000262452 loài sinh vật nước ngọt. Ngoài việc phát thải độc tính trong nước đến từ cả quá trình trồng cỏ lẫn quá trình sản xuất cám hỗn hợp, sự nóng lên toàn cầu cũng là nguyên nhân gây ra sự mất mát số loài nước ngọt, với 3076,7544 kg CO₂ gây ra sự suy giảm 0,00000000235375 loài trong hệ sinh thái nước ngọt, 0,00286 năm tuổi thọ của người và 0,00000861351 loài trong hệ sinh thái đất liền. Kết quả này ủng hộ nhận định của Bonnin & cộng sự (2021), Pedolin & cộng sự (2023) về ảnh hưởng tiêu cực đến đa dạng sinh học trong quá trình sản xuất và chế biến thức ăn cho bò.

Toàn bộ vòng đời của con bò nghiên cứu trong nghiên cứu này tiêu thụ 107,3278 m³ nước, nhưng phần đa là phục vụ nông nghiệp, bởi vì khí hậu Việt Nam thuộc vùng nhiệt đới, phía Bắc Việt Nam lại có mùa hè nắng nóng khắc nghiệt nên nông nghiệp trồng trọt yêu cầu một lượng nước lớn cho cây trồng. Việc tiêu thụ nước trong sản xuất mật mía gây hại cho hệ sinh thái thủy sinh trong khi việc tiêu thụ nước trong trồng trọt và sản xuất bột bắp lại gây ảnh hưởng đến sức khỏe con người và hệ sinh thái đất liền. Trên phương diện phú dưỡng nguồn nước, cũng giống như nhận định của Morais & cộng sự (2023), hỗn hợp canxi super lân trong thức ăn chủ yếu đến từ hoạt động trồng cỏ làm thức ăn cho bò (chiếm 43,49%) phát thải 0,5159 kg P làm suy giảm 0,000000345843 loài sinh vật nước ngọt và khí nitơ tạo ra đến từ việc trồng cỏ chăn bò (chiếm 56,71%) tạo ra 6,0886 kg N gây tổn thất 0,0000000103446 loài sinh vật nước mặn.

Cuối cùng, đánh giá về tổn thất kinh tế mà quá trình chăn nuôi bò thịt gây ra dựa trên sự khan hiếm về tài nguyên khoáng sản và hóa thạch. Nguồn tài nguyên hóa thạch đã tiêu tốn khi nuôi một con bò tương đương 493,98811 kg dầu thô, tương đương khoảng 180,77 USD và lượng tài nguyên khoáng sản tiêu tốn trong suốt quá trình nuôi một con bò thịt tương đương 97,6443 kg Cu, trị giá 22,535 USD. Kết quả này ủng hộ nhận định của Qalase & Harding (2022), về tác động đến kinh tế bởi các chi phí tiêu tốn trong quá trình chăn nuôi.

5. Kết luận và đề xuất giải pháp

Nghiên cứu này đánh giá tác động môi trường của hoạt động chăn nuôi bò thịt giống Blanc Blue Belgium tại miền Bắc Việt Nam bằng cách áp dụng phương pháp Đánh giá Vòng đời (LCA). Việc phân tích được thực hiện thông qua phần mềm OpenLCA 2.3 và được đánh giá bằng phương pháp ReCiPe 2016 (H). Kết quả cho thấy việc sản xuất nguồn thức ăn (cỏ, bột bắp, cám hỗn hợp) cho bò là nguyên nhân chính làm giảm tuổi thọ, gây suy giảm số lượng loài sinh vật trong tự nhiên và tiêu tốn tài nguyên thiên nhiên hữu hạn.

Từ kết quả và tổng quan nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số kiến nghị hướng đến việc cải thiện ngành chăn nuôi bò thịt và ngành chăn nuôi nói chung tại Việt Nam theo hướng bền vững, giảm tối đa tác động tiêu cực đến môi trường, bảo vệ sức khỏe con người, bảo tồn đa dạng sinh học và nguồn tài nguyên thiên nhiên. Nói cách khác, cần giảm lượng bụi mịn được hình thành, giảm lượng khí thải nhà kính thải ra môi trường,...

từ các sự cải tiến, thay đổi trong nông nghiệp trồng trọt nguồn thức ăn đầu vào, sử dụng nguồn tài nguyên đất, nước hợp lý.

Thứ nhất, cần có sự cải tiến giống cây trồng. Vì quá trình chăn nuôi bò cần nhiều nguồn thức ăn đầu vào, các trang trại chăn nuôi nên có sự kết hợp với các nông trang để trồng các loại giống cây có sản phẩm chính là nguồn thức ăn cho bò; ví dụ: cây ngô lên men là nguồn thức ăn cần thiết thứ hai sau cỏ xanh, cần có giống cây ngô chỉ lấy thân thay vì nguồn thân ngô hiện tại chỉ là phụ phẩm. Tiếp đến, cần có sự nghiên cứu các loại giống cây cho năng suất cao, chịu được khí hậu khắc nghiệt của miền Bắc cùng với việc cải tạo đất theo chu kỳ để năng suất đất sử dụng là cao nhất, không lãng phí tài nguyên đất đai, cũng giảm thiểu lượng bụi mịn.

Thứ hai, cần ứng dụng khoa học và công nghệ tiên bộ trong hoạt động nuôi bò thịt. Các trang trại cần áp dụng công nghệ tưới nhỏ giọt tự động trong tưới tiêu để giảm thiểu lượng bụi bốc lên không khí và giảm hao phí lao động vô ích. Việc xử lý phân và nước thải bò cần áp dụng công nghệ xử lý hiện đại để tái chế nguồn tài nguyên nước và phân bón hữu cơ, thay vì chỉ để quá trình lên men tự nhiên diễn ra, gây ra lượng lớn khí CO₂.

Thứ ba, cần chuyển đổi từ việc sử dụng tài nguyên hữu hạn sang nguồn tài nguyên tái tạo. Các trang trại cần được xây dựng với lối cấu trúc tận dụng trực tiếp ánh sáng mặt trời và gió vào mùa hè, đồng thời có thể dùng được nguồn năng lượng đó để tạo ra điện cung cấp cho trang trại.

Về phía Chính phủ, Việt Nam cần đẩy mạnh hơn nữa việc thực hiện chiến lược phát triển ngành chăn nuôi theo hướng bền vững để giảm lượng phát thải khí nhà kính, bảo vệ nguồn tài nguyên đất và nước ở các trang trại nuôi bò.

Tuy nhiên, cũng cần nhìn đến các thách thức đối với ngành chăn nuôi bò thịt ở Việt Nam. Ngành chăn nuôi bò thịt tại Việt Nam đang phải đối mặt với các thách thức lớn như biến đổi khí hậu, khiến cho việc chăn nuôi không thuận lợi, sự cạnh tranh từ thịt nhập khẩu khiến cho tệp khách hàng tiêu dùng thịt bò Việt Nam ngày càng giảm sút. Tuy vậy, đây nên là bước ngoặt đổi mới để Việt Nam đầu tư vào các giải pháp bền vững, nâng cao giá trị gia tăng và xây dựng thương hiệu thịt bò Việt, sản phẩm thịt bò sạch và bền vững của người Việt.

Tài liệu tham khảo:

- Ahlgren, S., Wirsenius, S., Toräng, P., Carlsson, A., Seeman, A., Behaderovic, D. & Hessle, A. (2024), 'Climate and biodiversity impact of beef and lamb production – A case study in Sweden', *Agricultural Systems*, 219, 104047, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2024.104047>.
- Bonnin, D., Tabacco, E. & Borreani, G. (2021), 'Variability of greenhouse gas emissions and economic performances on 10 Piedmontese beef farms in North Italy', *Agricultural Systems*, 194, 103282, <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103282>.
- Broom, D.M. (2021), 'A method for assessing sustainability, with beef production as an example', *Biological Reviews*, 96(5), 1836-1853, <https://doi.org/10.1111/brv.12726>.
- Cục Chăn nuôi (2022), *Tình hình phát triển ngành chăn nuôi năm 2022*, từ <<https://cucchannuoi.gov.vn/tinh-hinh-phat-trien-2022>>.
- Dick, M., Abreu da Silva, M., Franklin da Silva, R.R., Lauz Ferreira, O.G., de Souza Maia, M., Ferreira de Lima, S., Borges de Paiva Neto, V. & Dewes, H. (2021), 'Environmental impacts of Brazilian beef cattle production in the Amazon, Cerrado, Pampa, and Pantanal biomes', *Journal of Cleaner Production*, 311, 127750, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127750>.
- Ecochain (2024), *Life Cycle Assessment (LCA) - Complete Beginner's Guide*, Netherlands.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020), *A Global Assessment of Emissions and Mitigation*

Opportunities, from <<https://www.fao.org/home/en>>.

Food and Agriculture Organization of the United Nations (2023), *World food and agriculture 2023*, from <<https://www.fao.org/statistics/yearbook/en>>.

Gerber, P.J., Mottet, A., Opio, C.I., Falcucci, A. & Teillard, F. (2015), 'Environmental impacts of beef production: Review of challenges and perspectives for durability', *Meat Science*, 109(109), 2-12, <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2015.05.013>.

Hauschild, M.Z. & Huijbregts, M.A. (2015), *Introducing Life Cycle Impact Assessment*, Springer, USA.

Huerta, A.R., Güereca, L.P. & Lozano, M. de la S.R. (2016), 'Environmental impact of beef production in Mexico through life cycle assessment', *Resources, Conservation and Recycling*, 109, 44-53, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.01.020>.

Huerta, A.R. & Hernández, P.G. (2021), '167 Impacts on Biodiversity, Environment and Society of Beef Production in the Mexican Tropics: A Life Cycle Assessment Approach', *Journal of Animal Science*, 99(Supplement_3), 91, <https://doi.org/10.1093/jas/skab235.162>.

Huijbregts, M.A.J., Steinmann, Z.J.N., Elshout, P.M.F., Stam, G., Verones, F., Vieira, M., & van Zelm, R. (2016), 'ReCiPe2016: A harmonized life cycle impact assessment method at midpoint and endpoint level', *International Journal of Life Cycle Assessment*, 22(2), 138-147. <https://doi.org/10.1007/s11367-016-1246-y>.

Nguyễn Liên Hương (2017), 'Quá trình sinh khí methane ở động vật nhai lại', *Nông Thôn Mới Hà Tĩnh*, truy cập từ tháng 12 năm 2024, từ <<https://nongthonmoi.hatinh.gov.vn/thong-tin-khac/Qua-tri-nh-sinh-khi-methane-o-dong-ng-va-t-nhai-la-i-56253.html>>.

Nguyễn Văn Hậu (2024), 'Chăn nuôi lợn giống cấp cụ kỵ, ông bà: Những vấn đề cần lưu ý', *Nhà Chăn Nuôi*, ngày 15 tháng 01 năm 2024, từ <<https://nhachannuoi.vn/chan-nuoi-lon-giong-cap-cu-ky-ong-ba-nhung-van-de-can-luu-y/>>.

ISO (2006), *ISO 14040:2006: Environmental management - Life cycle assessment - Principles and framework*, Switzerland.

Lê Đức Ngoan, Đinh Văn Dũng, Timothy D. Searchinger & Lê Đình Phùng (2016), 'Hiện trạng và kịch bản giảm phát thải khí mê-tan từ đường tiêu hóa của hệ thống nuôi bò thịt quảng canh quy mô nông hộ ở Quảng Ngãi', *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 46, 1-7.

Morais, H.B., Chardulo, L.A.L., Baldassini, W.A., Lippi, I.C. de C., Orsi, G.B. & Ruviaro, C.F. (2023), 'Environmental Impacts of High-Quality Brazilian Beef Production: A Comparative Life Cycle Assessment of Premium and Super-Premium Beef', *Animals*, 13(22), 3578, DOI: <https://doi.org/10.3390/ani13223578>.

Pedolin, D., Jan, P., Roesch, A., Six, J. & Nemecek, T. (2023), 'Farm diversity impacts on food production, income generation and environmental preservation: The Swiss case', *Journal of Cleaner Production*, 388(9), 135851, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135851>.

Pirlo, G., Uggeri, S., Migliorati, L. & Care, S. (2021), 'Water productivity and environmental impact of direct blue water consumption in beef production in specialized fattening farms in North Italy', *Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3988630>.

Qalase, C. & Harding, K.G. (2022), 'Eco-efficiency assessment of pork production through life-cycle assessment and product system value in South Africa', *E3S Web of Conferences*, 349, 13002-13002, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234913002>.

Quang Anh & Nguyễn Lâm (2023), 'Chăn nuôi bò thịt theo hướng bền vững', *Báo Nhân dân điện tử*, truy cập lần cuối ngày 28 tháng 01 năm 2025, từ <<https://nhandan.vn/chan-nuoi-bo-thit-theo-huong-ben-vung-post736101.html>>.

Quốc hội (2018), *Luật chăn nuôi*, ban hành ngày 19 tháng 11 năm 2018.

Röös, E., Ekelund, L. & Tjærnemo, H. (2014), 'Communicating the environmental impact of meat production: challenges in the development of a Swedish meat guide', *Journal of Cleaner Production*, 73, 154-164 <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.10.037>

Sanyé-Mengual, E., Biganzoli, F., Valente, A., Pfister, S. & Sala, S. (2023), 'What are the main environmental impacts

and products contributing to the biodiversity footprint of EU consumption? A comparison of life cycle impact assessment methods and models', *International Journal of Life Cycle Assessment*, 28, 1194-1210, <https://doi.org/10.1007/s11367-023-02169-7>.

Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 1520/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt chiến lược phát triển chăn nuôi giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2045*, ban hành ngày 06 tháng 10 năm 2020.

Veyssset, P., Lherm, M., Bébin, D., Roulenc, M. & Benoit, M. (2014), 'Variability in greenhouse gas emissions, fossil energy consumption and farm economics in suckler beef production in 59 French farms', *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 188, 180-191, <https://doi.org/10.1016/j.agee.2014.03.003>.

Xuân Anh (2024), 'Lý do quy mô chăn nuôi bò thịt giảm?', *Tạp chí Chăn nuôi Việt Nam*, truy cập từ tháng 02 năm 2025, từ <<https://nhachannuoi.vn/ly-do-quy-mo-chan-nuoi-bo-thit-giam>>.

***Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Thanh Huyền - Email: thanhhuyenna@ftu.edu.vn**

ĐÍNH CHÍNH BÀI BÁO:

“TÁC ĐỘNG CỦA HOẠT ĐỘNG TIẾP THỊ TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI (SMMAS) ĐẾN SỰ SẴN LÒNG TRẢ GIÁ CAO HƠN CỦA NGƯỜI DÙNG PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VIỆT NAM”

Đã được xuất bản trên

Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Số 316, tháng 10 năm 2023, trang 65-75, DOI: 10.33301/JED.VI.838

Sau khi bài báo được xuất bản, các tác giả đã phát hiện có thiếu sót, cụ thể như sau:

Ở mục Lời thừa nhận/cảm ơn (trang 73) trong bài báo gốc đã ghi: “Bài báo được tài trợ bởi Quỹ Phát triển Khoa học và Công nghệ quốc gia (NAFOSTED)”. Các tác giả xin đính chính nội dung này như sau:

“Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số 502.02-2020.342”.

Nhóm tác giả xin lỗi về thiếu sót và công bố bản đính chính để đảm bảo sự minh bạch trong công bố khoa học. Bản đính chính này không làm thay đổi các kết quả, kết luận và độ tin cậy của nghiên cứu đã công bố trong bài báo gốc.

Tác giả: Nguyễn Thị Huyền, Nguyễn Minh Ngọc, Cao Anh Thảo

Ngày công bố bản đính chính: 12/06/2025

DOI của bản đính chính: 10.33301/JED.VI.2483