

Mục lục

Quản lý rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam	<i>Phạm Thị Tuyết Trinh, Nguyễn Thị Hồng Vinh</i>	2
Hành vi rủi ro đạo đức tại các ngân hàng thương mại Việt Nam – tiếp cận theo mô hình tam giác gian lận	<i>Nguyễn Khoa Đức Anh, Đỗ Hoài Linh, Khúc Thế Anh</i>	12
Các nhân tố ảnh hưởng tới nợ xấu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam	<i>Nguyễn Minh Phương, Tạ Thị Chinh, Trần Bình Minh, Đinh Phương Hà</i>	23
Tác động của mức nắm giữ tiền mặt đến chi phí nghiên cứu và phát triển: Bằng chứng thực nghiệm từ các doanh nghiệp toàn cầu	<i>Lê Quỳnh Liên</i>	32
Tác động của quản trị công ty đến tính thận trọng trong kế toán tại các công ty niêm yết: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam	<i>Ngô Nhật Phương Diễm</i>	42
Ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ đến sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z	<i>Đỗ Anh Đức</i>	53
Ảnh hưởng của ứng dụng công nghệ du lịch thông minh đến ý định quay lại của du khách tại thành phố Cần Thơ	<i>Huỳnh Diệp Trâm Anh, Hà Nam Khánh Giao, Hồ Thị Hương Lan</i>	62
Ảnh hưởng của lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số: Nghiên cứu tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá	<i>Đỗ Thị Mẫn</i>	73
Phân phối lợi ích trong chuỗi giá trị sản phẩm cá bè vầu nuôi lồng nổi trên biển tại khu vực Nam Trung Bộ	<i>Nguyễn Thị Nga</i>	83

QUẢN LÝ RỦI RO BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU TRONG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Phạm Thị Tuyết Trinh

Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

Email: trinhptt@buh.edu.vn

Nguyễn Thị Hồng Vinh

Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

Email: vinhnth@hub.edu.vn

Mã bài: JED-2014

Ngày nhận: 24/09/2024

Ngày nhận bản sửa: 08/12/2024

Ngày duyệt đăng: 31/12/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.2014

Tóm tắt:

Nghiên cứu này tìm hiểu quản lý rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Phân tích nội dung và phân tích chủ đề được sử dụng để xem xét các báo cáo hàng năm của 23 ngân hàng thương mại Việt Nam từ 2019-2023. Kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại Việt Nam chưa phản ánh đầy đủ rủi ro biến đổi khí hậu. 70% ngân hàng thương mại được nghiên cứu đã ban hành quy định quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng. Quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường đang được các ngân hàng thương mại tiếp cận từ trách nhiệm xã hội. Các ngân hàng thương mại cũng chưa quan tâm đầy đủ đến rủi ro biến đổi khí hậu ở cả tác nhân rủi ro vật chất và rủi ro chuyển đổi. Việc đo lường và đánh giá rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng một cách tổng thể cũng chưa được thực hiện.

Từ khóa: Quản lý rủi ro biến đổi khí hậu, rủi ro tín dụng, phân tích nội dung, phân tích chủ đề, ngân hàng thương mại.

Mã JEL: G32, Q54.

Climate change risk management in credit activities of Vietnamese commercial banks

Abstract:

This study examines climate-change-risk management in the credit activities of Vietnamese commercial banks. Content and thematic analysis are employed to review the annual reports of 23 Vietnamese commercial banks from 2019 to 2023. The results reveal that the credit activities of Vietnamese commercial banks do not fully reflect climate change risks. 70% of the commercial banks in the study have management regulations on climate and environmental-related risks in credit activities. However, banks manage climate-and-environmental-related risk from a social responsibility perspective rather than a financial risk. The drivers of climate change risks, including physical and transition risks, are not involved in management. Measurement and assessment of climate change risks in credit activities in a comprehensive manner have not been conducted.

Keywords: Climate change risk management, credit risk, content analysis, thematic analysis, commercial banks

JEL Codes: G32, Q54.

1. Đặt vấn đề

Biến đổi khí hậu (BĐKH) được chú ý từ đầu thế kỷ 20 và được xem là xu hướng lớn toàn cầu tiếp theo, sau sự sụp đổ của Bức màn sắt và cuộc cách mạng Internet. Những biểu hiện của biến đổi khí hậu như nhiệt độ tăng, mực nước biển dâng, axit hóa đại dương, lượng mưa thay đổi và các sự kiện cực đoan (lũ lụt, hạn hán, sóng nhiệt, cháy rừng...) đã cho thấy ảnh hưởng đến nền kinh tế theo nhiều khía cạnh bao gồm việc phá hủy của cải và thu nhập, tăng trưởng bị suy giảm và biến động (Deryugina & Hsiang, 2014); phân phối thu nhập và của cải cũng bị đảo lộn (Bathiany & cộng sự, 2018; Pigato, 2019). Kể từ Thỏa thuận khí hậu Paris của Liên Hợp quốc năm 2015, chính phủ các quốc gia đã thực thi nhiều chính sách chống biến đổi khí hậu để thực hiện thực hiện cam kết hạn chế sự nóng lên toàn cầu ở mức dưới 2°C.

Những tác động thảm họa và thay đổi của bối cảnh kinh doanh liên quan đến biến đổi khí hậu trở thành hai tác nhân chủ yếu của rủi ro biến đổi khí hậu trong tài chính (BIS, 2021). Các ngân hàng thương mại (NHTM) trên khắp thế giới cũng nhanh chóng xác định rủi ro biến đổi khí hậu là một trong những yếu tố trọng yếu của hoạt động kinh doanh ngân hàng (Beltran & cộng sự, 2023). Quản lý rủi ro biến đổi khí hậu trở thành vấn đề ngân hàng cần ưu tiên giải quyết (Lautenschläger, 2019; Coleton & cộng sự, 2020). Theo đó các ngân hàng đang ngày càng nhạy cảm hơn với các vấn đề môi trường (Degryse & cộng sự, 2023). Hệ quả là những công ty có mức độ phơi nhiễm cao hơn với rủi ro biến đổi khí hậu phải trả chi phí đi vay cao hơn đang kể (Javadi & Masum, 2021).

Tại Việt Nam, từ sau Thỏa luận Paris về biến đổi khí hậu năm 2015, Chính phủ đã tích cực ban hành nhiều văn bản pháp luật, đã xây dựng các chiến lược, chương trình hành động, kế hoạch, đề án liên quan đến môi trường và khí hậu để đạt được mục tiêu mức phát thải ròng bằng “0” vào năm 2050. Theo đó, ngành ngân hàng cũng xác định các định hướng, chính sách tập trung vào cung ứng vốn cho việc chuyển đổi hoạt động các-bon thấp. Mặc dù đã có quy định về quản lý rủi ro môi trường trong hoạt động cấp tín dụng, các vấn đề liên quan đến quản lý rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động ngân hàng chưa được làm sáng tỏ. Khác với các nghiên cứu trước được thực hiện cho các ngân hàng trên thế giới, nghiên cứu này làm sáng tỏ vấn đề tại các ngân hàng thương mại Việt Nam bằng tiếp cận phân tích nội dung và phân tích chủ đề. Bằng cách này, nghiên cứu xem xét các hoạt động và chiến lược được báo cáo hàng năm theo cả yêu cầu báo cáo bắt buộc và tự nguyện.

2. Tổng quan lý thuyết

Rủi ro biến đổi khí hậu trong tài chính được xác định phát sinh từ hai tác nhân chính là rủi ro vật chất và rủi ro chuyển đổi (BIS, 2021; Bennett, 2022). Rủi ro vật chất phát sinh từ các sự kiện khí hậu, địa chất, và từ những thay đổi trong trạng thái cân bằng hệ sinh thái kéo theo thiệt hại vật chất đối với tài sản của các hộ gia đình và doanh nghiệp, làm gián đoạn chuỗi cung ứng hoặc gia tăng chi phí để giải quyết chúng (TCFD, 2017). Rủi ro chuyển đổi được định nghĩa là rủi ro của sự xáo trộn kinh tế và tổn thất tài chính liên quan đến quá trình điều chỉnh hướng tới nền kinh tế các-bon thấp. Ba nguồn rủi ro chuyển đổi thường được coi là có liên quan đến lĩnh vực tài chính gồm: thay đổi chính sách, thay đổi công nghệ, và thay đổi thị hiếu của thị trường (Monnin, 2018).

Những rủi ro vật chất và rủi ro chuyển đổi được đề cập ở trên thể hiện trong các loại rủi ro điển hình mà các ngân hàng phải đối mặt. Trong phạm vi tiếp cận của nghiên cứu, rủi ro tín dụng được tập trung phân tích. Đối với rủi ro vật chất, các hiện tượng khí hậu cực đoan có thể gây ra thiệt hại đáng kể cho các hộ gia đình và doanh nghiệp, làm giảm khả năng trả nợ và làm giảm giá trị tài sản của họ. Điều này làm tăng rủi ro tín dụng của các ngân hàng vì ngoài việc làm giảm giá trị của tài sản thế chấp, nó còn làm tăng khả năng vỡ nợ. Các hiện tượng khí hậu dần dần cũng có thể gây ra tác động tương tự - mất khả năng thanh toán và mất giá trị tài sản thế chấp. Đối với rủi ro chuyển đổi, rủi ro tín dụng có thể tăng lên khi một ngân hàng có rủi ro tín dụng đối với các công ty có mô hình kinh doanh không phù hợp với quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế các-bon thấp, và do đó dễ bị thua lỗ hoặc gián đoạn kinh doanh, dẫn đến khả năng không trả được khoản vay và không đáp ứng các nghĩa vụ tài chính khác.

Các cơ quan quản lý ngân hàng đã nỗ lực trong việc xây dựng khuôn khổ quản trị rủi ro biến đổi khí hậu nhằm đảm bảo an toàn cho hoạt động của hệ thống tài chính nói chung, đồng thời góp phần vào cuộc chiến chống biến đổi khí hậu. Ngân hàng Trung ương Châu Âu (ECB) đã đi tiên phong trong việc xây dựng khuôn khổ hướng dẫn về quản trị rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường với 4 khía cạnh (ECB, 2020). Một là,

các ngân hàng phải xác định, đánh giá và giám sát tác động hiện tại và tương lai của các yếu tố liên quan đến khí hậu và môi trường đối với môi trường kinh doanh của mình; đảm bảo tính bền vững và khả năng phục hồi của mô hình kinh doanh trong tương lai. Hai là, các ngân hàng cần đưa các rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường vào khuôn khổ quản trị và khẩu vị rủi ro của mình. Ba là, liên quan đến quản trị rủi ro tín dụng, các ngân hàng nên áp dụng một cách tiếp cận toàn diện và tính đến các rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường trong các chính sách và quy trình rủi ro tín dụng. Bốn là, ngân hàng nên cung cấp thông tin về vốn, rủi ro và mức độ rủi ro của mình nhằm cung cấp thông tin đầy đủ cho những người tham gia thị trường.

Nhiều nghiên cứu đã được thực hiện để tìm hiểu về quản lý rủi ro khí hậu tại các ngân hàng thương mại. Beltran & cộng sự (2023) gần đây cho thấy một số ngân hàng lớn đã có những nỗ lực thích ứng với rủi ro biến đổi khí hậu. Các ngân hàng đang phát triển các biện pháp quản lý rủi ro khí hậu mạnh mẽ hơn và thay đổi mô hình kinh doanh để tận dụng các cơ hội mới về tài chính bền vững: (i) Các ngân hàng đang điều chỉnh cơ cấu quản trị theo hướng thành lập nhóm quản trị dành cho rủi ro khí hậu để giải quyết các vấn đề biến đổi khí hậu; (ii) Các ngân hàng đã nhanh chóng tham gia các sáng kiến tài chính khí hậu. Chẳng hạn, tính đến tháng 12/2021, hơn 250 ngân hàng, chiếm hơn 40% tổng tài sản của hệ thống ngân hàng toàn cầu, đã ký vào Các Nguyên tắc Hoạt động Ngân hàng có Trách nhiệm (PRB); (iii) Các ngân hàng đã xác định rủi ro khí hậu và đang bắt đầu đo lường chúng.

Tương tự, Lautenschläger (2019) mô tả một dự án thí điểm do ECB thực hiện để thu thập thông tin về cách các ngân hàng tiếp cận những thách thức do biến đổi khí hậu gây ra. Dự án kết luận rằng, mặc dù các ngân hàng quan tâm đến rủi ro biến đổi khí hậu, hầu hết ngân hàng đều giải quyết vấn đề này từ quan điểm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp hơn là từ quan điểm quản lý rủi ro. Coletton & cộng sự (2020) cũng đưa ra kết luận tương tự dựa trên một cuộc khảo sát được thực hiện giữa 39 ngân hàng Châu Âu. Các ngân hàng có xu hướng đưa tính bền vững vào chiến lược kinh doanh thông qua nhiều kênh khác nhau. Tuy nhiên, nguyên nhân quan trọng nhất cho sự lựa chọn xu hướng này là sự kết hợp của các động lực cơ bản, bao gồm: thứ nhất là các cân nhắc về đạo đức kinh doanh; kế đó là các cơ hội kinh doanh; các cân nhắc về rủi ro chỉ xếp ở vị trí thứ năm.

Santos & Rodrigues (2021) cũng đánh giá cách các ngân hàng ở Bồ Đào Nha báo cáo thông tin liên quan đến khí hậu và mức độ báo công thông tin từ năm 2017. Các phát hiện chỉ ra rằng các ngân hàng đã bao gồm thông tin liên quan đến khí hậu trong báo cáo, tuy nhiên, họ vẫn còn khá lâu mới đạt được những gì mà hướng dẫn mới yêu cầu.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phân tích nội dung và phân tích chủ đề để làm sáng tỏ các hoạt động quản lý rủi ro biến đổi khí hậu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Phân tích nội dung cho phép mã hóa và phân loại khách quan các hoạt động đã nêu trong một tập dữ liệu văn bản lớn (Vaismoradi & cộng sự, 2013). Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu hạn ngạch để lựa chọn các ngân hàng. Các ngân hàng thương mại được lựa chọn đều đã niêm yết, trong đó có 4 ngân hàng thương mại nhà nước và 19 ngân hàng thương mại tư nhân. Nguồn dữ liệu sử dụng là Báo cáo thường niên, Báo cáo trách nhiệm xã hội, Báo cáo môi trường và bền vững của ngân hàng trong 5 năm gần nhất từ 2019-2023. Các báo cáo này truyền đạt đến công chúng về cách một doanh nghiệp thể hiện mình trong khía cạnh môi trường với nhiều nội dung khác nhau về các cân nhắc về quy hoạch môi trường, sự hỗ trợ của ban quản lý cấp cao đối với việc thể chế hóa các mối quan tâm về môi trường, các cấu trúc môi trường và các chi tiết tổ chức,... (Jose & Lee, 2007). Việc áp dụng phân tích tài liệu cho các báo cáo hàng năm của công ty đặc biệt hữu ích để nghiên cứu các cấu trúc và quy trình được triển khai trong các tổ chức mà khó có được thông qua các cuộc phỏng vấn (Kletter & cộng sự, 2014). Trong khi thông tin từ các cuộc phỏng vấn chịu ảnh hưởng của quan điểm cá nhân, các báo cáo hàng năm tiết lộ các hoạt động và chiến lược được báo cáo theo cả yêu cầu báo cáo bắt buộc và tự nguyện (Hakim, 2000; Stanton & Stanton, 2002).

Đối với phân tích nội dung, nghiên cứu sử dụng phân tích khái niệm. Các cụm từ được sử dụng để phân tích là những từ có liên quan đến vấn đề khí hậu và môi trường. Lý do bao gồm các khái niệm liên quan đến môi trường vì các văn bản quy định hiện hành tại Việt Nam đề cập đến quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại. Các khái niệm sử dụng bao gồm: (i) Môi trường; (ii) Khí nhà kính /Phát thải CO₂; (iii) Biến đổi khí hậu; (iv) Rủi ro biến đổi khí hậu; (v) Rủi ro vật chất; (vi) Rủi ro chuyển đổi; (vii) Năng lượng tái tạo; (viii) Năng lượng xanh/ sạch; (ix) Ngân hàng xanh; (x) Tín dụng

xanh; (xi) Quản lý rủi ro môi trường. Các cụm từ này sẽ được kết nối với hoạt động liên quan đến khí hậu và môi trường mà tại đó chúng xuất hiện để phát triển thành các chủ đề.

Dựa trên kết quả phân tích nội dung, nghiên cứu thực hiện mã hoá để phân tích theo chủ đề. Các chủ đề được phát triển dựa trên 4 khía cạnh theo khung quản trị rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường của ECB (2020). Nếu như các danh mục là các điểm nội dung “bề mặt” mang tính mô tả, thì các chủ đề thể hiện nhiều nội dung tiềm ẩn hơn (Vaismoradi & cộng sự, 2013). Phân tích theo chủ đề của dữ liệu văn bản được mã hóa cho phép làm phong phú thêm các phát hiện và mở rộng tính liên quan của các hoạt động phân tích để trả lời câu hỏi nghiên cứu (Greenwood & Warren, 2022).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Việt Nam đã tham gia Thỏa thuận Paris về biến đổi khí hậu (COP21) năm 2015. Đến năm 2021, Việt Nam đã công bố tại Hội nghị Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (COP26) mục tiêu phát thải khí nhà kính ròng bằng 0 vào năm 2050. Để phù hợp với các cam kết này, Quyết định số 1055/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Kế hoạch quốc gia thích ứng với biến đổi khí hậu giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 cũng đã được ban hành vào năm 2020 định hướng kế hoạch cụ thể cho việc thực hiện. Tháng 11 cùng năm, Luật Bảo vệ môi trường cũng đã được Quốc hội thông qua, trong đó có Chương ứng phó với biến đổi khí hậu, quy định trách nhiệm giảm phát thải khí nhà kính, thích ứng với biến đổi khí hậu, thực hiện cam kết quốc tế về biến đổi khí hậu. Theo đó, các Bộ, ngành từng bước xây dựng, hoàn thiện các quy định pháp luật, thông tư, hướng dẫn kỹ thuật thực hiện giảm phát thải khí nhà kính, thích ứng với biến đổi khí hậu trong phạm vi quản lý.

Về phía ngành ngân hàng, từ năm 2015 vấn đề quản lý rủi ro về môi trường đã được Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đề cập trong các quy định cấp tín dụng. Cùng với các văn bản về phát triển ngân hàng xanh phù hợp với chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh, Chỉ thị số 03/CT-NHNN năm 2015 và Thông tư 17/2022/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước là những cột mốc quan trọng đối với hoạt động quản lý rủi ro liên quan đến môi trường trong hoạt động cấp tín dụng của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Trong đó, Thông tư 17/2022/TT-NHNN yêu cầu tổ chức tín dụng phải xây dựng quy định nội bộ để quản lý rủi ro về môi trường trong hoạt động cấp tín dụng độc lập hoặc lồng ghép trong quy định nội bộ về cấp tín dụng và quy định nội bộ về kiểm soát nội bộ của tổ chức tín dụng.

Phụ lục 1 tóm tắt mã hoá khái niệm và phát triển chủ đề. Về phân tích khái niệm, số lượng ngân hàng thương mại đề cập đến các từ liên quan đến khí hậu và môi trường tăng lên đáng kể qua các năm. Cụ thể, với từ “môi trường”, năm 2019 chỉ có 15 ngân hàng đề cập nhưng đến năm 2023 đã tăng lên 19 ngân hàng. Tương tự, từ “khí nhà kính” đã tăng từ 5 ngân hàng năm 2019 đến 12 ngân hàng thương mại vào năm 2023. Các từ “biến đổi khí hậu”, “năng lượng tái tạo”, “năng lượng xanh/ sạch”, “ngân hàng xanh” được các ngân hàng thương mại nhắc đến nhiều hơn qua các năm. “Quản lý rủi ro môi trường” cũng được sử dụng nhiều hơn trong năm 2023 so với các năm trước đó, do các ngân hàng thương mại sử dụng để thông báo về việc chấp hành Thông tư 17. Trong số các từ, “rủi ro biến đổi khí hậu” chỉ có 3 ngân hàng đề cập năm 2023, và 1 ngân hàng đề cập năm 2022. “Rủi ro vật chất” chỉ có 1 ngân hàng đề cập năm 2023, trong khi “rủi ro chuyển đổi” chỉ có 4 ngân hàng đề cập năm 2023 và 1 ngân hàng đề cập năm 2022.

Dựa trên kết nối các khái niệm với nội dung được đề cập, nghiên cứu phát hiện được năm (05) chủ đề

Chủ đề (i), nhận thức về vai trò của khí hậu và môi trường trong bối cảnh hoạt động kinh doanh. Từ năm 2019 đến 2023, hầu hết các ngân hàng thương mại đều nhìn nhận hoạt động kinh doanh đang diễn ra trong bối cảnh của vấn đề ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu. Trong số 23 ngân hàng thương mại nghiên cứu, chỉ một số ít ngân hàng chưa đề cập đến vấn đề “môi trường”, “biến đổi khí hậu”, “khí nhà kính” như là những vấn đề quan trọng trong bối cảnh hoạt động kinh doanh, gồm ngân hàng thương mại cổ phần (NHTMCP) Bản Việt (BVB), Kiên Long (KLB), Sài Gòn Công Thương (SCB). Các ngân hàng, như Ngân hàng Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn (AGR) cho rằng Việt Nam là một trong các quốc gia chịu ảnh hưởng trực tiếp và nghiêm trọng nhất do quá trình biến đổi khí hậu, do đó phát triển bền vững và tăng trưởng xanh là chủ trương nhất quán và phù hợp để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Tương tự, NHTMCP Công Thương (CTG) nhấn mạnh biến đổi khí hậu có ảnh hưởng sâu sắc đối với kinh tế toàn cầu và đời sống con người, qua đó cũng ảnh hưởng đến các hoạt động kinh doanh ngân hàng. Tất cả các ngân hàng có nhìn nhận vấn đề khí hậu và môi trường trong bối cảnh hoạt động kinh doanh cũng có đề cập đến vấn đề “quản

lý rủi ro môi trường” là hoạt động cần thiết của ngân hàng.

Chủ đề (ii), đưa vấn đề về khí hậu và môi trường vào tầm nhìn, chiến lược, chính sách. Đến năm 2023, có 13/23 ngân hàng thương mại xác định theo đuổi chiến lược ngân hàng xanh, trong khi năm 2019 chỉ có 2/23 ngân hàng. Năm 2023 cũng có 19/23 ngân hàng đề cập rõ ràng là đặt trọng tâm vào thúc đẩy tín dụng xanh, hướng dòng vốn tín dụng ưu tiên cho các dự án năng lượng tái tạo, năng lượng xanh, những dự án giảm khí nhà kính, chống biến đổi khí hậu. Việc hoàn thiện khung quản lý rủi ro môi trường và xã hội cũng được 16/23 ngân hàng đưa vào mục tiêu phải thực hiện trong năm 2023. Điều này cho thấy các ngân hàng thương mại Việt Nam ngày càng lồng ghép các mục tiêu về môi trường vào chiến lược dài hạn.

Nhiều ngân hàng đã xác định phát triển bền vững trong đó có bảo vệ môi trường là một trong những trụ cột chiến lược. Ngân hàng xây dựng các cam kết dài hạn trong việc hỗ trợ các hoạt động tài chính xanh, giảm thiểu rủi ro liên quan đến môi trường và phát triển các chính sách nội bộ để thúc đẩy sự bền vững. NHTMCP Ngoại Thương (VCB) là một trong những ngân hàng tiên phong trong việc lồng ghép các yếu tố môi trường vào chiến lược dài hạn từ rất sớm. VCB đã xác định rõ ràng mục tiêu phát triển bền vững liên quan đến môi trường, với việc cam kết trở thành ngân hàng hàng đầu không chỉ về lợi nhuận mà còn về việc tạo ra các giá trị bền vững cho xã hội và môi trường. Ngân hàng này nhấn mạnh đến việc cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường, đảm bảo rằng mọi hoạt động đều hướng tới giảm thiểu tác động tiêu cực đến khí hậu. Tương tự, NHTMCP Á Châu (ACB) xác định rõ ràng cam kết của mình đối với phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Trong chiến lược dài hạn, ngân hàng hướng đến việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường thông qua việc phát triển các sản phẩm tài chính xanh và khuyến khích các doanh nghiệp và cá nhân chuyển sang các hoạt động kinh doanh thân thiện với môi trường.

Các ngân hàng bắt đầu thực hiện và công bố các chính sách cụ thể liên quan đến môi trường, xã hội và quản trị (ESG), bao gồm việc áp dụng tiêu chuẩn quốc tế về tài chính xanh, quản lý tác động xã hội và bảo vệ môi trường. Không chỉ các ngân hàng thương mại nhà nước mà các ngân hàng thương mại tư nhân cũng đưa ra chính sách liên quan đến môi trường rõ ràng và cam kết thực hiện phát triển bền vững. NHTMCP Kỹ Thương (TCB) đã phát triển các tiêu chuẩn ESG để đánh giá các khoản vay và đầu tư, đảm bảo rằng các dự án được tài trợ phải tuân thủ các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, cải thiện điều kiện xã hội và quản trị tốt. TCB cũng cam kết phát triển các sản phẩm tài chính xanh và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hướng đến phát triển bền vững. ACB cũng đã tích hợp chính sách ESG vào chiến lược phát triển bền vững và quản lý rủi ro của mình. Chính sách ESG đã được ngân hàng áp dụng vào các hoạt động cấp tín dụng và đầu tư, đặc biệt là đối với các lĩnh vực có tác động lớn đến môi trường như bất động sản và nông nghiệp. Ngân hàng cũng xem xét yếu tố ESG trong quá trình đánh giá các dự án để đảm bảo rằng các hoạt động tài chính không gây tổn hại cho môi trường và cộng đồng xã hội.

Chủ đề (iii), quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường. Năm 2023, 16/23 ngân hàng đề cập đã ban hành quy định quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng tại ngân hàng theo Thông tư 17 của Ngân hàng Nhà nước, trong đó 3/16 ngân hàng có quy định dành riêng cho quản lý rủi ro môi trường. 16/16 ngân hàng công bố có quản lý rủi ro môi trường và xã hội cũng tuyên bố đã áp dụng trong hoạt động cấp tín dụng. Các ngân hàng cũng cam kết từ chối cấp tín dụng đối với mục đích sử dụng vốn có thể gây tổn hại đến môi trường và xã hội.

Chủ đề (iv), các hoạt động tại ngân hàng trực tiếp góp phần giảm ảnh hưởng đến biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường. Các ngân hàng đều chủ động thực hiện các biện pháp tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải khí các-bon, chuyển sang sử dụng năng lượng tái tạo, năng lượng xanh, lựa chọn các nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ thân thiện với môi trường, tham gia tích cực vào các hoạt động bảo vệ môi trường trong cộng đồng.

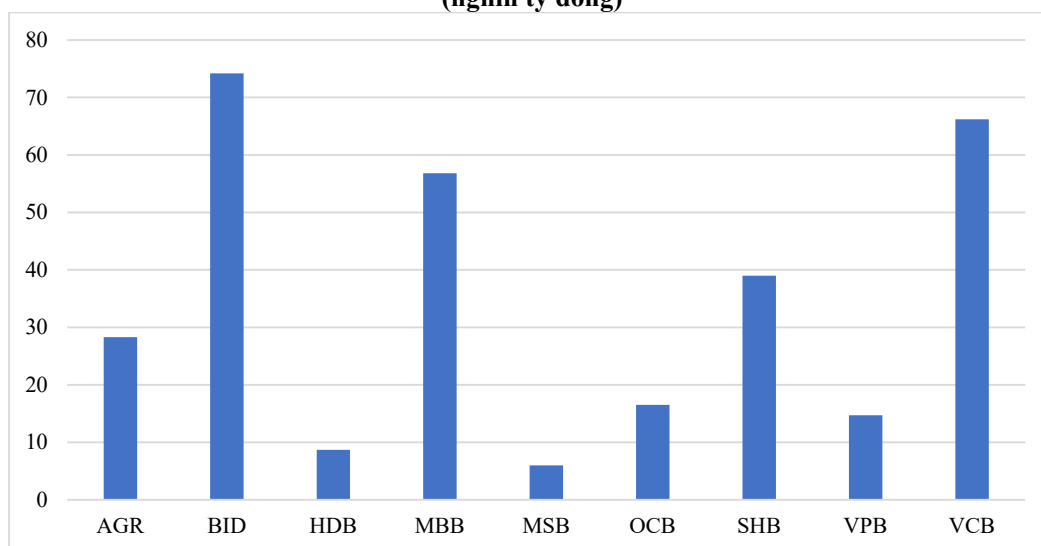
Nhiều ngân hàng đã áp dụng các biện pháp tiết kiệm năng lượng tại các chi nhánh và trụ sở chính, như sử dụng đèn LED, tối ưu hóa hệ thống điều hòa. ACB công bố sử dụng các biện pháp trung hòa góp phần giảm phát thải từ năng lượng điện xăng và giấy. NHTMCP Quân Đội (MBB) nêu rõ các biện pháp ngân hàng áp dụng để giảm ảnh hưởng môi trường bằng cách thay thế loại bóng đèn chiếu sáng tiết kiệm 40% tại văn phòng. Rác thải nội bộ được MBB phân loại ngay từ đầu nguồn tại điểm thu rác các tầng văn phòng bao gồm loại hữu cơ dễ phân hủy và vô cơ khó phân hủy.

Các ngân hàng cũng đẩy mạnh chuyển đổi số, không chỉ giúp nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn giảm

thiếu tiêu thụ tài nguyên và phát thải khí nhà kính, chẳng hạn như giảm nhu cầu sử dụng giấy và tối ưu hóa quy trình trực tuyến. Chẳng hạn, trong năm 2023, CTG xây dựng và triển khai Chương trình Chuyển đổi số giai đoạn 2024 – 2028 kỳ vọng giảm phát thải từ hoạt động vận hành nội bộ của ngân hàng.

Chủ đề (v), thúc đẩy phát triển các sản phẩm ngân hàng xanh, cho vay các lĩnh vực xanh. Bên cạnh đa phần các ngân hàng nhận thức và đặt chiến lược ngân hàng xanh, nhiều ngân hàng đã phát triển các sản phẩm xanh và tích cực cho vay tín dụng xanh. Các lĩnh vực xanh được cho vay chủ yếu, chẳng hạn ở AGR là năng lượng tái tạo, năng lượng sạch, nông nghiệp xanh, lâm nghiệp xanh; ở VCB là xử lý chất thải và phòng chống ô nhiễm, dự án tái chế, tái sử dụng các nguồn tài nguyên, dự án công nghiệp xanh; ở NHTMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BID) - ngân hàng hiện dẫn đầu thị trường về tài trợ các dự án xanh, tập trung chủ yếu vào lĩnh vực năng lượng tái tạo. Các ngân hàng thương mại quy mô nhỏ hơn cũng đề cập đến các hoạt động cho vay tín dụng xanh như NHTMCP Phương Đông (OCB), ACB, Sài Gòn – Hà Nội (SHB), Việt Nam Thịnh Vượng (VPB). Trong đó SHB có tăng trưởng tín dụng xanh đạt 150%, cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng trưởng của tổng dư nợ tín dụng là 70%.

Hình 1: Dư nợ tín dụng xanh đến cuối năm 2023 của một số ngân hàng thương mại (nghìn tỷ đồng)



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả.

Các phân tích chủ đề trên cho thấy hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại Việt Nam chưa phản ánh đầy đủ rủi ro biến đổi khí hậu, thể hiện:

Thứ nhất, các ngân hàng thương mại Việt Nam đang nhìn nhận vấn đề quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường ở góc độ trách nhiệm xã hội hơn là tiếp cận tài chính. Nội dung về quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường chỉ nằm trong Báo cáo phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội của ngân hàng. Ngân hàng quản lý rủi ro môi trường nhằm ngăn ngừa những hoạt động kinh tế do khoản vay tài trợ có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường.

Thứ hai, ngân hàng thương mại chưa quan tâm đầy đủ đến rủi ro biến đổi khí hậu ở cả tác nhân rủi ro vật chất và rủi ro chuyển đổi. Không có ngân hàng nào đưa ra định nghĩa đầy đủ về rủi ro môi trường hoặc rủi ro biến đổi khí hậu. Chỉ có CTG định nghĩa “Rủi ro môi trường là rủi ro phát sinh từ biến đổi khí hậu, thảm họa thiên nhiên và các yếu tố môi trường khác có thể ảnh hưởng trực tiếp đến ngân hàng hoặc đến khách hàng”. Hai trường hợp khác cũng có định nghĩa rủi ro biến đổi khí hậu: (i) MBB cho rằng “rủi ro biến đổi khí hậu và những rủi ro chuyển đổi khác liên quan (ví dụ như thay đổi chính sách, quy định của Nhà nước nhằm thực hiện cam kết Net Zero) có thể làm gia tăng các rủi ro tín dụng”; (ii) NHTMCP Đông Nam Á (SSB) cho rằng “Rủi ro tín dụng xảy ra trong trường hợp hoạt động của khách hàng bị đình trệ để khắc phục các vấn đề về môi trường và xã hội và/hoặc khách hàng bị đối tác, người mua tẩy chay hoặc phải chịu các khoản phạt môi trường và xã hội lớn... dẫn đến không có khả năng trả nợ”. Trong bối cảnh các hiểm họa khí hậu xảy ra ngày càng nghiêm trọng trên diện rộng, và quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế các-bon thấp được nỗ lực

thúc đẩy thì điều này cho thấy ngân hàng chưa đánh giá đầy đủ rủi ro mà hoạt động tín dụng đang gặp phải.

Thứ ba, các ngân hàng thương mại Việt Nam chưa tính đến ảnh hưởng của rủi ro biến đổi khí hậu đến hoạt động kinh doanh của mình qua các chỉ tiêu tài chính. Bằng chứng là trong các tiêu chuẩn của Sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI) được nhiều ngân hàng áp dụng, tiêu chí GRI 201-2 về Ảnh hưởng đến kết quả hoạt động tài chính, các rủi ro và cơ hội khác do biến đổi khí hậu, các ngân hàng chỉ đề cập ở cách ngân hàng điều chỉnh chiến lược phát triển bền vững. Như vậy, sự quan tâm của ngân hàng đối với các vấn đề khí hậu và môi trường nằm ở ảnh hưởng của hoạt động ngân hàng đến môi trường qua hoạt động vận hành và các khoản tài trợ. Theo đó, các ngân hàng chưa đo lường và đánh giá mức độ rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng một cách tổng thể, chưa cho thấy ảnh hưởng của rủi ro biến đổi khí hậu đến kết quả hoạt động kinh doanh. Các ngân hàng cũng chưa sử dụng các chỉ số định lượng để quản lý rủi ro tín dụng.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu là một trong những yếu tố trọng yếu ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng thương mại nói chung và hoạt động cho vay nói riêng, nghiên cứu sử dụng phân tích nội dung và phân tích chủ đề làm sáng tỏ vấn đề này trong hoạt động cấp tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Sử dụng các thông tin được công bố các báo cáo hàng năm của 23 ngân hàng thương mại, nghiên cứu cho thấy hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại Việt Nam chưa phản ánh đầy đủ rủi ro biến đổi khí hậu. Cụ thể, 87% các ngân hàng thương mại được nghiên cứu đều nhìn nhận hoạt động kinh doanh đang diễn ra trong bối cảnh của vấn đề ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu, nhưng chỉ có 70% ngân hàng thương mại đã ban hành quy định quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng. Tuy nhiên, các ngân hàng thương mại Việt Nam đang nhìn nhận vấn đề quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường ở góc độ trách nhiệm xã hội. Các ngân hàng cũng chưa quan tâm đầy đủ đến rủi ro biến đổi khí hậu ở cả tác nhân rủi ro vật chất và rủi ro chuyển đổi. Các ngân hàng cũng chưa đo lường và đánh giá mức độ rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng một cách tổng thể.

Như vậy quản lý rủi ro biến đổi khí hậu trong hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại Việt Nam đang dần hình thành và vẫn còn rất nhiều việc phải làm để có thể được lồng ghép toàn diện vào quy trình quản lý rủi ro tín dụng. Trong quá trình hoàn thiện quy trình này, các ngân hàng thương mại trước hết cần thay đổi cách tiếp cận với rủi ro biến đổi khí hậu, cần nhìn nhận đây là rủi ro có thể ảnh hưởng đến sự an toàn trong hoạt động của ngân hàng chứ không chỉ là trách nhiệm xã hội của ngân hàng. Thêm vào đó, ngân hàng cần xác định rõ những tác nhân của rủi ro biến đổi khí hậu không chỉ có những thay đổi của chính sách, công nghệ và thị hiếu thị trường – rủi ro chuyển đổi, mà còn có rủi ro vật chất. Quản lý rủi ro biến đổi khí hậu cần được đo lường, phân tích và đánh giá một cách cụ thể và toàn diện ở góc độ quản lý của ngân hàng để đảm bảo khả năng chịu đựng của ngân hàng với những ảnh hưởng của loại rủi ro này. Về phía cơ quan quản lý, Ngân hàng Nhà nước cần hoàn thiện các quy định và hướng dẫn về quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường để theo dõi, đánh giá và đảm bảo sự an toàn của hệ thống.

Nghiên cứu có hạn chế là chỉ tiếp cận ở bề mặt thông tin được công bố của ngân hàng thương mại nên chưa thể cho thấy được chi tiết hơn cách thức quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường tại ngân hàng. Chẳng hạn như chính sách quản lý rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường như thế nào, các mô hình đánh giá rủi ro khí hậu và hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ đã nắm bắt các rủi ro liên quan đến khí hậu và môi trường hay chưa, ... Các nghiên cứu sau có thể làm sáng tỏ hơn ở các vấn đề kỹ thuật của việc quản lý rủi ro biến đổi khí hậu tại ngân hàng thương mại.

Phụ lục 1: Kết quả mã hoá khái niệm và phát triển chủ đề

Mã ngân hàng*	Năm/ Khái niệm	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ABB	2023	i, ii,v		i,ii						ii	ii	iii
	2022	i,ii		i,ii						ii	ii	ii
	2021	i,ii		i,ii								ii
	2020	i,ii		i,ii				ii				ii
	2019	i,ii		i,ii				i,ii				ii
ACB	2023	i,ii,v	i,ii,v	i,ii		i	i	i,v		ii,v	v	iii
	2022	i,ii,v	v	v				v		ii,v	v	ii
	2021	i,ii,v										
	2020	i,ii,v										
	2019	i,ii,v										
AGR	2023	i,ii,v		ii,v				ii,v	i,ii,v,v	i,ii,v	i,ii,v	iii
	2022	i,ii,v	ii,v	i				i,v	i,ii,v,v	i,ii,v	i,ii,v	iii
	2021	i,ii,v	i						v		i,ii,v	
	2020	i,ii,v	i								i,ii,v	
	2019	i	i	i,ii							i,ii,v	
BAB	2023	i,ii										
	2022	i,ii										
	2021	i,ii										
	2020	i,ii										
	2019	i,ii										
BID	2023	i,ii,v	ii,v	ii,v				v		ii,v	ii,v	ii,iii
	2022	i,ii,v	ii,v	i,v				v	v	ii,v	ii,v	ii
	2021	i,ii,v		i				v	v	ii,v	ii,v	ii,iii
	2020	i,ii,v		i				v			ii,v	
	2019	i,ii,v									ii	
BVB	2023											
	2022											
	2021	i										
	2020	i										
	2019											
CTG	2023	ii,v	ii,v,v	ii,v,v			i	ii,v		ii,iii	ii,v	ii,iii
	2022	i,ii,v	i,ii,v	i,ii,v,v				ii,v			ii,v	ii
	2021	i,ii,v	i,ii,v	i,ii				ii,v	ii,v		ii,v	
	2020	i,ii,v	i,ii,v	i,ii				ii,v	ii,v		ii,v	
	2019	i,ii,v	i,ii,v	i				ii,v	ii,v		ii,v	
EIB	2023	i,ii,v,v	ii,v,v	i				ii,v,v	ii,v	ii,v	ii,v	ii,iii
	2022	i,v		i						ii	ii	ii
	2021	i,v		i						ii		i,ii
	2020	i,v		i								i,ii
	2019	i,v		i								i,ii
HDB	2023	i,ii,v,v	i,v	i					ii,v	ii,v	v	ii,iii
	2022	i,ii,v,v	i,v	i				v	ii,v	ii,v	ii,v	ii
	2021	i,ii,v,v	i,v	i								
	2020	i,ii,v,v	i,v	i								
	2019	i,ii	i,v	i							ii	
KLB	2023											
	2022											
	2021											
	2020											
	2019											
LPB	2023	i,ii		i								
	2022	i,ii										
	2021											
	2020											
	2019											
MBB	2023	i,ii,v	i	i,v	i,ii		i	v	v	ii,v	ii,v	ii,iii
	2022	i,ii,v	i,v	i	i,ii		i,ii	v	v	ii,v	ii,v	ii
	2021	i,ii,v	v	i						ii	v	ii
	2020	i,ii,v	v							ii	v	ii
	2019	i,ii,v	v	i						ii	v	
MSB	2023	ii,v,v	v,v,v	i,ii	i,ii			v		ii,v	ii,v	ii,iii
	2022	ii,v	ii,v	i				v		ii,v	ii,v	ii
	2021	ii,v										
	2020	ii,v										

	2019											
OCB	2023	i,ii,v,v	i,ii,v					v,v	v	i,ii	ii,v	i,ii,iii
	2022	i,ii,v	i,v	i				v	v		ii,v	i,ii
	2021	i,ii,v	i					v	v		ii,v	i
	2020	i,ii	i,v					v	v		ii,v	i
	2019							v	v			
PGB	2023	i,ii		i							ii	i,ii,iii
	2022	i,ii		i								i,ii
	2021	i		i								
	2020	i		i								
	2019	i		i								
SGB	2023											
	2022											
	2021											
	2020											
	2019											
SHB	2023	i,ii,v	i,ii,v,v	i				v	v	i,ii	i,ii,v	i,iii
	2022	i,ii,v	i,ii,v	i				v	v		i,ii,v	i
	2021	i,ii,v	i,ii,v	i				v	v		i,ii,v	i
	2020	i,ii,v	i,ii,v	i				v	v		i,ii,v	i
	2019	i,ii,v	i,ii,v	i				v	v		i,ii,v	i
SSB	2023	i,ii,v	i,ii,v	i				ii	ii	i,ii	ii,v	i,ii,iii
	2022	i,ii,v	i,ii,v	i				ii	ii	i	ii,v	i,ii
	2021	i,ii,v		i				ii	ii		ii,v	i,ii
	2020	i,										
	2019	i,										
STB	2023	i,ii,v	i,ii,v								ii,	i,ii,iii
	2022	i,ii,v		i							ii,	i,ii,iii
	2021	i,ii,v		i				ii	ii		ii,	i,ii,iii
	2020	i,ii,v		i							ii,	i,ii,iii
	2019	i,ii,v		i						i	ii,	i,ii,iii
TCB	2023	i,ii,v	i,ii,v	i,				iii	v	i	i,ii,iii	i,ii,iii
	2022	i,ii,v	i,ii,v	i								i,ii,iii
	2021	i,ii,v										i,ii,iii
	2020	i										
	2019	i										
TPB	2023	i,ii		i				i				
	2022											
	2021											
	2020	i										
	2019											
VPB	2023	i,ii,v	i	i,v				v,v		ii	ii,v	i,ii,iii
	2022	i,ii,v	i	i				v		ii		i,ii,iii
	2021	i,ii,v	i	i				v	ii		ii,v	i,ii,iii
	2020	i,ii										i,ii,iii
	2019	i,ii										i,ii,iii
VCB	2023	i,ii,v		i,v				ii,v,v	v	ii,v	ii,v	ii,iii
	2022	i,ii,v		i				v	v	ii,v		ii
	2021	i,ii,v	v	i				v	v	ii,v	ii,v	i
	2020	i,ii,v		i				v	v	ii,v	ii,v	i
	2019	i,ii,v		i				v	v	ii,v	ii,v	i

Chú thích: * Theo mã cổ phiếu niêm yết
 Nguồn: Phân tích của nhóm tác giả

Tài liệu tham khảo

- Bathiany, S., V. Dakos, M. Scheffer & T. M. Lenton (2018), 'Climate models predict increasing temperature variability in poor countries', *Science Advances*, 4(5), eaar5809, DOI:10.1126/sciadv.aar5809.
- Beltran, D. O., Bensen, H., Kvien, A., McDevitt, E., Sanz, M. V. & Uysal, P. (2023), *What are large global banks doing about climate change?* International Finance Discussion Papers, 1368, Washington: Board of Governors of the

Federal Reserve System, accessed on 21/09/2024, DOI: 10.17016/IFDP.2023.1368.

- Bennett, R. (2022), 'Analysing climate risk in the banking sector: To what extent should the onus be on banks to fund the 'green deal' while focusing on their own climate change and ESG risk profile?', *Journal of Risk Management in Financial Institutions*, 15(4), 406-417,
- BIS [Bank for International Settlements] (2021), *Climate-related risk drivers and their transmission channels*, accessed on 21/09/2024, <https://www.bis.org/bcbs/publ/d517.pdf>
- Coleton, A., Font Brucart, M., Gutiérrez, P., Le Tennier, P. & Moor, C. (2020), *Sustainable finance - Market practices*, EBA Staff Paper Series, 6, accessed on 21/09/2024, https://www.eba.europa.eu/sites/default/files/document_library/Sustainable%20finance%20Market%20practices.pdf
- Degryse, H., Goncharenko, R., Theunisz, C., & Vadazs, T., 2023, 'When green meets green', *Journal of Corporate Finance*, 78, 102355, DOI: 10.2139/ssrn.3724237.
- Deryugina, T. & Hsiang, S. M. (2014), *Does the environment still matter? Daily temperature and income in the United States*, NBER Working Paper No. 20750, accessed on 21/09/2024, https://www.nber.org/system/files/working_papers/w20750/w20750.pdf
- ECB [European Central Bank] (2020), *Guide on climate-related and environmental risks*, Supervisory expectations relating to risk management and disclosure. European Central Bank, accessed on 21/09/2024, <https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssm.202011finalguideonclimate-relatedandenvironmentalrisks~58213f6564.en.pdf>
- Greenwood, N., & Warren, P. (2022), 'The role of climate finance beyond renewables: Behavioural insights', *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 14(3), 272-292, DOI: 10.1002/jid.3656.
- Hakim, C. (2000), *Research design: Successful designs for social and economic research*, 2nd ed., Routledge, London.
- Javadi, S. & Masum, A. (2021), 'The impact of climate change on the cost of bank loans', *Journal of Corporate Finance*, 69, 102019, DOI: 10.1016/j.jcorpfin.2021.102019.
- Jose, A. & Lee, S.M. (2007), 'Environmental reporting of global corporations: a content analysis based on website disclosures', *Journal of Business Ethics*, 72, 307-321, DOI: 10.1007/s10551-006-9172-8.
- Kletter, A., Clarke, T., & Boersma, M. (2014), 'The governance of corporate sustainability: empirical insights into the development, leadership and implementation of responsible business strategy', *Journal of Business Ethics*, 122 (1), 145-165, DOI: 10.1007/s10551-013-1750-y.
- Lautenschläger, S. (2019), *Central bankers, supervisors and climate-related risks*, Panel Remarks-Network for Greening the Financial System Conference, France, accessed on 21/09/2024, <https://www.bis.org/review/r190429i.pdf>
- Monnin, P. (2018), *Integrating climate risks into credit risk assessment. Current methodologies and the case of central banks corporate bond purchases*, Discussion Note 2018/4, CEP council on economic policies, accessed on 21/09/2024, <https://www.cepweb.org/wp-content/uploads/2019/02/CEP-DN-Integrating-climate-risks-into-credit-risk-analysis.pdf>
- Pigato, M., (2019), *Fiscal policies for development and climate action*, World Bank Group, Washington, D.C., accessed on 21/09/2024, <https://www.worldbank.org/en/topic/macroeconomics/publication/fiscal-policies-for-development-and-climate-action>.
- Santos, A. L. & Rodrigues, L. L. (2021), 'Banks and climate-related information: The Case of Portugal', *Sustainability*, 13, 12215.
- Stanton, P. & Stanton, J. (2002), 'Corporate annual reports: research perspectives used', *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(4), 478-500.
- TFCF [Task Force on Climate-related Financial Disclosures] (2017), *Recommendations of the TCFD disclosures*, accessed on 21/09/2024, <https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/FINAL-2017-TCFD-Report-11052018.pdf>
- Vaismoradi, M., Turunen, H. & Bondas, T. (2013), 'Content analysis and thematic analysis: implications for conducting a qualitative descriptive study', *Nursing and Health Sciences*, 15 (3), 398-405.

Tác giả liên hệ: Phạm Thị Tuyết Trinh | Email: trinhptt@buh.edu.vn

HÀNH VI RỦI RO ĐẠO ĐỨC TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – TIẾP CẬN THEO MÔ HÌNH TAM GIÁC GIAN LẬN

Nguyễn Khoa Đức Anh

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam

Email: anhnkd@gmail.com

Đỗ Hoài Linh

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: linhdh@neu.edu.vn

Khúc Thế Anh

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: anhkt@neu.edu.vn

Mã bài: JED-2049

Ngày nhận bài: 09/10/2024

Ngày nhận bài sửa: 02/12/2024

Ngày duyệt đăng: 07/01/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.2049

Tóm tắt

Nghiên cứu này đánh giá hành vi rủi ro đạo đức của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam theo cách tiếp cận của mô hình tam giác gian lận. Chúng tôi xử lý 1.060 quan sát hợp lệ của ba biến quan sát bậc 2 là áp lực, biện minh và năng lực bằng phần mềm SPSS26 và AMOS24. Kết quả của mô hình cấu trúc tuyến tính cho thấy, áp lực và biện minh là hai nhân tố ảnh hưởng đến hành vi rủi ro đạo đức, còn năng lực thì không. Chúng tôi đưa ra một số hàm ý chính sách đến các ngân hàng thương mại và cơ quan quản lý nhà nước bao gồm tăng cường công nghệ thông tin, đồng thời ban hành quy trình chặt chẽ để người lao động hạn chế những áp lực tài chính và phi tài chính; cũng như giảm ý định biện minh cho hành vi của mình.

Từ khóa: rủi ro đạo đức, ngân hàng, áp lực, biện minh, năng lực, tội phạm học.

Mã JEL: D14, G21, J53

Moral Hazard Behavior in Vietnamese Commercial Banks – The Fraud Triangle Model Approach

Abstract

This study assesses the moral hazard behavior of employees at Vietnamese commercial banks using the approach of the fraud triangle theory. We have processed 1,060 valid observations of three second-order variables (pressure, rationalization, and capability) by using SPSS26 and AMOS24 software. The results of the structural equation model (SEM) show that pressure and rationalization are two variables affecting moral hazard behavior, while ability does not. We propose some policy implications for commercial banks and state management agencies, including enhancing information technology and issuing strict procedures for employees to limit financial and non-financial pressures; as well as reducing the intention to justify their behavior.

Keywords: Moral hazard, banking, pressure, rationalization, capability, criminology.

JEL Code: D14, G21, J53.

1. Giới thiệu

Gian lận và rủi ro đạo đức luôn là một vấn đề mà các ngân hàng thương mại phải đối mặt – dù nó xuất phát từ việc vi phạm vô tình hay cố ý (Hidayat, 2020; Zhang, 2022). Nếu bỏ qua vấn đề về hệ thống (như lỗi máy móc, lỗi hệ thống) hoặc những sai lầm trong chính sách tín dụng thì hầu hết các vấn đề về rủi ro đạo đức gây ra bởi nhân viên ngân hàng đều là cố ý (Asmah & cộng sự, 2019; Duran & Lozano-Vivas, 2015). Nhưng động lực nào khiến họ tiến hành những việc đó?

Có nhiều cách tiếp cận để trả lời câu hỏi này. Ví dụ, nhánh lý thuyết quy kết cho thấy, người lao động sẽ nhìn vấn đề này từ phía trong hay phía ngoài doanh nghiệp, và nó có dễ vi phạm hay không (Kelley, 1973). Điều này có nghĩa là, hành vi vi phạm có thể không bị giám sát bởi những người có trách nhiệm, thậm chí cả những quy chuẩn đạo đức chung của xã hội hay doanh nghiệp (Khuc & cộng sự, 2022). Thế nhưng, người ta nhận thấy rằng, việc vi phạm trong ngân hàng (nhìn nhận từ góc độ người lao động) có thể đến từ một người hoặc một nhóm người, thậm chí, cả một bộ phận lớn (Girling, 2022). Việc này hình thành nên các nhánh nghiên cứu về tội phạm học. Nghiên cứu này sẽ tiếp cận rủi ro đạo đức lý thuyết tam giác gian lận được phát triển bởi Cressey (1953) và Cressey (2017) và trả lời câu hỏi: liệu các vấn đề về áp lực, biện minh và năng lực của người lao động trong ngân hàng có thể “tạo động lực” cho họ gây ra rủi ro đạo đức hay không?

Bài báo được cấu trúc như sau: tiếp theo phần Giới thiệu, phần 2 sẽ đưa ra Tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết nghiên cứu tại. Phương pháp nghiên cứu được trình bày tại Phần 3. Phần 4 – kết quả nghiên cứu – nêu ra những phát hiện chính của bài báo. Các hàm ý và kết luận được trao đổi trong phần cuối của bài.

2. Tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.1. Rủi ro đạo đức và hành vi gây ra rủi ro đạo đức

2.1.1. Rủi ro đạo đức

Rủi ro đạo đức là một khía cạnh tranh rủi ro hoạt động, thường xảy ra trong các ngân hàng thương mại. Kotowitz (1989) cho rằng rủi ro đạo đức là hành động của một hoặc nhiều chủ thể kinh tế nhằm tối đa hóa lợi ích cho chính họ nhưng lại gây thiệt hại cho người khác. Có thể thấy, nhận định này bao hàm nhiều ngoại tác, do đó dẫn tới sự không tồn tại của trạng thái cân bằng hoặc có thể dẫn tới sự kém hiệu quả của trạng thái cân bằng khi chúng tồn tại. Đây là một dạng đặc biệt của hợp đồng không đầy đủ tạo ra xung đột giữa lợi ích của bên đại diện và lợi ích của bên khác.

Krugman (2008) nhận thấy rủi ro đạo đức trong lĩnh vực tài chính là trường hợp khi một bên đưa ra các quyết định liên quan đến mức độ chấp nhận rủi ro, trong khi bên kia phải chịu tổn thất nếu các quyết định đó thất bại. Girling (2022) nhận định rủi ro đạo đức được hiểu là những nguy cơ về cả mặt hành chính và mặt dân sự mà người lao động tại ngân hàng có thể đối mặt nếu thực hiện một hoặc nhiều hành vi trái với quy định. Chúng tôi nhìn nhận trên góc độ này để phân tích.

2.1.2. Hành vi gây ra rủi ro đạo đức

Hành vi gây ra rủi ro đạo đức (kí hiệu MOV) là hành vi của các cá nhân tham gia thị trường tài chính sử dụng thông tin sai sự thật, thiếu sót hoặc thao túng liên quan đến hàng hóa, dịch vụ tài chính hoặc cơ hội đầu tư để cố tình hoặc vô ý gây hiểu lầm hay lừa dối các cá nhân khác tham gia thị trường, vi phạm quy định của cơ quan quản lý, luật định, luật dân sự hoặc luật hình sự (Reurink, 2019). Hành vi này thường đi kèm với gian lận tài chính.

2.2. Mô hình tam giác gian lận

Mô hình tam giác gian lận được Cressey (1953) đề xuất gồm ba yếu tố:

Áp lực (Pressure): Kẻ gian lận cảm thấy mình rơi vào tình trạng tài chính căng thẳng, khó chia sẻ và gây ảnh hưởng nặng nề tới bản thân. Áp lực tạo ra động cơ cho hành vi phạm tội, nhưng nhân viên cũng phải cảm nhận được rằng họ có cơ hội thực hiện hành vi phạm tội mà không bị phát hiện (Aviantara, 2021).

Cơ hội (Opportunity): Họ nhận thấy môi trường nơi mình làm việc có những kẽ hở, thiếu kiểm soát hoặc quy trình lỏng lẻo tạo điều kiện thuận lợi cho hành vi gian lận. Skousen & Twedt (2009) đã khái quát tính chất của biến “Cơ hội” theo 3 hướng chính: Cơ hội tạo ra từ đặc điểm của ngành; Sự quản lý không hiệu quả; Có một sự bất ổn trong hệ thống của tổ chức.

Biện minh (Rationalization): Kẻ gian lận tự biện minh cho hành vi của mình, thường bằng cách cho rằng “chỉ vay mượn tạm thời”, “hoàn trả sau” hoặc “không ai thiệt hại” nhằm xoa dịu lương tâm.

Mô hình tam giác gian lận đã giải thích cho việc các cá nhân thực hiện các hành vi không phù hợp – trước hết là chuẩn mực đạo đức. Nhưng dường như mô hình này không phù hợp với một số trường hợp có giám sát về quy trình – tức là không có cơ hội thực hiện (Ambrose & cộng sự, 2008; Harrison & cộng sự, 2018). Wolfe & Hermanson (2004) lập luận rằng, mặc dù áp lực hoặc động cơ cảm nhận có thể tồn tại cùng với cơ hội và sự hợp lý hóa để gian lận, hành vi gian lận khó có thể xảy ra nếu không có yếu tố thứ tư: khả năng hoặc năng lực của người thực hiện. Nói cách khác, những kẻ gian lận tiềm năng phải có kỹ năng và khả năng cần thiết để thực hiện hành vi gian lận, và hình thành nên mô hình tứ giác gian lận (Kassem & Higson, 2012).

2.3. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.3.1. Áp lực

Cressey (2017), trong mô hình tam giác gian lận, định nghĩa áp lực là một nhu cầu tài chính không thể chia sẻ. Điều này bao gồm việc cá nhân không thể độc lập đối phó với khó khăn tài chính và tìm kiếm sự giúp đỡ. Dorminey & cộng sự (2012) giải thích rằng một số áp lực tài chính bao gồm: thiếu hụt tài chính đột ngột, lối sống vượt quá khả năng tài chính, tín dụng kém hoặc không đủ khả năng vay tín dụng, chi phí y tế lớn bất ngờ và chi phí giáo dục cao. Áp lực phi tài chính bao gồm: áp lực từ gia đình hoặc bạn bè, giảm khả năng làm việc do sử dụng chất kích thích (như ma túy hoặc rượu), hay ngoại tình. Graham & Bedard (2003) cho thấy áp lực liên quan đến công việc như bất công trong công việc và đối xử không công bằng trong thăng chức, lương thưởng và thiếu sự đánh giá cũng là áp lực phi tài chính khiến người ta gian lận.

Nhân tố áp lực đã được nhiều nghiên cứu thực nghiệm chứng minh là có tác động tích cực tới ý định gây rủi ro đạo đức – gian lận của nhân viên ngân hàng (Cressey, 1953; Dorminey & cộng sự, 2012; Jones, 2012; Hollow, 2014; Kazemian & cộng sự, 2019; Avotri & Agbanyo, 2020). Cơ chế của áp lực thể hiện ở khía cạnh: khi các cá nhân chịu áp lực dưới các góc độ: từ khách hàng ép sang; từ cấp dưới ép lên và từ cấp trên ép xuống, cũng như từ những người cùng cấp sẽ dễ dàng gây ra những hoạt động liên quan đến rủi ro đạo đức trong ngân hàng. Do vậy:

Giả thuyết H1: Áp lực (kí hiệu AL) có tác động dương đến ý định thực hiện hành vi rủi ro đạo đức của người lao động trong ngân hàng.

Jones (2012) đưa ra 4 nhóm: (1) áp lực tài chính cá nhân; (2) áp lực tài chính liên quan đến công việc; (3) áp lực phi tài chính cá nhân; (4) áp lực phi tài chính liên quan đến công việc. Các áp lực từ phía công việc đến từ việc liệu người thực hiện hành vi gian lận có bị ép buộc bởi cấp trên, cấp dưới hay khách hàng hay không (Harrison & cộng sự, 2018; Kassem & Higson, 2012; Sujewa & cộng sự, 2018). Trong nghiên cứu này, áp lực là biến bậc 2 với các biến bậc 1 là 4 biến trên.

Các áp lực tài chính đến từ phía cá nhân được hiểu là những nhu cầu về tiền bạc của chính người đó. Áp lực này đến từ việc có những khoản phải chi tiêu, hoặc đầu tư, hoặc tiết kiệm liên quan đến dòng tiền tại thời điểm hiện tại hoặc thời điểm dự tính trong tương lai. Áp lực tài chính đến từ phía công việc, thông thường được hiểu là những nhu cầu về tài chính do công việc tạo ra. Ngoài những nguồn thu nhập nhận được dành cho chính mình, trong lĩnh vực tài chính, các cá nhân sẽ chịu áp lực từ phía đồng nghiệp hoặc khách hàng (Harrison & cộng sự, 2018).

Áp lực phi tài chính cá nhân là toàn bộ các áp lực mà cá nhân phải chịu – không tính đến các nghĩa vụ về tài chính. Các áp lực này thường đến từ phía bên ngoài, ví dụ như áp lực đồng trang lứa hoặc các áp lực trong các mối quan hệ. Đối với ngành tài chính, áp lực này đến chủ yếu từ việc so sánh kết quả lao động giữa các cá nhân cùng bộ phận – tức là làm các công việc giống nhau (Khuc & cộng sự, 2022).

Áp lực phi tài chính đến từ công việc bao gồm toàn bộ những áp lực về mối quan hệ xung quanh giữa đồng nghiệp với nhau, hoặc với khách hàng. Đây là những mối quan hệ nhờ vả, và có tính chất cộng đồng tương đối lớn (Chen & cộng sự, 2016).

2.3.2. Biện minh

Biện minh liên quan đến việc thỏa hiệp hành vi gian lận với các quan niệm thường được chấp nhận về đạo đức và lòng tin (Dorminey & cộng sự, 2012). Đây là một cơ chế được nhân viên gian lận sử dụng để giải thích rằng hành vi gian lận của họ là “có thể chấp nhận được” (Coenen, 2008). Nó khiến những kẻ lừa đảo diễn giải hành vi gian lận của họ là chấp nhận được trong điều kiện nhất định và cho phép họ giữ gìn hình

ảnh bản thân và tự cho mình là đáng tin cậy mặc dù đã gian lận. Khi các cá nhân vi phạm, họ có thể che giấu bằng cách tự biện minh rằng việc mà họ đưa ra phải thế, không thể khác đi được (Welsh & cộng sự, 2015). Khi đó, tất cả sẽ cùng che giấu và biện minh cho cách hành xử của mình (Gottschalk, 2017).

Sanusi & cộng sự (2015), Kazemian & cộng sự (2019) hay Avortri & Agbanyo (2020) đều nhận thấy biện minh là nhân tố ảnh hưởng tích cực đến hành vi gây ra rủi ro đạo đức của người lao động trong ngân hàng. Khi biện minh, con người thường có xu hướng đổ lỗi cho các vấn đề liên quan đến tổ chức. Tức là, hành động vi phạm đạo đức hoặc quy tắc nghề nghiệp đó đang bảo vệ cho chính ngân hàng, hoặc những đối tác của ngân hàng, ví dụ như khách hàng vay vốn. Điều này sẽ làm cho cá nhân cảm thấy yên tâm hơn. Ngoài ra, mô hình tam giác gian lận cũng cho thấy, các cá nhân sẽ đưa ra những lí do bao biện để bảo vệ cho chính mình. Chúng tôi cho rằng:

Giả thuyết H2: Biện minh (kí hiệu BM) có tác động dương đến ý định thực hiện hành vi rủi ro đạo đức của người lao động trong ngân hàng.

Biện minh bao gồm 3 khía cạnh: (1) Biện minh vì lý do bảo vệ tổ chức; (2) Biện minh vì lý do bảo vệ lợi ích cá nhân; (3) Biện minh vì lý do xã hội (Shepherd & Button, 2019). Các mức biện minh này cụ thể hơn so với Gottschalk (2017) vì nó tách biện minh cho tổ chức và xã hội riêng rẽ. Vấn đề biện minh vì lý do xã hội được nhắc đến trong các dịch vụ ngân hàng bởi tính chất lan tỏa và hoảng loạn. Cụ thể, đối với xã hội, có những hoạt động cần phải gian lận, nếu không, những tác động tiêu cực có thể gây ra hiệu ứng dây chuyền (domino) và ảnh hưởng đến hệ thống.

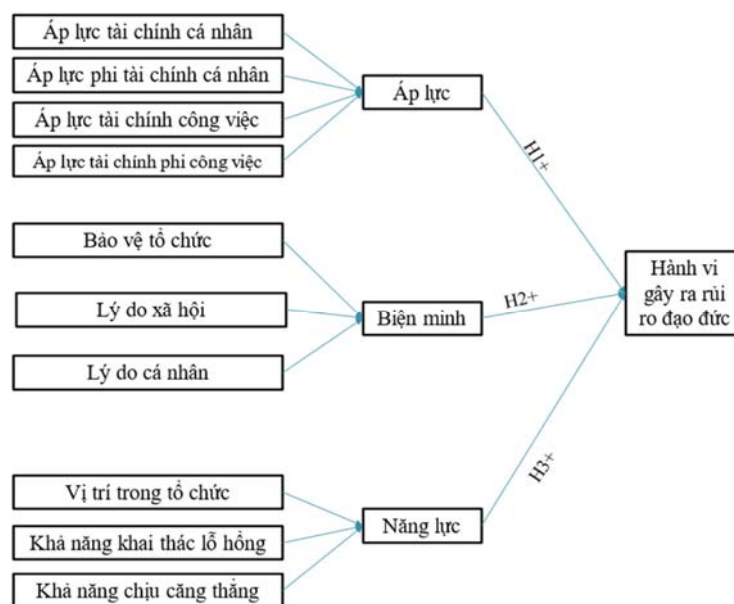
2.3.3. Năng lực

Năng lực được hiểu là người có ý định thực hiện hành vi rủi ro đạo đức sở hữu những đặc điểm, kỹ năng cần thiết để thực hiện gian lận (Wolfe & Hermanson, 2004). Yếu tố ban đầu cho phép các cá nhân hoặc một nhóm người có khả năng thực hiện gian lận là chức năng hoặc vị trí nắm giữ trong tổ chức (Mansor & Abdullahi, 2015). Một người gian lận thành công có thể ép buộc người khác thực hiện hoặc che giấu gian lận (Rudewicz, 2011). Khi có đủ năng lực, các cá nhân sẽ chủ động gây ra rủi ro đạo đức, bởi họ cho rằng họ có đủ quyền hành để làm việc như thế (Rudewicz, 2011), hoặc đủ quyền hành hay khả năng chịu đựng áp lực (Kazemian & cộng sự, 2019). Do đó:

Giả thuyết H3: Năng lực (kí hiệu NL) có tác động dương đến ý định thực hiện hành vi rủi ro đạo đức của người lao động trong ngân hàng.

Wolfe & Hermanson (2004) chia năng lực thành 4 thành phần chính là (1) Vị trí trong chi nhánh; (2) Đủ

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả.

năng lực khai thác lỗ hổng; (3) Sự tự tin, cái tôi; (4) Khả năng chống chịu căng thẳng trong công việc. Tuy nhiên, Kazemian & cộng sự (2019) nhận thấy rằng, cái tôi, sự tự tin không nên đặt ở năng lực. Nó nên thuộc về biện minh thì phù hợp hơn.

Mô hình nghiên cứu được thể hiện tại Hình 1.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

Chúng tôi sử dụng cả nghiên cứu định tính và định lượng để giải quyết câu hỏi nghiên cứu. Chúng tôi tiến hành phỏng vấn sâu các chuyên gia lý thuyết và thực tiễn trong khoảng 45 đến 60 phút tại nhà riêng, quán café hay văn phòng để đảm bảo tính riêng tư. Các câu hỏi của chúng tôi tập trung vào vấn đề hành vi gây ra rủi ro đạo đức của người lao động tại ngân hàng thương mại. Chúng tôi chủ động tách người lao động trong ngân hàng thành 3 nhóm là nhóm trình duyệt, nhóm phê duyệt và nhóm vừa đóng vai trò trình duyệt vừa phê duyệt. Ngoài ra, do cách tiếp cận từ tội phạm học, chúng tôi trao đổi với các chuyên gia lý thuyết là các nhà khoa học có kinh nghiệm nghiên cứu trong lĩnh vực này.

Kết quả, 6 chuyên gia lý thuyết (là các giảng viên của các trường đại học giảng dạy về tài chính hoặc tội phạm học, hoặc trường đào tạo cán bộ của các ngân hàng) cho rằng, việc giám sát trong ngân hàng tương đối chặt chẽ, nên việc từng cá nhân thường ít có cơ hội gây ra rủi ro đạo đức. Thay vào đó, người lao động nên nhìn vào khía cạnh năng lực trong mô hình tứ giác gian lận sẽ phù hợp hơn – và đây cũng là quan điểm của một số nghiên cứu như Wolfe & Hermanson (2004) hay Kazemian & cộng sự (2019). 8 chuyên gia về mặt thực tiễn cũng nhận thấy rằng, ngoài áp lực và biện minh cho việc gian lận, vấn đề năng lực cũng giúp người lao động tiến hành những gian lận cần thiết. Cách tiếp cận của chúng tôi, về cơ bản, được ủng hộ. Ngoài ra, các chuyên gia còn hỗ trợ chúng tôi trong việc hiệu chỉnh bảng hỏi, chuyển bảng hỏi pilot đến người khảo sát và khuyến khích tập trung vào nhóm vừa trình duyệt vừa phê duyệt bởi nhóm này có khả năng gây ra rủi ro đạo đức cao nhất.

3.2. Thang đo

Các thang đo trong mô hình đều được kế thừa từ các nghiên cứu trước. Các biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 cấp độ. Các biến bậc 1 bao gồm áp lực tài chính cá nhân (ALTTCN), áp lực phi tài chính cá nhân (ALPTCCN), áp lực tài chính công việc (ALTCCV) đều có 5 biến quan sát. Các biến bậc 1 bao gồm áp lực tài chính phi công việc (ALTCPCV), biện minh lý do bảo vệ tổ chức (BMTC), biện minh lý do xã hội (BMXH), biện minh lý do cá nhân (BMCN) đều có 4 biến quan sát. Các biến bậc 1 còn lại gồm vị trí trong tổ chức (NLVT), khả năng khai thác lỗ hổng (NLKT) và khả năng chịu căng thẳng (KNCT) cũng như biến phụ thuộc MOV đều có 3 biến quan sát. Thông tin chi tiết được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1: Thang đo

Biến	Số quan sát	Nguồn
ALTTCN	5	Cressey (1953); Dorminey & cộng sự (2012); Jones (2012); Hollow (2014);
ALPTCCN	5	Harrison & cộng sự (2018); Kassem & Higson (2012); Sujeewa & cộng sự
ALTCCV	4	(2018); Kazemian & cộng sự (2019); Avortri & Agbanyo (2020)
ALPTCCV	4	
BMXH	4	Dorminey & cộng sự (2012); Sanusi & cộng sự (2015); Kazemian & cộng
BMTC	4	sự (2019); Avortri & Agbanyo (2020)
BMCN	4	
NLCT	3	Wolfe & Hermanson (2004); Rudewicz (2011); Mansor & Abdullahi
NLVT	3	(2015); Kazemian & cộng sự (2019)
NLKT	3	
MOV	3	Reurink (2019)

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

3.3. Cách thức khảo sát

Chúng tôi lựa chọn những người đã làm việc ở ngân hàng có hợp đồng chính thức. Mỗi người trả lời sẽ được trả một mức phí nhất định. Người khảo sát sẽ được đào tạo thông qua đơn vị cung cấp khảo sát trên thị trường. Thời gian khảo sát được tiến hành từ 01/07/2024 đến 31/08/2024. Đối tượng tiếp nhận câu hỏi là người lao động trong ngân hàng đã có từ 1 năm làm việc trở lên. Các khảo sát được đưa vào phần mềm

KOBO để có thể biết chính xác các hình thức. Tác giả phỏng vấn 1.200 người, kết quả nhận được 1.060 phiếu phù hợp. Phần mềm SPSS26 và AMOS24 được dùng để hỗ trợ xử lý dữ liệu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Kết quả phân tích và thống kê đối tượng khảo sát theo các đặc điểm thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 2. Tổng hợp thống kê mô tả đối tượng khảo sát

	Thông tin mẫu	Tỷ lệ (%)
Giới tính (về mặt sinh học)	Nam	55,92
	Nữ	44,08
Độ tuổi (căn cứ trên căn cước công dân)	Dưới 30 tuổi	32,95
	Từ 30 – 40 tuổi	43,39
	Trên 40 tuổi	23,66
Thời gian làm việc (tính từ khi chính thức tại chính ngân hàng đó)	Từ 1 – 3 năm	43,16
	Từ 3 – 5 năm	29,69
	Trên 5 năm	27,15
Loại hình ngân hàng	NHTM nhà nước	48,96
	NHTM cổ phần tư nhân	40,37
	Ngân hàng nước ngoài, liên doanh	10,67
Khu vực làm việc	Đô thị loại 1 và đô thị đặc biệt	38,75
	Đô thị loại 2	29,70
	Đô thị loại 3	19,95
	Các khu vực còn lại	11,60
Vai trò	Người trình duyệt	18,10
	Người phê duyệt	27,61
	Người vừa trình duyệt vừa phê duyệt	54,29

Nguồn: Tổng hợp của các tác giả.

Chỉ có 44,08% nhân viên nữ và 55,92% nhân viên nam thực hiện phiếu khảo sát. Tỷ lệ các nhân viên ngân hàng tham gia khảo sát được phân bổ cụ thể như sau: 32,95% nhân viên dưới 30 tuổi, nhiều nhất là nhân viên có độ tuổi từ 30 – 40 (43,39%). Thời gian công tác chủ yếu của nhóm đối tượng khảo sát là từ 1 – 3 năm (43,16%). Nhóm ngân hàng chủ yếu là ngân hàng thương mại (NHTM) nhà nước (48,96%) và hầu hết công tác ở khu vực đô thị loại 1 và đô thị đặc biệt hoặc đô thị loại 2 (38,75% và 29,70%). Nguyên nhân của việc này là thị phần của nhóm NHTM nhà nước tương đối cao (chiếm khoảng 45%), do vậy, lực lượng lao động cũng lớn. Hầu hết các ngân hàng đều đặt chi nhánh ở đô thị loại 2 trở lên. Theo sau là đối tượng ngân hàng thương mại cổ phần tư nhân và ngân hàng nước ngoài, lần lượt chiếm 40,37% và 10,67%. Đô thị loại 3 và các khu vực còn lại cũng chiếm tỷ lệ nhỏ hơn (19,95% và 11,60%).

Bên cạnh đó, nhóm người với vị trí vừa là người trình duyệt vừa là người phê duyệt chiếm tỷ lệ nhiều nhất với hơn 50% (cụ thể bằng 54,29%), theo sau lần lượt là nhóm người phê duyệt (27,61%) và nhóm người trình duyệt (18,10%). Chúng tôi hướng đến nhóm đối tượng từ phó phòng trở lên (vừa là người trình duyệt, vừa phê duyệt) vì đây là nhóm có khả năng gây ra rủi ro cao nhất. Đây cũng là gợi ý từ kết quả phỏng vấn sâu.

4.2. Kết quả của mô hình

4.2.1. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha

Chúng tôi tiến hành kiểm định Cronbach's Alpha. Kết quả cho thấy kết quả đều phù hợp để kiểm định nhân tố khám phá. Kết quả lần 1 cho thấy, ALPTCCV4 (Câu hỏi áp lực của gia đình và bạn bè dẫn đến việc phải gian lận) xuất hiện 2 hệ số tải. Do vậy, biến này cũng cần loại khỏi mô hình. Nguyên nhân của vấn đề này là người lao động thời điểm hiện tại có nhiều lựa chọn hơn. Họ có thể tìm kiếm các công việc khác để đáp ứng các nhu cầu của bản thân mà không cần phải gian lận để có vị trí công việc tốt hơn hay thu nhập cao hơn. Sau khi loại thang đo, kết quả kiểm định KMO và Bartlett được thể hiện tại Bảng 3.

Các chỉ tiêu về KMO và Bartlett của thang đo cho thấy kết quả đều phù hợp, với hệ số KMO = 0,848 và hệ số Sig bằng 0,000 < 0,05 cho thấy kết quả phân tích có độ tin cậy tốt để đưa vào phân tích. Kết quả của mô hình đạt được yêu cầu để chuyển sang phân tích nhân tố khẳng định (CFA).

Bảng 3. Bảng kiểm định KMO và Bartlett

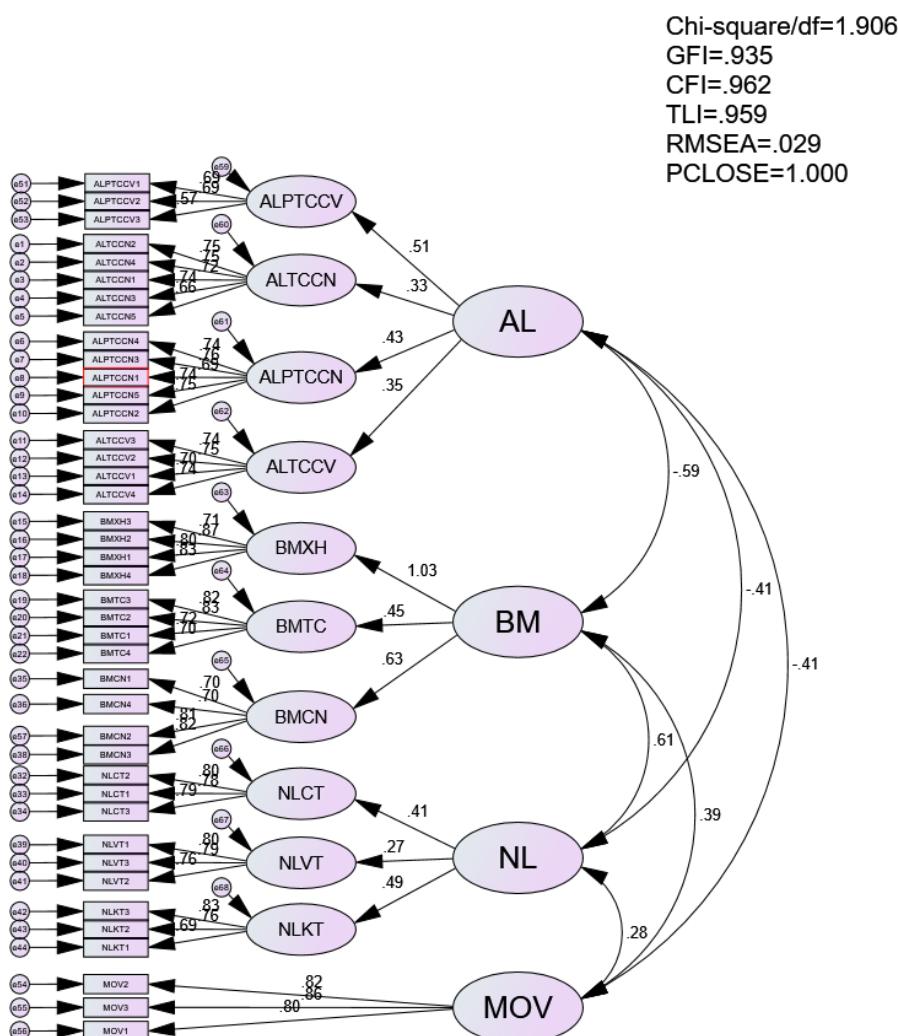
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.848
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	18784,065
	df	820
	Sig.	,000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả.

4.2.2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA tại Hình 2 cho mô hình đề xuất cho thấy kết quả giá trị chỉ tiêu Chi-square/df = 1,906 < 3; hai chỉ số TLI và CFI đều > 0,9; chỉ số GFI nằm trong khoảng từ 0,8 đến 1; hệ số RMSEA bằng 0,029 < 0,05; chỉ số PCLOSE = 1,000 > 0,05. Kết quả cho thấy mô hình có sự phù hợp với thị trường, đồng thời kết quả cho chỉ số P-value bằng 0,000, tức < 0,05, do vậy, các biến quan sát có thể biểu diễn tốt cho các nhân tố trong mô hình.

Hình 2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA của Mô hình đề xuất



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả.

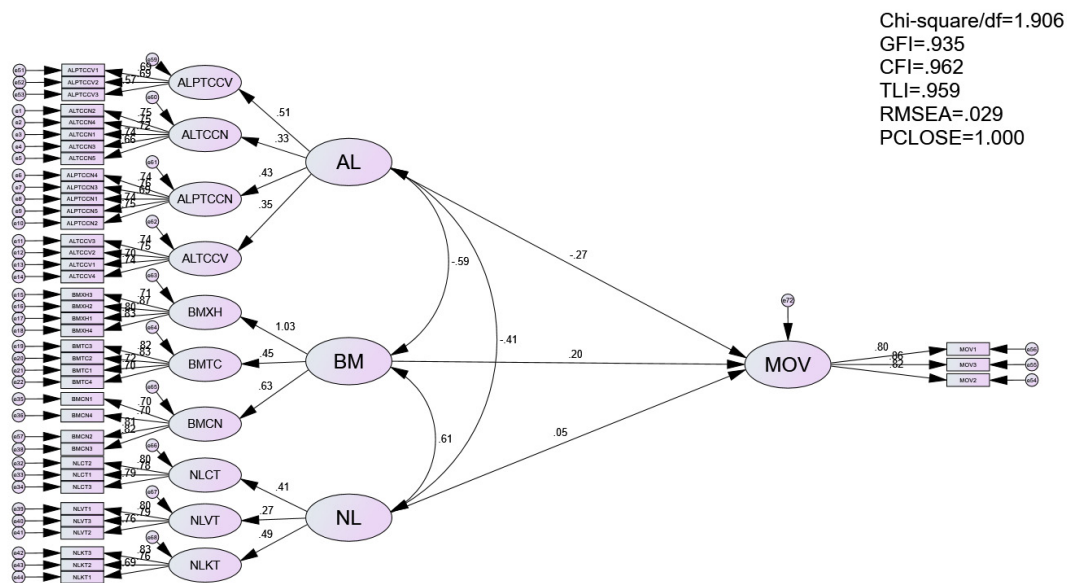
4.2.3. Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM)

Do có các biến bậc 1 và biến bậc 2 gồm áp lực nên trước đây có 1 số cách xử lý. Cách xử lý phổ biến nhất là tính Mean của các biến bậc 1 rồi quy về một giá trị nhất định cho biến bậc 2, từ đó xử lý như các

mô hình có 1 bậc thông thường. Tuy nhiên, thời điểm hiện tại, SPSS26 và AMOS24 đã tự động tích hợp để chạy kết quả.

Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp Model Fit tại Hình 3 cho thấy giá trị Chi-square/df = 1,739 < 3; 2 trong 3 chỉ số gồm TLI và CFI đều > 0,9; giá trị của chỉ số GFI bằng 0,832 là chấp nhận được. P-value = 0,000 < 0,05 với hai chỉ số RMSEA và PCLOSE lần lượt bằng 0,027 và 1,000 cho thấy mô hình đạt được sự phù hợp với thị trường.

Hình 3. Kết quả phân tích SEM



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả.

Kết quả của mô hình được thể hiện tại Bảng 4.

Bảng 4. Tổng hợp kết quả của mô hình

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	P-value	Kết luận
H1	MOV ← AL	-,274	,001	Chấp nhận
H2	MOV ← BM	,197	,010	Chấp nhận
H3	MOV ← NL	,051	,550	Loại bỏ

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả.

Dựa theo kết quả của mô hình, có thể thấy rằng, có 2 giả thuyết được chấp nhận là H1, H2; tức là áp lực, biện minh và áp lực có tác động đến hành vi gây ra rủi ro đạo đức của người lao động trong các ngân hàng, còn năng lực thì không.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

5.1. Nhóm nhân tố thuộc về áp lực

Áp lực là nhân tố có ảnh hưởng đến hành vi gây ra rủi ro đạo đức của cá nhân, tương tự với nghiên cứu trước (Harrison & cộng sự, 2018; Kassem & Higson, 2012; Sujeewa & cộng sự, 2018).

Vấn đề có thể giải thích như sau: NHTM thường đặt ra áp lực doanh số cao. Người lao động trong ngân hàng, nhất là các nhân viên đang ở độ tuổi trẻ chưa có nhiều kinh nghiệm phải chịu áp lực tài chính liên quan đến công việc (Đỗ Hoài Linh & cộng sự, 2022). Bên cạnh đó, với nhu cầu chi tiêu cho đời sống hàng ngày, nhất là phục vụ cho những mục đích lớn như sở hữu bất động sản, động sản - những tài sản đang có tốc độ tăng giá rất nhanh theo thời gian; người lao động phải đối mặt với thực tế rằng mình phải đẩy nhanh quá trình sở hữu tài sản và tích lũy (Anh & cộng sự, 2024). Nếu không phải chịu áp lực về tài chính, họ vẫn có thể phải chịu áp lực về sự thăng tiến vị trí trong tổ chức. Dưới sự ảnh hưởng của các văn hóa “ngầm”, các

thủ tục bắt thành văn này hành vi của người lao động trong ngân hàng có thể chịu những áp lực tiêu cực. Kết quả phỏng vấn sâu của chúng tôi nhận được các thông tin về áp lực này như sau:

Áp lực từ phía đồng nghiệp. Trong các nghiệp vụ ngân hàng, không thể có nghiệp vụ nào đứng một mình. Phải có sự hỗ trợ lẫn nhau. Chính vì vậy, cần phải có sự phối hợp của các bên. Những áp lực của đồng nghiệp sẽ tạo ra sự ảnh hưởng nhất định cho các cá nhân và tổ chức.

Áp lực từ cấp trên và khách hàng. Đây là ảnh hưởng lớn nhất mà chúng tôi (người lao động) cần phải chịu. Thường như chúng tôi phải đưa ra những quyết định phù hợp với yêu cầu của tổ chức hơn là quy định cần làm theo.

Như vậy, có thể thấy rằng áp lực là một trong những nhân tố lớn gây ra ảnh hưởng đến người lao động trong ngân hàng, bao gồm cả người trình duyệt hay phê duyệt.

5.2. Nhân tố thuộc về biện minh

Biện minh có tác động đến hành vi gây ra rủi ro đạo đức, phù hợp với các lý thuyết tam giác gian lận và tứ giác gian lận. Kết quả này bổ sung cho các nghiên cứu trước đây về gian lận cũng như rủi ro đạo đức (Slezak, 2013; Cromwell & Thurman, 2003; Dorminey & cộng sự, 2012; Welsh & cộng sự, 2015; Gottschalk, 2017).

Khi người lao động bị lôi kéo vào những hành vi không chuẩn mực, họ thường có những lý do đưa ra để biện minh cho hành động. Một trong những lý do phổ biến nhất mà nhân viên ngân hàng có thể sử dụng để biện minh cho hành vi không chuẩn mực là lợi ích cá nhân (Đỗ Hoài Linh & cộng sự, 2022). Điều này có thể bao gồm lợi ích về tài chính, cơ hội thăng tiến, hoặc đơn giản là tránh bị kỷ luật hoặc mất việc. Từ góc nhìn này, nhân viên có thể tin rằng hành động của họ là cần thiết để đảm bảo sự ổn định tài chính cá nhân hoặc để bảo vệ vị trí công việc. Ví dụ, trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế, khi áp lực doanh số và doanh thu trở nên cực kỳ cao, nhân viên có thể cảm thấy bị áp lực để đạt được các mục tiêu kinh doanh bằng mọi cách, kể cả việc vi phạm các quy tắc đạo đức.

Một lý do khác mà nhân viên ngân hàng có thể sử dụng để biện minh cho hành vi của mình là họ đang hành động vì lợi ích của ngân hàng. Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt và áp lực từ các cấp quản lý, nhân viên có thể cho rằng việc vi phạm quy tắc đạo đức là cách duy nhất để đạt được các mục tiêu kinh doanh và bảo vệ lợi ích tài chính của tổ chức. Thường thì các khoản mục cấp tín dụng sẽ là gian lận nhiều nhất, nhằm đảm bảo khách hàng vẫn có thể trả đúng và đủ lãi, gốc trong thời gian nhất định.

6. Hàm ý chính sách và kết luận

Chúng tôi đưa ra một số hàm ý chính sách từ kết quả nghiên cứu, gồm:

Thứ nhất, ngân hàng cần tiếp tục tăng cường mật độ công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh. Các nhân viên tín dụng được cung cấp một máy tính bảng riêng nhằm hỗ trợ các hoạt động gặp khách hàng cũng như theo dõi các tài khoản và các vấn đề liên quan tới hợp đồng liên tục và bất kỳ thời gian nào. Các hoạt động gặp gỡ khách hàng được ghi âm, ghi lại thời gian, địa chỉ, tọa độ và đăng tải trên tài khoản theo dõi của nhân viên và quản lý nhằm theo dõi nhân viên, tránh các hành vi phi phạm rủi ro đạo đức cũng như đưa ra những bằng chứng xác thực khi được các bên có liên quan yêu cầu cung cấp. Bối cảnh vài năm gần đây, những rủi ro đạo đức, nhất là từ hoạt động bancassurance cho thấy, các xu hướng giám sát càng trở lên quan trọng.

Thứ hai, ban hành các quy định, quy trình nghiệp vụ chặt chẽ, khoa học; các chính sách, quy chế quản lý, hệ thống kiểm tra, kiểm soát nghiêm ngặt nhằm ngăn ngừa việc lợi dụng kẽ hở để trục lợi từ cả khách hàng và cán bộ ngân hàng. Một khía cạnh cần đề cập đến là việc luân chuyển và giao chỉ tiêu đến người lao động để “ai cũng quan trọng nhưng không ai quan trọng”. Vấn đề này sẽ giảm các áp lực cho người lao động, đồng thời cũng không có cơ hội biện minh cho việc làm sai của mình khi gây ra rủi ro đạo đức.

Chúng tôi cũng thừa nhận hạn chế của đề tài trong việc chưa đánh giá các nhân tố nhân khẩu học cũng như các ngân hàng (ví dụ như khối nhà nước, khối cổ phần hay khối nước ngoài) đến biến phụ thuộc. Rõ ràng, mỗi một loại hình ngân hàng có một khẩu vị khác nhau, và sẽ ảnh hưởng đến rủi ro đạo đức. Một khía cạnh khác khi quan sát thị trường: các chi nhánh ngân hàng nước ngoài ít xảy ra rủi ro hoạt động hơn ngân hàng trong nước. Nhưng liệu nguyên nhân có đến từ rủi ro đạo đức? Chúng tôi sẽ phát triển hướng đi này trong tương lai.

Ngoài ra, khi phỏng vấn sâu, chúng tôi thấy rằng vấn đề đạo đức kinh doanh được đề cập rất nhiều trong

vấn đề của các ngân hàng, và nó có ảnh hưởng đến hành vi gây ra rủi ro đạo đức, nhưng vì cách tiếp cận, chúng tôi không đề cập đến. Chúng tôi sẽ khắc phục vấn đề này trong các nghiên cứu tới.

Tài liệu tham khảo

- Ambrose, M.L., Arnaud, A., & Schminke, M. (2008), 'Individual moral development and ethical climate: The influence of person-organization fit on job attitudes', *Journal of Business Ethics*, 77, 323-333, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9352-1>.
- Anh, K.T., Cuong, N.M., Anh, N.H., Anh, V.H., & Tien, N.Q. (2024), 'Access to credit for real estate transactions in emerging markets-Empirical evidence from Vietnam', *Journal of International Economics and Management*, 24(1), 74-88, DOI: <https://doi.org/10.38203/jiem.024.1.0081>.
- Asmah, A.E., Atuilik, W.A., & Ofori, D. (2019), 'Antecedents and consequences of staff-related fraud in the Ghanaian banking industry', *Journal of Financial Crime*, 26(3), 669-682, DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-08-2018-0083>.
- Aviantara, R. (2021), 'The association between fraud hexagon and government's fraudulent financial report', *Asia Pacific Fraud Journal*, 6(1), 26-42, DOI: <https://doi.org/10.21532/apfjournal.v6i1.192>.
- Avortri, C., & Agbanyo, R. (2020), 'Determinants of management fraud in the banking sector of Ghana: the perspective of the diamond fraud theory', *Journal of Financial Crime*, 28(1), 142-155, DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-06-2020-0102>.
- Chen, J., Cumming, D., Hou, W., & Lee, E. (2016), 'Does the external monitoring effect of financial analysts deter corporate fraud in China?', *Journal of Business Ethics*, 134, 727-742, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2393-3>.
- Coenen, T.L. (2008), *Essentials of corporate fraud*, John Wiley & Sons.
- Cressey, D. (2017), *Theft of the nation: The structure and operations of organized crime in America*, Routledge, DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315135496>.
- Cressey, D.R. (1953), *Other people's money: a study of the social psychology of embezzlement*, retrieved at <https://psycnet.apa.org/record/1954-06293-000>.
- Cromwell, P., & Thurman, Q. (2003), 'The devil made me do it: Use of neutralizations by shoplifters', *Deviant Behavior*, 24(6), 535-550, DOI: <https://doi.org/10.1080/713840271>.
- Đỗ Hoài Linh & Khúc Thế Anh (2022), 'Các nhân tố ảnh hưởng tới ý định gây ra rủi ro đạo đức của người lao động tại ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 303, 34-44.
- Đỗ Hoài Linh, Khúc Thế Anh, & Ngô Thanh Xuân (2022), *Mô hình Greg Shaw trong quản trị rủi ro đạo đức tại ngân hàng*, Nhà xuất bản Xây Dựng, Hà Nội.
- Dorminey, J., Fleming, A. S., Kranacher, M.-J., & Riley Jr, R.A. (2012), 'The evolution of fraud theory', *Issues in Accounting Education*, 27(2), 555-579, DOI: <https://doi.org/10.2308/iace-50131>.
- Duran, M.A., & Lozano-Vivas, A. (2015), 'Moral hazard and the financial structure of banks. Journal of International Financial Markets', *Institutions and Money*, 34, 28-40, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2014.10.005>.
- Girling, P.X. (2022), *Operational Risk Management: A Complete Guide for Banking and Fintech*, John Wiley & Sons.
- Gottschalk, P. (2017), 'Convenience in white-collar crime: Introducing a core concept', *Deviant Behavior*, 38(5), 605-619, DOI: <https://doi.org/10.1080/01639625.2016.1197585>.
- Graham, L., & Bedard, J.C. (2003), 'Fraud risk and audit planning', *International Journal of Auditing*, 7(1), 55-70, DOI: <https://doi.org/10.1111/1099-1123.00005>.
- Harrison, A., Summers, J., & Mennecke, B. (2018), 'The effects of the dark triad on unethical behavior', *Journal of Business Ethics*, 153, 53-77, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3368-3>.
- Hidajat, T. (2020), 'Rural banks fraud: a story from Indonesia', *Journal of Financial Crime*, 27(3), 933-943, DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-01-2020-0010>.
- Hollow, M. (2014), 'Money, morals and motives: An exploratory study into why bank managers and employees commit

-
- fraud at work', *Journal of Financial Crime*, 21(2), 174-190. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2013-0010>
- Jones, M. (2012), 'Motivations to indulge in creative accounting and fraud', In M.J. Jones (Ed.), *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*, 31-41, John Wiley & Sons Ltd, DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119208907>.
- Kassem, R., & Higson, A. (2012), 'The new fraud triangle model', *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 3(3), 191-195, DOI: <https://hdl.handle.net/10520/EJC132216>.
- Kazemian, S., Said, J., Hady Nia, E., & Vakilifard, H. (2019), 'Examining fraud risk factors on asset misappropriation: evidence from the Iranian banking industry', *Journal of Financial Crime*, 26(2), 447-463, DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-01-2018-0008>.
- Kelley, H.H. (1973), 'The processes of causal attribution', *American Psychologist*, 28(2), 107-128, DOI: <https://doi.org/10.1037/h0034225>.
- Khuc, A., Do, L., & Ngo, X. (2022), 'Determinants Influencing the Intention to Cause the Moral Hazard of Vietnam Commercial Banks' Staff', *Journal of Organizational Behavior Research*, 7(1), 125-137, DOI: <https://doi.org/10.51847/GHeHJtjw4g>.
- Kotowitz, Y. (1989), 'Moral hazard', In J. Eatwell, M. Milgate, & P. Newman (Eds.), *Allocation, information and markets*, 207-213, Palgrave Macmillan, DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-349-20215-7_21.
- Krugman, P. (2008), *The Return of depression economics and the crisis of 2008*, Penguin.
- Mansor, N., & Abdullahi, R. (2015), 'Fraud triangle theory and fraud diamond theory. Understanding the convergent and divergent for future research', *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Science*, 1(4), 38-45, DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v5-i3/1823>.
- Reurink, A. (2019), 'Financial Fraud: A literature review', In C. Iris & K. Leo (Eds.), *Contemporary topics in finance: A collection of literature surveys*, 79-115, DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119565178.ch4>.
- Rudewicz, F. (2011), 'The fraud diamond: use of investigative due diligence to identify the "Capability Element of Fraud"', *The Connecticut Turnaround Association Management Newsletter*, 4(1), 1-3.
- Sanusi, Z.M., Rameli, M.N.F., & Isa, Y.M. (2015), 'Fraud schemes in the banking institutions: prevention measures to avoid severe financial loss', *Procedia Economics and Finance*, 28, 107-113, DOI: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01088-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01088-6).
- Shepherd, D., & Button, M. (2019), 'Organizational inhibitions to addressing occupational fraud: A theory of differential rationalization', *Deviant Behavior*, 40(8), 971-991, DOI: <https://doi.org/10.1080/01639625.2018.1453009>.
- Skousen, C.J., & Twedt, B.J. (2009), 'Fraud score analysis in emerging markets', *Cross Cultural Management: An International Journal*, 16(3), 301-316, DOI: <https://doi.org/10.1108/13527600910977373>.
- Slezak, K. (2013), 'Fraud prevention and employee rationalization in New York state public schools', *Legacy Theses & Dissertations (2009 - 2024)*, 1013, State University of New York at Albany.
- Sujeewa, G.M.M., Yajid, M., Azam, S., & Dharmaratne, I. (2018), 'The new fraud triangle theory-integrating ethical values of employees', *International Journal of Business, Economics and Law*, 16(5), 52-57.
- Welsh, D.T., Ordóñez, L.D., Snyder, D.G., & Christian, M.S. (2015), 'The slippery slope: how small ethical transgressions pave the way for larger future transgressions', *Journal of Applied Psychology*, 100(1), 114 – 127, DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1037/a0036950>.
- Wolfe, D. ., & Hermanson, D.R. (2004), 'The fraud diamond: Considering the four elements of fraud', retrieved at <https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2546&context=facpubs>.
- Zhang, Y. (2022), 'Moral Hazard Under the Salary Incentive System of Bank Executives', *7th International Conference on Economy, Management, Law and Education (EMLE 2021)*, DOI: 10.2991/aebmr.k.220306.045.

Tác giả liên hệ: Khúc Thế Anh | Email: anhkt@neu.edu.vn

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NỢ XẤU TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Nguyễn Minh Phương

Học viện Ngân hàng

Email: phuongnm@hvnh.edu.vn

Tạ Thị Chinh

Học viện Ngân hàng

Email: tathichinh30012002@gmail.com

Trần Bình Minh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: minhbinhtran99@gmail.com

Đình Phương Hà

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hadp11005@gmail.com

Mã bài: JED-1776

Ngày nhận bài: 24/05/2024

Ngày nhận bài sửa: 13/06/2024

Ngày duyệt đăng: 08/01/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.1776

Tóm tắt

Nghiên cứu xác định các nhân tố vi mô và vĩ mô tác động đến nợ xấu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2018-2023. Kết quả phân tích dữ liệu chỉ ra rằng trong 5 nhân tố nghiên cứu tác động tới nợ xấu của các ngân hàng thương mại Việt Nam thì có 3 nhân tố có ý nghĩa thống kê là Tỷ lệ sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE), Quy mô tổng tài sản (SIZE) và Tỷ lệ lạm phát (INF). Bên cạnh đó, có 2 nhân tố có chiều tác động ngược với kỳ vọng của nhóm tác giả là GDP và SIZE. Việc nghiên cứu về nợ xấu của ngành ngân hàng giai đoạn 2018-2023 mang ý nghĩa quan trọng, vì đây là thời kỳ ghi nhận nhiều biến động về kinh tế và tài chính, từ đó có thể rút ra bài học hữu ích để định hướng các chính sách và chiến lược trong tương lai.

Từ khóa: Các nhân tố ảnh hưởng, Nợ xấu, Ngân hàng thương mại, Việt Nam.

Mã JEL: G21, E47, C33

Determinants Influencing Bad Debts At Commercial Banks in Vietnam

Abstract

In the study, the macro- and micro-level variables influencing non-performing loans at Vietnamese commercial bank from 2018 to 2023 are identified. The empirical findings indicate that three of the five variables examined as potential influences on non-performing loans at Vietnamese commercial banks including return on equity, total asset size and inflation rate which have statistically significant effects. Furthermore, GDP and SIZE are two variables that defy the authors' predictions. The study of non-performing loans in the banking sector during the period 2018-2023 holds significant importance, as this was a time of substantial economic and financial fluctuations. From this, valuable lessons can be drawn to guide future policies and strategic directions.

Keywords: Bad debts, Commercial banks, Influencing factors, Vietnam.

JEL Codes: G21, E47, C33

1. Đặt vấn đề

Nợ xấu là một trong các chủ đề đã và đang được bàn luận và nghiên cứu rất nhiều trong thời gian gần đây, vốn là vấn đề mà các nhà quản trị ngân hàng luôn trăn trở nhằm tối thiểu hóa tỷ lệ nợ xấu trong hệ thống ngân hàng thương mại (NHTM).

Tại Việt Nam, trong bối cảnh đất nước đang trên đà phát triển, nền kinh tế tăng trưởng, nợ xấu được biết đến là một khái niệm mang ý nghĩa tiêu cực, được bắt nguồn từ quá trình phát triển kinh tế và xã hội. Khi nhắc đến nợ xấu, hầu hết các nhà lãnh đạo ngân hàng, các cán bộ tín dụng hay các nhà quản trị của các NHTM đều e ngại bởi những tác hại mà nó đem lại đối với hoạt động kinh doanh của mỗi ngân hàng tại Việt Nam (Trần Huy Hoàng & Lê Thị Mỹ Tiên, 2022). Tổng nợ xấu tại 27 ngân hàng công bố thông tin tính đến ngày 31/12/2023 là 194.994 tỉ đồng, tăng 41% so với đầu năm. Về cơ cấu nợ xấu, nợ nghi ngờ (nhóm 4) tăng mạnh nhất với 78%, kế đó là nợ có khả năng mất vốn (nhóm 5) tăng gần 30% và nợ dưới chuẩn (nhóm 3) tăng gần 27%. (Trương Thị Hoài Linh, 2024). Xét theo cấp độ vĩ mô, nghiên cứu của Stephen & cộng sự (2011), Nguyễn Thành Nam (2013) và Nguyễn Thị Hồng Vinh (2015) chỉ ra, nợ xấu là nhân tố cơ bản làm phá vỡ cấu trúc của nền kinh tế, gây ra sự bất ổn của chính trị-xã hội, ảnh hưởng tiêu cực đến phúc lợi xã hội và kìm hãm sự tăng trưởng, phát triển của kinh tế và xã hội. Chính vì điều này, việc nghiên cứu và tìm ra các giải pháp nhằm hạn chế sự gia tăng nợ xấu của các NHTM đã trở thành mục tiêu hướng tới của hầu hết các các nhà quản lý, nhà hoạch định chính sách và các nhà nghiên cứu khoa học tại Việt Nam.

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích, đánh giá và đưa ra kết quả về mức độ ảnh hưởng, chiều hướng tác động của các nhân tố ảnh hưởng tới tình hình nợ xấu của NHTM, trong đó bao gồm các nhân tố vi mô và vĩ mô. Từ đó, đánh giá tính thực tế thực trạng nợ xấu diễn ra trong hệ thống của NHTM Việt Nam giai đoạn 2018-2023, chỉ ra được các giải pháp và khuyến nghị các chính sách phù hợp với hệ thống NHTM Việt Nam tại thời điểm hiện tại và tương lai.

Nghiên cứu này có cấu trúc như sau: Phần 2 trình bày tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu; Phần 3 trình bày phương pháp nghiên cứu; Phần 4 chỉ ra kết quả cuối cùng của nghiên cứu đạt được, từ đó đưa ra các khuyến nghị nhằm hạn chế nợ xấu tại các NHTM Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Các nghiên cứu nước ngoài trước đây về chủ đề các nhân tố tác động đến nợ xấu tại các NHTM chỉ ra rằng: các yếu tố vĩ mô như tăng trưởng GDP, tỷ lệ thất nghiệp và lãi suất cho vay có ảnh hưởng mạnh mẽ đến tỷ lệ nợ xấu, trong đó tăng trưởng GDP có tác động ngược chiều và mạnh mẽ nhất trong dài hạn, tỷ lệ lạm phát và lãi suất có tác động cùng chiều với tỷ lệ nợ xấu của các ngân hàng (Skarica, 2013; Makri & cộng sự, 2014). Về các yếu tố vi mô như ROE có tác động ngược chiều đến nợ xấu (Louzis & cộng sự, 2012); tỷ lệ lạm phát hay thất nghiệp lại có tương quan cùng chiều với nợ xấu (Nkusu, 2011).

Tại Việt Nam, một số tác giả cũng đã tiến hành nghiên cứu chủ đề này và đưa ra các kết luận như: quy mô ngân hàng, tỷ lệ thất nghiệp, lạm phát, nợ xấu trong năm trước và tăng trưởng tín dụng có tác động cùng chiều với nợ xấu (Phạm Dương Phương Thảo & Nguyễn Linh Đan, 2018), trong khi chỉ có tăng trưởng GDP có tác động ngược lại (Nguyễn Thị Hồng Vinh, 2015; Nguyễn Thị Như Quỳnh & cộng sự, 2018; Tô Ngọc Hưng & cộng sự, 2013).

2.1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế

Phần lớn các nghiên cứu trước đây đều chỉ ra rằng, tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP) có mối quan hệ ngược chiều với tỷ lệ nợ xấu (Klein, 2013; Đặng Thị Ngọc Lan, 2021; Ghosh, 2015; Nguyễn Tuấn Kiệt & Đinh Hùng Phú, 2016; Phạm Thị Thanh, 2018). Thực tiễn có thể thấy, một nền kinh tế tăng trưởng tốt sẽ đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, thu nhập ròng, lợi nhuận ròng được cải thiện, khách hàng vay có thu nhập ổn định, khả năng thanh toán đúng hạn được đảm bảo (Klein, 2013; Makri & cộng sự, 2014). Ngược lại, trong một nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng kém sẽ dẫn đến việc thu nhập của các chủ thể kinh tế giảm đi, ảnh hưởng tới khả năng thanh toán của khách hàng (Dimitrios & cộng sự, 2016).

Tuy nhiên, bên cạnh những nghiên cứu cho rằng tốc độ tăng trưởng kinh tế ngược chiều với nợ xấu thì vẫn có một số nghiên cứu đưa ra kết quả cùng chiều (Stijn & cộng sự, 2014). Theo đó, trong một nền kinh tế bùng nổ, GDP tăng trưởng mạnh, các ngân hàng có xu hướng nới lỏng tín dụng bao gồm cả việc thẩm định, sàng lọc khách hàng kém chất lượng và yêu cầu tài sản thế chấp, cho tới khi nền kinh tế suy yếu hơn, khả năng kinh doanh của các doanh nghiệp kém đi, các khoản vay trước đây sẽ trở thành nợ xấu của ngân

hàng do ngân hàng không có khả năng thu hồi được vốn của khách hàng vay. Theo đó, nhóm đề xuất giả thuyết sau:

H1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế tác động ngược chiều tới nợ xấu.

2.2. Tỷ lệ lạm phát (INF)

Lạm phát có ảnh hưởng đáng kể đến khả năng thanh toán lãi vay và khả năng trả nợ của khách hàng vay, do đó mà tác động của lạm phát đến nợ xấu có thể là cùng chiều hoặc ngược chiều (Nkusu, 2011; Espinoza & Prasad, 2010; Fofack, 2005). Theo đó, nếu lạm phát cao có thể cải thiện năng lực trả nợ của khách hàng, bởi sẽ làm giảm giá trị thực của các khoản vay, trong khi lãi suất cho vay là cố định. Ngược lại, lạm phát cũng có thể làm giảm năng lực trả nợ của các khách hàng bởi việc làm giảm thu nhập thực của các khách hàng. Đối với khách hàng là doanh nghiệp, khi lạm phát tăng, người tiêu dùng giảm nhu cầu chi tiêu khiến hàng hóa tiêu thụ thấp, doanh nghiệp gặp khó khăn do hoạt động kinh doanh trì trệ, dẫn đến lợi nhuận thấp hơn kỳ vọng, thậm chí có thể xảy ra tình trạng thua lỗ làm ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của doanh nghiệp, điều này khiến cho nợ xấu NHTM tăng lên (Nguyễn Tuấn Kiệt & Đinh Hùng Phú, 2016). Theo đó, giả thuyết thứ hai được đưa ra như sau:

H2. Lạm phát tác động cùng chiều tới nợ xấu.

2.3. Quy mô ngân hàng (Size)

Quy mô ngân hàng thường được đo lường bằng tổng tài sản ngân hàng. Các NHTM có quy mô lớn sẵn sàng chấp nhận các rủi ro cao hơn bằng cách tăng cường đòn bẩy tài chính quá mức và chấp nhận cho vay với khách hàng có chất lượng kém, dẫn đến tỷ lệ nợ xấu tăng cao.

Hầu hết các kết quả nghiên cứu theo nhóm tác giả thống kê đều chỉ ra yếu tố quy mô ngân hàng tác động cùng chiều đến tỷ lệ nợ xấu như Ghosh (2015), Tô Ngọc Hưng (2013), Nguyễn Tuấn Kiệt & Đinh Hùng Phú (2016). Trong khi đó, tương quan nghịch chiều giữa quy mô và nợ xấu cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Misra & Dhal (2010). Giải thích cho mối tương quan ngược chiều của các nghiên cứu này, ta thấy, ngân hàng có tổng tài sản lớn thể hiện quy mô ngân hàng lớn, khi quy mô ngân hàng lớn cho phép các NHTM có điều kiện để đầu tư cải thiện quy trình tín dụng, chất lượng quản trị rủi ro cũng như nguồn nhân lực chất lượng cao, đa dạng hóa hoạt động tín dụng giúp giảm thiểu rủi ro tập trung tín dụng (Louzis & cộng sự, 2012). Theo đó, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết sau:

H3. Quy mô ngân hàng tác động cùng chiều tới nợ xấu.

2.4. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Đa số các nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra mối quan hệ nghịch chiều giữa nợ xấu và khả năng sinh lời của các ngân hàng, điển hình như Klein (2013), Ghosh (2015) và Nguyễn Tuấn Kiệt & Đinh Hùng Phú (2016). Các ngân hàng hoạt động kém hiệu quả thường tìm cách tăng lợi nhuận bằng cách cấp tín dụng cho các khoản vay không đạt chuẩn, dẫn đến việc tạo ra nợ xấu cho ngân hàng.

Chỉ số ROE được sử dụng phổ biến nhất để đánh giá lợi nhuận NHTM, chứng minh mối liên hệ giữa yếu tố lợi nhuận và nợ xấu của ngân hàng. Klein (2013) và Nguyễn Thị Hồng Vinh (2015) đã chỉ ra rằng, NHTM có chỉ số ROE cao hơn thường có tỷ lệ nợ xấu thấp hơn, tức ROE có mối quan hệ ngược chiều với tỷ lệ nợ xấu. Mức lợi nhuận cao cũng sẽ giúp ngân hàng không vì chịu áp lực tối đa hóa doanh số mà thông qua những hồ sơ không đạt yêu cầu, đối mặt với rủi ro vỡ nợ và tỷ lệ nợ xấu cao hơn. Dựa vào lập luận trên, giả thuyết thứ tư được đưa ra như sau:

H4. ROE tác động ngược chiều tới nợ xấu.

2.5. Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản (LTA)

Trong nghiên cứu của Klein (2013) và Ekanayake & Azeez (2015), tác giả đã chỉ ra rằng, việc cho vay quá mức, thể hiện bằng chỉ số dư nợ cho vay trên tổng tài sản tăng, dẫn đến tỷ lệ nợ xấu tăng cao hơn. Theo đuổi mục tiêu tăng thị phần cho vay với khách hàng chất lượng thấp, NHTM với khả năng quản trị kém đã hạ tiêu chuẩn phê duyệt cấp tín dụng và chấp nhận cho vay với khách hàng chất lượng thấp. Những NHTM coi trọng khả năng sinh lời hơn chi phí rủi ro tín dụng sẽ phải gánh chịu mức nợ xấu tăng cao hơn theo mức tăng của tỷ trọng dư nợ trên tổng tài sản. Theo đó, giả thuyết thứ năm được đưa ra như sau:

H5. Mối quan hệ tỷ lệ thuận giữa tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản và nợ xấu.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập dữ liệu

Nghiên cứu tìm kiếm và tổng hợp dữ liệu thứ cấp: dữ liệu vĩ mô của nền kinh tế như tốc độ phát triển kinh tế, tỷ lệ lạm phát được tìm kiếm trên các website của Tổng cục thống kê, NHNN và dữ liệu vi mô gồm có quy mô tài sản, lợi nhuận sau thuế, dư nợ cho vay khách hàng, vốn chủ sở hữu lấy từ các báo cáo tài chính, báo cáo thường niên của 26 NHTM Việt Nam đáp ứng các điều kiện như sau: (i) Là NHTM được niêm yết trên sàn chứng khoán, (ii) Là ngân hàng có báo cáo dữ liệu đầy đủ trong khoảng thời gian thuộc phạm vi nghiên cứu, (iii) Là ngân hàng còn tồn tại và hoạt động cho tới thời điểm nghiên cứu.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Nhóm tác giả sử dụng mô hình hồi quy dữ liệu bảng để kiểm định tác động của các nhân tố ảnh hưởng tới nợ xấu tại các NHTM Việt Nam giai đoạn 2018-2023 như sau:

$$NPL = \beta_0 + \beta_1 xGDP_t + \beta_2 xINF_t + \beta_3 xROE_t + \beta_4 xSIZE_t + \beta_5 xLTA_t + e_t$$

Trong đó:

NPL là Tỷ lệ nợ xấu

GDP là Tốc độ tăng trưởng kinh tế

INF là Tỷ lệ lạm phát

ROE là Tỷ lệ sinh lời trên vốn chủ sở hữu

SIZE là Quy mô tổng tài sản

LTA là Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản

3.3. Xử lý dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê để thu thập thông tin của 26 NHTM nghiên cứu. Tiếp theo sử dụng phương pháp phân tích định lượng để đưa dữ liệu vào phần mềm Excel, tiến hành tính toán các chỉ tiêu rồi đưa các dữ liệu đã xử lý vào phần mềm Stata 7 để tiến hành phân tích, tổng hợp kết quả; đánh giá độ tin cậy, tính chính xác và kiểm định kết quả nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Với tổng số 156 quan sát của 26 ngân hàng trong giai đoạn 2018-2023, nhóm tác giả dùng phần mềm Stata 17 để thống kê lại các đặc trưng của các biến và thu được kết quả như trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1: Thống kê mô tả dữ liệu các biến

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
NPL	156	0,199173	0,0250186	0,005	0,2633
GDP	156	0,0457167	0,0194115	0,025	0,0708
INF	156	0,03175	0,0080079	0,0184	0,045
ROE	156	0,1394717	0,0712906	0	0,342596
SIZE	156	32,99722	1,300558	28,79316	35,37206
LTA	156	0,6346729	0,0793785	0,3539429	0,8

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

Từ Bảng 1, có thể thấy, tỷ lệ nợ xấu được đo lường đạt giá trị trung bình là 19.9% với độ lệch chuẩn là 2.5%; NPL của ngân hàng có NPL nhỏ nhất là 0.5% (Techcombank năm 2020) và ngân hàng có NPL lớn nhất là 26.33% (NVB năm 2021). Sự chênh lệch giữa giá trị lớn nhất và giá trị nhỏ nhất của NPL phản ánh sự khác biệt về tỷ lệ nợ xấu của các NHTM khá rõ rệt. Tương tự với các kết quả của các biến còn lại như GDP, INF, ROE, SIZE và LTA.

4.2. Phân tích hệ số tương quan và hệ số VIF

Trong quá trình tiến hành nghiên cứu, nhóm tác giả thấy giữa các biến có sự liên kết với nhau, nên đã thực hiện kiểm định sự tương quan giữa các biến độc lập với nhau.

Hệ số tương quan được dùng để chỉ ra mối liên hệ giữa các biến trong mô hình. Khi hệ số tương quan giữa

các biến cao sẽ xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến, tức là các biến này đang tác động rất mạnh mẽ lên nhau. Nếu xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến, cần phải loại bỏ biến đó ra, để đảm bảo việc hồi quy mô hình được chính xác (Ayyangar, 2007). Do đó, trước khi thực hiện hồi quy mô hình, nhóm tác giả kiểm tra tự tương quan giữa các biến để phát hiện sớm hiện tượng đa cộng tuyến và thu được kết quả sau:

Bảng 2: Ma trận tương quan giữa các biến và chỉ số phóng đại phương sai VIF

	GDP	INF	ROE	SIZE	LTA	NPL	VIF
GDP	1						1,17
INF	0,3583 0,0000	1					1,17
ROE	-0,1202 0,1349	-0,0737 0,3605	1				1,24
SIZE	-0,0742 0,3572	0,0670 0,4061	0,4246 0,0000	1			1,32
LTA	0,0238 0,7682	0,0505 0,5315	0,0579 0,4728	0,2445 0,0021	1		1,07
NPL	-0,0598 0,4586	-0,0331 0,6812	-0,2837 0,0003	-0,1802 0,0244	-0,1107 0,1690	1	1,19

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

Theo Taylor (2005), các giá trị tương quan giao động trong khoảng -1 đến 1. Nếu cặp biến nào có hệ số tương quan nằm ngoài khoảng -0.8 đến 0.8 thì sẽ xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến (Kennedy, 2008). Từ kết quả trên, ta thấy không có cặp hệ số tương quan nào có giá trị lớn hơn 0.8 và nhỏ hơn -0.8, do đó, có thể khẳng định được rằng: không có cặp biến nào tác động quá mạnh mẽ để mô hình xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng.

Với kiểm định VIF, nếu Mean VIF < 5: không có hiện tượng đa cộng tuyến; nếu 5 < VIF < 10: có thể có khuyết tật đa cộng tuyến; nếu Mean VIF > 10: chắc chắn có hiện tượng đa cộng tuyến. Do đó, cần cố gắng để hệ số VIF càng thấp càng tốt, tốt nhất là đạt mức lý tưởng VIF < 3 (Hair & cộng sự, 2009).

4.3. Các kiểm định tính vững

Bảng 3: Mô hình bình phương nhỏ nhất Pool OLS

Kiểm định PSSS thay đổi	Kiểm định Tự tương quan
Sử dụng kiểm định Modified Wald, nhóm tác giả kiểm định 2 giả thuyết: H ₀ : Không có hiện tượng PSSS thay đổi H ₁ : Có hiện tượng PSSS thay đổi Nếu $\alpha > 5\%$: chấp nhận H ₀ , bác bỏ H ₁ Nếu $\alpha < 5\%$: bác bỏ H ₀ , chấp nhận H ₁ ⇒ Kết quả Prob = 0.000 < 5% ⇒ Mô hình OLS có hiện tượng PSSS thay đổi	Sử dụng kiểm định Wooldridge để kiểm tra hiện tượng tự tương quan trong mô hình theo 2 giả thuyết sau: H ₀ : Không có hiện tượng tự tương quan H ₁ : Có hiện tượng tự tương quan Prob = 0.0000 < 5% ⇒ Bác bỏ H ₀ , chấp nhận H ₁ ⇒ Mô hình có khuyết tật tự tương quan

Nhận thấy mô hình Pool OLS không phải là mô hình tối ưu do tồn tại 2 khuyết tật trên, nghiên cứu tiếp tục sử dụng thêm các mô hình khác để kiểm định, tìm ra mô hình tối ưu nhất.

4.4. Lựa chọn mô hình phù hợp giữa FEM và REM

Nghiên cứu dùng kiểm định Hausman để lựa chọn mô hình FEM hay REM tối ưu hơn với 2 giả thuyết:

H₀: Mô hình REM hiệu quả hơn

H₁: Mô hình FEM hiệu quả hơn

p-value = 0.05293 > 5%. Chấp nhận H₀, bác bỏ H₁. Vậy, mô hình REM được chấp nhận

4.5. Khắc phục khuyết tật PSSS thay đổi và tự tương quan trong mô hình REM

Sau khi mô hình phù hợp được lựa chọn là REM, nhóm tác giả nhận thấy các hệ số hồi quy trong mô hình không còn được chính xác, mô hình REM cũng đã xuất hiện hiện tượng PSSS thay đổi và tự tương quan. Nhận thấy được sự hạn chế này, để nâng cao tính chính xác và hiệu quả của mô hình, nhóm tác giả sử dụng mô hình bình phương tối thiểu tổng quát (FGLS) để khắc phục các khuyết tật này và ước lượng một mô hình mới đạt hiệu quả nhất.

Theo đó, nhóm tác giả sử dụng các dấu “*” để thể hiện mức độ tin cậy của các biến trong mô hình theo mức độ: “*” với mức ý nghĩa 0.1 và độ tin cậy 90%; “**” với mức ý nghĩa 0.05 và độ tin cậy 95%; “***” với mức ý nghĩa 0.01 và độ tin cậy 99%.

Bảng 4: Kết quả mô hình hồi quy

	OLS (1) NPL	FE (2) NPL	RE (3) NPL	FGLS (4) NPL
GDP	-0,115 (-1,07)	-0,137 (-1,36)	-0,122 (-1,26)	0,0339 (1,19)
INF	-0,0420 (-0,16)	-0,0573 (-0,24)	-0,0434 (-0,19)	0,0960* (1,68)
ROE	-0,0943*** (-3,11)	-0,105** (-2,22)	-0,0954*** (-2,70)	-0,0245* (-1,80)
SIZE	-0,00101 (-0,59)	-0,00294 (-0,77)	-0,00173 (-0,80)	-0,00226*** (-2,89)
LTA	-0,0251 (-0,99)	0,0705 (1,49)	0,00335 (0,11)	0,00672 (0,66)
_cons	0,0888* (1,67)	0,0950 (0,73)	0,0950 (1,37)	0,0860*** (3,45)
N	156	156	156	156
R-sq	0,100	0,065		

* p<0,1, ** p<0,05, *** p<0,01

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

Mô hình FGLS cho kết quả với Prob= 0.0000 < 5%. Mô hình FGLS có ý nghĩa thống kê. Phương trình hồi quy cuối cùng như sau:

$$NPL_t = 0,0860^{***} + 0,0339 \times GDP_t + 0,0960^* \times INF_t - 0,0245^* \times ROE_t - 0,00226^{**} \times SIZE_t + 0,00672 \times LTA_t + e_t$$

So với kỳ vọng ban đầu, có một số biến tác động ngược chiều so với kỳ vọng. Kết quả cụ thể được trình bày tại Bảng 5.

Bảng 5: So sánh kỳ vọng với kết quả nghiên cứu

Biến	Kỳ vọng ban đầu	Kết quả mô hình	Ý nghĩa thống kê
GDP	-	+	Không
INF	+	+	Có
ROE	-	-	Có
SIZE	+	-	Có
LTA	+	+	Không

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

4.5.1. Các nhân tố có ý nghĩa thống kê

- INF: Đúng với kỳ vọng ban đầu của nhóm tác giả, INF tác động cùng chiều với NPL. Các nghiên cứu trước đây cũng chỉ ra chiều tác động dương của hai biến số này như Nkusu (2011), Klein (2013), Nguyễn Thị Như Quỳnh & cộng sự (2018), Phạm Thị Trang (2018) và Tô Ngọc Hưng (2013). Khi lạm phát tăng, lãi suất huy động và lãi suất cho vay của các NHTM cũng sẽ tăng theo, ảnh hưởng tiêu cực đến năng lực và khả năng chi trả nợ của các khách hàng, khiến cho tỷ lệ nợ xấu tại các NHTM có xu hướng tăng lên. Bên cạnh đó, lạm phát tăng làm cho thu nhập thực tế của các cá nhân giảm đi, người tiêu dùng giảm chi tiêu, các doanh nghiệp gặp khó khăn, dẫn tới lợi nhuận thấp hơn kỳ vọng, xảy ra thua lỗ và ảnh hưởng đến khả năng chi trả nợ ngân hàng, phát sinh thành nợ xấu.

- ROE: ROE có tương quan ngược chiều với NPL, đúng với kỳ vọng đặt ra ban đầu của nhóm tác giả. Trước nhóm tác giả cũng có một số nghiên cứu đã đưa ra kết quả về tác động tương quan ngược chiều của ROE với NPL như Klein (2013), Nguyễn Thị Hồng Vinh (2015) và Dimitrios & cộng sự (2016). Khi ROE cao, lợi nhuận, doanh số của ngân hàng cao, do đó, ngân hàng sẽ không bị áp lực về mục tiêu tăng lợi nhuận, khi đó, ngân hàng sẽ có được các lựa chọn về các khoản vay có chất lượng; ngược lại, nếu ROE thấp, vì mục tiêu tăng lợi nhuận mà ngân hàng sẽ bắt chấp các khoản vay tiềm ẩn rủi ro, thực hiện các quy trình cho vay

lông lẻo và khi các khoản vay có chất lượng kém này gặp rủi ro sẽ gia tăng nợ xấu cho ngân hàng.

- Size: Size có tương quan ngược chiều với NPL, sai với kỳ vọng ban đầu của nhóm tác giả. Kết quả tương quan ngược chiều của nghiên cứu thống nhất với các tác giả Misra & Dhal (2010), Ekanayale & Azeez (2015). Ta có thể thấy, quy mô ngân hàng càng lớn thì NHTM càng dễ dạng đa dạng hóa danh mục cho vay, phân tán rủi ro tập trung. Tuy nhiên, khi đa dạng hóa danh mục cho vay, ngân hàng khó kiểm soát, giám sát các khoản vay chặt chẽ, do đó, nhiều khoản vay với các tính chất khác nhau sẽ làm cho dư nợ tín dụng tăng, tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ cũng từ đó mà tăng theo. Ngược lại, quy mô ngân hàng càng lớn thì càng nhiều nguồn lực để quản trị rủi ro tín dụng tốt hơn, có nhiều nguồn lực để trích lập dự phòng rủi ro, đầu tư vào hệ thống kiểm soát rủi ro tín dụng hoặc đầu tư vào đội ngũ quản trị rủi ro, kéo theo công tác quản trị rủi ro tín dụng của các ngân hàng này tốt hơn rất nhiều so với các ngân hàng có quy mô nhỏ hơn.

4.5.2. Các nhân tố không có ý nghĩa thống kê

- GDP: GDP có giá trị Prob = 0,232 > 10%, nhóm tác giả nhận thấy biến số này không có ý nghĩa thống kê, nhưng có tác động cùng chiều so với NPL. Khá giống như kết quả của Stijn & cộng sự (2014), Việt Nam đang trải qua giai đoạn nền kinh tế có nhiều biến đổi khi có 3 năm chịu ảnh hưởng của Đại dịch Covid toàn cầu và 2 năm phục hồi nền kinh tế sau Đại dịch, theo đó, GDP của những năm trước 2018 dao động trong khoảng 5% - 7%, nhưng giai đoạn 2020-2022 GDP chỉ đạt dưới 3%, sang đến 2023, GDP dần được phục hồi lại ở mức trên 5%. Khi GDP tăng, lạm phát sẽ tăng, khi đó, NHTW sẽ tăng lãi suất điều hành làm cho lãi suất huy động và cho vay của các NHTM cũng tăng lên, khi đó, khả năng chi trả nợ của các khách hàng vay vốn thấp, kéo theo tỷ lệ nợ xấu tăng cao. Thêm vào đó, một nền kinh tế có GDP tăng trưởng mạnh mẽ khiến cho các ngân hàng có xu hướng nới lỏng tín dụng, khi nền kinh tế suy yếu hơn, khả năng thanh toán của các doanh nghiệp kém đi, các khoản vay có chất lượng kém trước kia dần trở thành nợ xấu do ngân hàng không có khả năng thu hồi được vốn từ khách hàng. Tuy nhiên, trong giai đoạn nghiên cứu, chúng tôi chưa tìm thấy bằng chứng rõ ràng cho thấy sự tác động của GDP đến nợ xấu.

- LTA: Tuy rằng biến LTA không có ý nghĩa thống kê trong nghiên cứu này do Prob > 10%, nhưng kết quả LTA có tương quan cùng chiều với NPL, giống như kết quả nghiên cứu trước đây của Makri & cộng sự (2014), Klein (2013), Kanayake & Azeez (2015) hay Nguyễn Thị Hồng Vinh (2015). Khi NHTM thực hiện việc cho vay nhiều hơn, môi trường kinh tế hay bất cứ tác động nào vào khách hàng thì rất có khả năng khách hàng không trả được nợ cho ngân hàng, khi đó, rủi ro vỡ nợ xảy ra. Tuy nhiên, việc LTA không có ý nghĩa thống kê là do trong giai đoạn gần đây, dư nợ cho vay của các NHTM rất khó để tăng trưởng, kể cả khi có sự can thiệp của nhà nước, chẳng hạn như BIDV, dư nợ cho vay năm 2020 giảm 2% do tác động kép của Đại dịch Covid 19 và nhu cầu của người dân. Theo báo cáo của các ngân hàng năm 2020, dư nợ của khách hàng bị ảnh hưởng bởi Covid chiếm 11% tổng dư nợ, với tình hình dịch bệnh khó khăn đó, nhiều khách hàng sẽ vướng vào khả năng không thể trả được nợ trong ngắn hạn, dẫn đến việc khách hàng bị chuyển nhóm nợ, đây là một phần nguyên nhân khiến các doanh nghiệp hạn chế đi vay và tiếp cận nguồn vốn mới.

5. Kết luận và đề xuất

5.1. Kết luận

Thứ nhất, trong 6 năm từ 2018-2023, có 3 nhân tố tác động đến NPL của NHTM, bao gồm: lạm phát, quy mô ngân hàng, tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu; có 2 nhân tố không có ý nghĩa thống kê là GDP và LTA. Trong đó, nhân tố GDP, LTA và INF có chiều tương quan dương so NPL và nhân tố SIZE, ROE có chiều tương quan âm so với NPL.

Thứ hai, trong giai đoạn nghiên cứu là 2018 đến 2023 - giai đoạn thị trường có nhiều biến động mạnh mẽ như Đại dịch Covid 19 bùng, chiến tranh Ukraina – Nga hay nền kinh tế Mỹ thắt chặt chính sách tiền tệ, do đó, kết quả mà nhóm tác giả thu được về ảnh hưởng của các nhân tố đến nợ xấu có phần khác với kết quả số đông các nghiên cứu trước đây. Tuy nhiên, đây được xem như một điểm mới mẻ trong nghiên cứu, đem đến cái nhìn mới về các tác động của các nhân tố lên nợ xấu.

Thứ ba, các nhân tố mà nhóm tác giả lựa chọn để nghiên cứu là các nhân tố mà các nghiên cứu trước đã sử dụng để nghiên cứu tác động đến nợ xấu, do đó có thể thấy, nghiên cứu của nhóm tác giả đã kế thừa các kết luận, các luận điểm trong quá khứ, củng cố thêm cơ sở đưa ra kết luận của tác giả và tăng độ tin cậy của kết quả thu được.

5.2. Hàm ý

Thứ nhất, đảm bảo tốc độ tăng trưởng tín dụng đều và tăng cường giám sát quy trình tín dụng. Ngân hàng cần duy trì tốt độ tăng trưởng tín dụng ổn định, tránh việc tăng trưởng quá nhanh để không gây ra áp lực về nợ xấu. Ngoài ra, ngân hàng cần đảm bảo chất lượng các khoản vay thông qua việc duy trì các tiêu chuẩn thẩm định nghiêm ngặt và các chỉ tiêu đánh giá rõ ràng, thực hiện kiểm tra định kỳ và đột xuất các khoản vay. Trong xu thế phát triển công nghệ và số hóa, ngân hàng xem xét sử dụng các công nghệ hiện đại như hệ thống quản lý rủi ro tự động và dữ liệu lớn để theo dõi và đánh giá các khoản vay, từ đó giúp kiểm soát tỷ lệ nợ xấu.

Thứ hai, nâng cao đạo đức nghề nghiệp và kỹ năng của cán bộ tín dụng. Cần thường xuyên giáo dục, đào tạo các cán bộ tín dụng, nâng cao đạo đức nghề nghiệp của họ để tránh việc cán bộ tín dụng cấu kết với đối tượng vay vốn để làm giả hồ sơ gây ra nợ xấu; tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu và thường xuyên cho cán bộ tín dụng để nâng cao kỹ năng thẩm định, phân tích rủi ro và quản lý các khoản vay; xây dựng các chương trình giáo dục về đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm cá nhân trong công việc để ngăn chặn việc cán bộ tín dụng cấu kết với đối tượng vay vốn trục lợi bất chính; thiết lập hệ thống khuyến khích và kỷ luật rõ ràng để thúc đẩy đạo đức nghề nghiệp và hiệu quả làm việc.

Thứ ba, các yếu tố vĩ mô là các nhân tố khách quan mà các NHTM không thể kiểm soát được, do đó, ngân hàng cần phải chủ động có biện pháp ứng phó trước những thay đổi tình hình kinh tế, nhằm mục đích bảo toàn tài sản của mình. Ví dụ, ngân hàng cần xây dựng các kịch bản kinh tế khác nhau và lập kế hoạch ứng phó tương ứng để bảo vệ tài sản và đảm bảo khả năng sinh lời trong mọi tình huống, tăng cường khả năng phân tích và dự báo kinh tế để có thể trích lập dự phòng rủi ro hợp lý và kịp thời trước những biến động của nền kinh tế, hợp tác chặt chẽ với các cơ quan quản lý và các tổ chức tài chính khác để cập nhật và phản ứng nhanh chóng trước các thay đổi trong môi trường kinh tế vĩ mô.

Thứ tư, ngân hàng cần thực hiện các biện pháp như sau để tăng tỷ lệ ROE: Áp dụng các biện pháp quản lý chi phí hiệu quả như tối ưu hóa quy trình, sử dụng công nghệ và tự động hóa để giảm chi phí hoạt động; Tăng cường quản lý nguồn vốn và tài sản để tối đa hóa lợi nhuận, từ đó tăng dần ROE; Đánh giá và điều chỉnh danh mục khách hàng, tập trung vào các khách hàng chất lượng cao và có khả năng trả nợ tốt để giảm thiểu rủi ro tín dụng và nợ xấu.

Thứ năm, tăng cường hệ thống quản lý rủi ro: Ngân hàng cần phát triển và triển khai các hệ thống quản lý rủi ro tiên tiến để dự báo và phát hiện sớm các khoản vay có nguy cơ trở thành nợ xấu; sử dụng các công cụ và phương pháp phân tích dữ liệu để đánh giá và quản lý rủi ro một cách hiệu quả; thiết lập các quy trình kiểm tra và báo cáo rủi ro định kỳ để cập nhật kịp thời các tình hình rủi ro và đưa ra các biện pháp ứng phó phù hợp.

Tuy đạt được một số mục tiêu nhất định nhưng nghiên cứu này cũng có một số hạn chế sau: Thứ nhất, nhóm tác giả chỉ đưa một số nhân tố vĩ mô của ngân hàng vào như ROE, SIZE, LTA chứ chưa xem xét được bao quát nhiều nhân tố khác. Thứ hai, mẫu nghiên cứu của bài còn hạn chế do một số NHTM chưa niêm yết trên sàn chứng khoán hoặc có thời gian hoạt động dưới 5 năm, không có thông tin từ các chi nhánh nước ngoài tại Việt Nam nên chưa thể đưa dữ liệu vào nghiên cứu. Do đó, kết quả mà nhóm tác giả đưa ra chưa phản ánh được tình hình của toàn bộ hệ thống ngân hàng nên đối với một số ngân hàng có thể kết quả này chưa được chính xác. Thứ ba, giai đoạn nghiên cứu là 2018-2023, đây là giai đoạn kinh tế có nhiều biến động mạnh mẽ do ảnh hưởng của Dịch bệnh Covid, do đó, kết quả có thể chưa phù hợp đối với các giai đoạn khác.

Tài liệu tham khảo

- Claessens, S., Kose, M.A., Laeven, L., & Valencia, F. (2014), *Financial crises: Causes, consequences, and policy responses*, International Monetary Fund, retrieved on 20/3/2024, from <<https://www.imf.org/en/Publications/Books/Issues/2016/12/31/Financial-Crises-Causes-Consequences-and-Policy-Responses-40301>>.
- Đặng Thị Ngọc Lan (2021), ‘Các yếu tố kinh tế vĩ mô ảnh hưởng đến nợ xấu của ngân hàng các nước khu vực Châu Á Thái Bình Dương’, *Tạp Chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing*, 49, 50 - 61, DOI: <https://doi.org/10.52932/jfm.vi49.97>.
- Dimitrios, A., Helen, L. & Mike, T. (2016), ‘Determinants of non-performing loans: Evidence from Euro-area

-
- countries', *Finance Research Letters*, 18, 116-119.
- Ekanayake, E.M.N.N., & Azeez, A.A. (2015), 'Determinants of Non-performing loans in licensed commercial banks: Evidence from Sri Lanka', *Asian Economic and Financial Review*, 5, 868-882.
- Espinoza, R. & Prasad, A. (2010), 'Non-performing loans in the GCC banking systems and their macroeconomic effects', IMF Working Paper, 10/224, 1-25.
- Fofack, Hippolyte (2005), 'Non-performing Loans in Sub-Saharan Africa: Causal Analysis and Macroeconomic Implications', World Bank Policy Research Working Paper No. 3769, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=849405>.
- Ghosh, A. (2015), 'Banking-industry specific and regional economic determinants of non-performing loans: Evidence from US state', *Journal of Financial Stability*, 20, 93-104.
- Hair, J.F.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2009), *Multivariate data analysis*, Prentice Hall, Hoboken, NJ.
- Klein, N. (2013), 'Non-Performing Loans in CESEE: Determinants and Impact on Macroeconomic Performance', IMF Working Papers 2013/072, International Monetary Fund.
- Louzis, D.P., Vouldis, A.T. & Metaxas, V.L. (2012), 'Macroeconomic and Bank-specific Determinants of Non-performing Loans in Greece: A Comparative Study of Mortgage, Business, and Consumer Loan Portfolios', Bank of Greece Working Paper 118.
- Makri, V., Tsagkanos, A., & Bellas, A. (2014), 'Determinants of non-performing loans: The case of Eurozone', *Panoeconomicus*, 2, 193-206.
- Misra, B. M. & Dhal, S. (2010), 'Pro-Cyclical Management of Banks' Non-Performing Loans by the Indian Public Sector Banks', Bank for Internal Settlements, retrieved on 20/3/2024, <<https://www.bis.org/repofficepub/arpresearch201003.08.pdf>>.
- Nguyễn Thành Nam (2013), 'Vấn đề xử lý nợ xấu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam', *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 135.
- Nguyễn Thị Hồng Vinh (2015), 'Yếu tố tác động đến nợ xấu các ngân hàng thương mại Việt Nam', *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 26(11), 80-98.
- Nguyễn Thị Như Quỳnh, Lê Đình Luân & Lê Thị Hương Mai (2018), 'Các nhân tố tác động đến nợ xấu tại các NHTM Việt Nam', *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, 13(3), 261 –274.
- Nguyễn Tuấn Kiệt & Đinh Hùng Phú (2016), 'Các yếu tố vĩ mô và vi mô tác động đến nợ xấu của hệ thống ngân hàng Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 229, 9-16.
- Nkusu, M.M. (2011), '*Non-performing Loans and Macroeconomic Vulnerabilities in Advanced Economies*', International Monetary Fund, retrieved on 20/3/2024, <<https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2011/wp11161.pdf>>.
- Phạm Dương Phương Thảo & Nguyễn Linh Đan (2018), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ lệ nợ xấu của các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam', *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 23, 1-9.
- Phạm Thị Thanh (2018), 'Những yếu tố ảnh hưởng tới nợ xấu của NHTM Việt Nam', Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Phạm Thị Trang (2018), 'Những yếu tố ảnh hưởng tới nợ xấu của NHTM Việt Nam', Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Đại học kinh tế Hồ Chí Minh.
- Skarica, B. (2013), 'Determinants of Non-Performing Loans in Central and Eastern European Countries', *Financial Theory and Practice*, 38, 37-59.
- Stephen, G.C., Mohanty, M.S. & Zampolli, F. (2011), 'The real effects of debt', *BIS Working papers*, No 352.
- Tô Ngọc Hưng (2013), 'Xử lý nợ xấu trong quá trình tái cấu trúc các NHTM Việt Nam', Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Ngành Ngân hàng năm 2012, Mã số NHNN.2012-KX.03.
- Trần Huy Hoàng & Lê Thị Mỹ Tiên (2022), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến nợ xấu của các ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2008 – 2020', *Tạp chí Công thương Điện tử*, truy cập ngày 20/3/2024, từ <<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/cac-nhan-to-anh-huong-den-no-xau-cua-cac-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-giai-doan-2008-2020-88182.htm>>.
- Trương Thị Hoài Linh (2024), 'Đánh giá mức độ an toàn trong hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2021 – 2023', *Tạp chí Ngân hàng*, truy cập ngày 20/3/2024, từ <<https://tapchinganhang.gov.vn/danh-gia-muc-do-an-toan-trong-hoat-dong-cua-cac-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-giai-doan-2021-2023-11120.html>>.

Tác giả liên hệ: Nguyễn Minh Phương | Email: phuongnm@hvn.edu.vn

TÁC ĐỘNG CỦA MỨC NẮM GIỮ TIỀN MẶT ĐẾN CHI PHÍ NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ CÁC DOANH NGHIỆP TOÀN CẦU

Lê Quỳnh Liên
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: lienlq@neu.edu.vn

Mã bài: JED-1960
Ngày nhận bài: 01/09/2024
Ngày nhận bài sửa: 11/10/2024
Ngày duyệt đăng: 27/12/2024
DOI: 10.33301/JED.VI.1960

Tóm tắt

Bài báo nghiên cứu ảnh hưởng của mức nắm giữ tiền mặt đến chi phí nghiên cứu và phát triển. Dữ liệu nghiên cứu gồm 20.512 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trong Compustat giai đoạn 2009-2023, với 146.696 quan sát theo năm. Tác giả thực hiện các phương pháp hồi quy như bình phương nhỏ nhất, tác động cố định và tác động cố định với sai số chuẩn điều chỉnh để kiểm tra tính ổn định của kết quả. Chi phí nghiên cứu và phát triển là biến phụ thuộc, trong khi dòng tiền và sự thay đổi mức tiền mặt là biến độc lập. Nghiên cứu cho thấy dòng tiền hiện tại và trước đó làm giảm đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, trong khi sự thay đổi mức nắm giữ tiền mặt tác động tích cực đến chi phí nghiên cứu và phát triển, cho thấy doanh nghiệp có thể sử dụng tiền mặt tích lũy để tăng cường đầu tư vào nghiên cứu và phát triển. Những phát hiện này giúp đánh giá khả năng duy trì chi phí nghiên cứu và phát triển dựa trên mức nắm giữ tiền mặt.

Từ khóa: Chi phí nghiên cứu và phát triển, Doanh nghiệp phi tài chính, Dữ liệu Compustat, Mức tiền mặt nắm giữ.

Mã JEL: G32, L25, O32

The impact of cash holdings on research and development expenditures: Empirical evidence from global firms

Abstract

This paper investigates the influence of cash holdings on research and development expenditures. The analysis utilizes data from 20,512 non-financial firms listed in Compustat from 2009 to 2023, encompassing 146,696 firm-year observations. The primary analytical method employed is Pooled Ordinary Least Squares, complemented by fixed effects models and fixed effects models with robust standard errors to ensure result robustness. In the study, research and development expenditures are the dependent variable, while cash flow and changes in cash holdings are the independent variables. The results show that current and previous cash flows tend to negatively affect research and development investments, whereas changes in cash holdings positively influence research and development expenditure, indicating that firms are likely to use accumulated cash reserves to support new research and development projects. These findings provide valuable insights into the sustainability of research and development expenditure relative to cash holdings and illustrate how firms allocate resources for innovation and development over time.

Keywords: Cash holdings, Compustat data, Non-Financial Firms, Research and development expenditures.

JEL Codes: G32, L25, O32

1. Giới thiệu

Tác động của mức tiền mặt nắm giữ đối với chi phí nghiên cứu và phát triển (NC&PT) đã trở thành một vấn đề quan trọng trong bối cảnh phát triển kinh tế toàn cầu. Bởi lẽ, trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, khả năng đổi mới sáng tạo là yếu tố then chốt giúp các doanh nghiệp duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh. NC&PT là quá trình đầu tư nguồn lực lao động và tài chính vào việc NC&PT với mục tiêu tạo ra giá trị lâu dài cho doanh nghiệp. Mục tiêu chính của NC&PT là phát triển các kỹ thuật hoặc sản phẩm đặc trưng, giúp doanh nghiệp tạo ra sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh và duy trì lợi nhuận bền vững (Zhao, 2017). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng các công ty có chi phí NC&PT cao sẽ kiếm được lợi nhuận cao trong tương lai (Shah & cộng sự, 2008). Chính sách đầu tư dành cho NC&PT ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng đổi mới và phát triển công nghệ của một công ty, từ đó tác động mạnh mẽ tới hiệu quả hoạt động và lợi nhuận của doanh nghiệp (Pazarzi & Sorros, 2018).

Mặt khác, lượng tiền mặt nắm giữ cũng được xem là yếu tố quyết định cho sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Lý thuyết đánh đổi được đề xuất bởi Opler (1999) chỉ ra rằng duy trì một lượng tiền mặt giúp doanh nghiệp không phải phụ thuộc vào các nguồn vốn bên ngoài, từ đó giảm nguy cơ cạn kiệt tài chính, cho phép doanh nghiệp đầu tư một cách tối ưu và tránh được các chi phí phát sinh khi phải tìm kiếm các nguồn tài trợ khác hoặc thanh lý tài sản. Ngoài ra, lợi ích của việc nắm giữ tiền còn được tóm tắt theo lý thuyết thanh khoản của Keynes (2018) với ba động cơ là giao dịch, phòng ngừa rủi ro và đầu cơ. Lý thuyết này cho rằng lượng tiền nắm giữ giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch, duy trì thanh khoản và tăng cơ hội trong việc chấp nhận các khoản đầu tư mới. Nhờ đó, hiệu quả tài chính của doanh nghiệp có thể được cải thiện một cách đáng kể. Do đó, mức tiền mặt nắm giữ là nguồn lực quan trọng và là nền tảng cho mọi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó có hoạt động NC&PT. Việc nghiên cứu tác động của lượng tiền mặt nắm giữ đối với chi phí NC&PT là vô cùng quan trọng vì nó giúp các doanh nghiệp quản lý hiệu quả nguồn lực tài chính để thúc đẩy sự đổi mới và phát triển bền vững. Hơn nữa, lượng tiền mặt nắm giữ là yếu tố quyết định khả năng đầu tư vào NC&PT và việc tối ưu hóa nguồn lực này có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Do đó, nghiên cứu về tác động của lượng tiền mặt nắm giữ đối với chi phí NC&PT không chỉ giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định chiến lược hiệu quả hơn, mà còn đóng góp vào việc xây dựng chính sách tài chính phù hợp, nhằm thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế nói chung.

Động lực để tác giả thực hiện nghiên cứu này xuất phát từ các yếu tố sau: Thứ nhất, mặc dù đã có những nghiên cứu về mối quan hệ giữa lượng tiền mặt nắm giữ và chi phí NC&PT của doanh nghiệp như nghiên cứu của Brown & Petersen (2010), Kim & Park (2012), Brahmana & cộng sự (2023). Tuy nhiên, nghiên cứu của Brown & Petersen (2010) được tiến hành với các công ty niêm yết trong lĩnh vực sản xuất của Hoa Kỳ trong khoảng thời gian 1970-2006. Kim & Park (2012) thực hiện nghiên cứu với các công ty Hàn Quốc niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Hàn Quốc (KSE) từ năm 2005-2010. Trong khi đó, Brahmana & cộng sự (2023) lại tập trung nghiên cứu 73 công ty niêm yết từ Sở Giao dịch Chứng khoán Malaysia và 92 Sở Giao dịch Chứng khoán Singapore.

Trong bài nghiên cứu này, tác giả mở rộng phạm vi nghiên cứu đến các công ty phi tài chính trên toàn cầu. Điều này giúp cung cấp một cái nhìn tổng quan về mối quan hệ giữa lượng tiền mặt nắm giữ với chi phí NC&PT, đồng thời chỉ ra sự khác biệt của tác động này giữa các quốc gia, khu vực và ngành nghề khác nhau, từ đó giúp các nhà quản lý xây dựng các chiến lược tài chính và đầu tư phát triển phù hợp với điều kiện cụ thể của doanh nghiệp mình. Hơn nữa, trong khi các nghiên cứu trước đây tập trung vào tác động của lượng tiền mặt nắm giữ tới chi phí NC&PT trong một kỳ nhất định thì bài nghiên cứu sử dụng các biến trễ đại diện cho lượng tiền mặt nắm giữ năm trước trong phân tích giúp kiểm tra hiệu ứng thời gian và tác động dài hạn của việc nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT. Cụ thể, biến trễ này cho phép xác định lượng tiền mặt nắm giữ có ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến chi phí NC&PT trong các kỳ tiếp theo hay không. Những kết quả này cung cấp dữ liệu nền tảng để kiểm tra tính bền vững của chi phí NC&PT dưới tác động của lượng tiền mặt nắm giữ trong thời gian dài.

Bài nghiên cứu bao gồm các phần chính như sau: Phần 1 giới thiệu đề tài nghiên cứu, phần 2 trình bày tổng quan các công trình nghiên cứu và xây dựng giả thuyết khoa học, phần 3 mô tả phương pháp nghiên cứu, phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu và phần 5 đưa ra kết luận và khuyến nghị.

2. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Nhiều nghiên cứu cho thấy việc nắm giữ tiền mặt có mối quan hệ tích cực với chi tiêu NC&PT (Kim & Park, 2012; He & Wintoki, 2016; Lee & Roh, 2020). Chính sách nắm giữ tiền mặt có ảnh hưởng lớn đến cường độ NC&PT của một công ty (He & Wintoki, 2016). Trên thực tế, tiền mặt hoạt động như một loại bảo hiểm cho các hoạt động tài chính của công ty, do đó, các công ty có nhiều tiền mặt hơn có khả năng thấp hơn trong việc cắt giảm chi phí, thoái vốn hoặc gặp rủi ro tài chính (Lee & Roh, 2020). Wang & cộng sự (2014) cho rằng các công ty có lượng tiền mặt lớn thường đạt thành công cao hơn trong đầu tư NC&PT, với nhiều bằng sáng chế có giá trị và tầm ảnh hưởng rộng hơn, ngay cả khi chi tiêu NC&PT tương đương với các công ty ít tiền mặt. Điều này cho thấy tài chính dồi dào giúp tăng cường đổi mới và tạo ra kết quả nghiên cứu có tác động lớn. Hơn nữa, khi công ty có nhiều tiền mặt, các nhà quản lý sẽ cảm thấy ít căng thẳng và tự tin hơn khi đầu tư vào các dự án sáng tạo, từ đó cải thiện hiệu quả hoạt động NC&PT của doanh nghiệp. Baldi & Bodmer (2018) cũng cho rằng việc nắm giữ nhiều tiền mặt sẽ cải thiện hiệu quả NC&PT.

Ma & cộng sự (2013) cho rằng tiền mặt dồi dào giúp các công ty có nhiều cơ hội để phát triển các sản phẩm mới và tăng cường thị phần cạnh tranh. Cui & cộng sự (2019) cũng chứng minh rằng các công ty có dòng tiền dương sẽ có lượng tiền mặt đủ lớn để cung cấp cho quỹ NC&PT và thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Hơn nữa, trên thực tế, các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động vốn thường thận trọng hơn trong các quyết định đầu tư và có thể tiết kiệm tiền mặt bằng cách giảm đầu tư NC&PT. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Cleary & cộng sự (2007), cho thấy khi một doanh nghiệp thiếu hụt nghiêm trọng vốn nội bộ do chi phí huy động vốn bên ngoài cao, các khoản đầu tư của doanh nghiệp sẽ nhạy cảm hơn với dòng tiền của chính doanh nghiệp đó và các công ty sẽ điều chỉnh mức chi phí dành cho NC&PT dựa trên dòng tiền này.

Mặt khác, một số nghiên cứu cho thấy tồn tại mối quan hệ tiêu cực giữa lượng tiền mặt doanh nghiệp nắm giữ và chi phí NC&PT (Beladi & cộng sự, 2021). Một lý do giải thích cho những kết quả trái ngược này là bởi NC&PT là một quá trình đầu tư dài hạn và rủi ro, có thể làm gia tăng các vấn đề về xung đột lợi ích và gây tổn hại đến quyền lợi của một số cổ đông cũng như giá trị của doanh nghiệp (Lewellyn & Bao, 2021). Brahmana & cộng sự (2023) đã chỉ ra rằng các nhà quản lý của các công ty gia đình có xu hướng giảm mức độ đầu tư cho NC&PT khi số tiền mặt họ nắm giữ nhiều hơn. Ngược lại, các nhà quản lý tại các công ty thuộc sở hữu nước ngoài lại có xu hướng đầu tư nhiều hơn vào NC&PT. Nhà quản lý ở công ty gia đình, thường là thành viên trong gia đình, có chi phí đại diện thấp hơn (Anderson & cộng sự, 2003). Ngược lại, tại công ty có vốn đầu tư nước ngoài, chi phí đại diện cao hơn do nhà quản lý là chuyên gia bên ngoài (Lewellyn & Bao, 2021). Chi phí đại diện cao khiến tiền mặt được dùng để phục vụ lợi ích cá nhân thay vì tạo giá trị cho công ty, và nhiều nhà quản lý không báo cáo đầy đủ các hoạt động đầu tư cho cổ đông.

Ngoài ra, Xu & cộng sự (2023) đã chỉ ra rằng lượng tiền mặt cao có thể dẫn đến sự giảm mức độ đầu tư dành cho NC&PT, đặc biệt là ở các công ty ít phải đối mặt với cạnh tranh hoặc khó khăn về tài chính. Điều này cho thấy nhiều công ty có dự trữ tiền mặt lớn có thể ít động lực đầu tư vào các hoạt động đổi mới do họ muốn ưu tiên duy trì thanh khoản hoặc tránh các khoản đầu tư rủi ro như NC&PT. Magerakis & cộng sự (2021), tập trung nghiên cứu vào hành vi doanh nghiệp sau khủng hoảng tài chính, đã quan sát thấy rằng các công ty có dự trữ tiền mặt cao thường ưu tiên sự ổn định về tài chính hơn là đổi mới sáng tạo, từ đó củng cố thêm mối quan hệ ngược chiều giữa mức tiền mặt nắm giữ và mức chi phí NC&PT. Mối quan hệ này rõ ràng hơn ở các công ty ưu tiên hiệu suất tài chính ngắn hạn thay vì tăng trưởng dài hạn từ đầu tư NC&PT, cho thấy sự đánh đổi giữa duy trì dự trữ tiền mặt và đầu tư NC&PT, đặc biệt trong môi trường kinh tế bất ổn.

Từ tổng quan nghiên cứu, giải thuyết được đưa ra như sau:

H1. Mức tiền mặt nắm giữ có tác động tiêu cực đến chi phí nghiên cứu và phát triển.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu và các biến

3.1.1. Thiết kế mô hình hồi quy

Xuất phát từ cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu, tác động của mức tiền mặt nắm giữ đến chi phí NC&PT được thể hiện qua mô hình sau:

$$\text{Chi phí nghiên cứu và phát triển}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{Mức tiền mặt nắm giữ}_{i,t} + \beta_2 \text{Mức tiền mặt nắm giữ}_{i,t-1} + \gamma \text{Biến kiểm soát}_{i,t} + \text{Năm} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Bảng 1. Mô tả biến trong mô hình nghiên cứu

Biến	Ký hiệu	Mô tả	Nguồn tham khảo
I. Biến phụ thuộc			
Chi phí NC&PT sản phẩm	RDEI	Chi phí NC&PT / Tổng tài sản	Usman & cộng sự (2018), Zouari & Zouari-Hadiji (2015)
Chi phí NC&PT sản phẩm	LN RDE	Logarit của tổng chi phí NC&PT	Osma & Young (2009), Freimane & Balina (2016)
II. Biến độc lập			
Dòng tiền	Cflow	Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh/Tổng Tài sản	Brown & Petersen (2010)
Dòng tiền năm trước	Cflow_Lag	Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh năm trước/Tổng Tài sản năm trước	Brown & Petersen (2010)
Thay đổi trong năm giữ tiền mặt hiện tại	DeltaCholding	Sự thay đổi của tổng tiền mặt và các khoản tương đương/Tổng tài sản năm nay	Brown & Petersen (2010), Tran (2019)
Thay đổi trong năm giữ tiền mặt năm trước	DeltaCholding_Lag	Sự thay đổi của tổng tiền mặt và các khoản tương đương/Tổng tài sản năm nay năm trước	Brown & Petersen (2010), Tran (2019)
III. Biến kiểm soát			
Quy mô doanh nghiệp	Size	Logarit của tổng tài sản	Usman & cộng sự (2018), Rahman & Howlader (2022)
Tốc độ tăng trưởng	Growth	(Doanh thu năm sau-Doanh thu năm trước)/Doanh thu năm trước	Brown & cộng sự (2012), Khan (2024)

Trong đó: Chi phí nghiên cứu và phát triển i,t là chỉ số đại diện cho chi phí NC&PT của công ty i trong năm t . Biến độc lập là Mức nắm giữ tiền mặt i,t biểu thị cho mức nắm giữ tiền mặt của công ty i trong năm t ; Mức nắm giữ tiền mặt $i,t-1$ biểu thị cho mức nắm giữ tiền mặt của công ty i trong năm trước $t-1$; Và $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ mô tả tác động của mức tiền mặt nắm giữ đến chi phí NC&PT. Biến kiểm soát được mô tả trong Bảng 1. Biến kiểm soát trong phương trình hồi quy được đo lường trong năm t . Các thống kê t được tính bằng cách sử dụng sai số chuẩn đã điều chỉnh cho hiện tượng không đồng nhất và được gom nhóm theo mức công ty.

Biến “Năm” được thêm vào mô hình để kiểm soát các yếu tố thay đổi theo thời gian, chẳng hạn như chu kỳ kinh tế, sự phát triển công nghệ, hoặc điều chỉnh chính sách, từ đó làm giảm sai lệch do biến động hàng năm và tăng tính chính xác của ước lượng tác động các biến độc lập lên chi phí NC&PT (Baltagi, 2005; Wooldridge, 2015).

3.1.2. Các biến trong mô hình nghiên cứu

Bảng 1 cung cấp các định nghĩa của tất cả các biến trong mô hình.

3.2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng cơ sở dữ liệu nghiên cứu Global Compustat, một cơ sở dữ liệu tài chính quốc tế được cung cấp bởi WRDS, với trọng tâm là các công ty toàn cầu. Dữ liệu tài chính của 20.512 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trong giai đoạn 2009-2023 đã được trích xuất, trong đó các tổ chức tài chính bị loại trừ do sự khác biệt về hoạt động kinh doanh và tài chính so với các công ty khác (Deloof, 2003). Các quan sát bị thiếu đã bị loại bỏ, và các kỹ thuật xử lý giá trị ngoại lai đã được áp dụng để giảm thiểu ảnh hưởng của những điểm này (Garcia-Teruel & Solano, 2007). Bảng dữ liệu cuối cùng bao gồm 146.696 quan sát theo năm.

Trong phân tích hồi quy, tác giả đã sử dụng mô hình Pooled OLS với dữ liệu bảng, đồng thời áp dụng các phương pháp thay thế như mô hình tác động cố định (FEM), mô hình tác động ngẫu nhiên (REM), và mô hình FEM điều chỉnh sai số (FEM Robust). Những phương pháp này giúp kiểm soát các yếu tố nhiễu không quan sát được, khắc phục tự tương quan và phương sai sai số thay đổi, nhằm đảm bảo tính đồng nhất và đánh giá tính vững của mô

hình nghiên cứu (Fang & cộng sự, 2009).

Việc sử dụng các biến trễ Cflow_lag và DeltaCholding_Lag trong phân tích giúp kiểm tra hiệu ứng thời gian và tác động dài hạn của việc nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT. Cụ thể, biến trễ này cho phép xác định xem ngoài kỳ hiện tại thì việc nắm giữ tiền mặt trong các kỳ trước có ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến chi phí NC&PT hay không. Những kết quả này cung cấp dữ liệu nền tảng để kiểm tra tính bền vững của chi phí NC&PT dưới tác động của việc nắm giữ tiền mặt trong thời gian dài.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 2 cung cấp các thống kê mô tả về các biến được sử dụng trong nghiên cứu về tác động của việc nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT.

Bảng 2. Thống kê mô tả

Biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
RDEI	146.696	0,033	0,061	0,000	0,499
LN RDE	146.696	3,931	2,991	-3,730	11,020
Cflow	146.696	-0,004	0,315	-2,233	1,136
Cflow_Lag	146.696	-0,000	0,307	-2,227	1,127
DeltaCholding	146.696	0,012	0,101	-0,467	0,523
DeltaCholding_Lag	146.696	0,014	0,101	-0,467	0,523
Size	146.696	8,503	2,896	-0,033	15,944
Growth	146.696	1,389	11,645	-1,223	130,401

Bảng 2 mô tả các biến được sử dụng trong nghiên cứu về tác động của việc nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT như sau:

RDEI: Đại diện cho tỷ lệ chi phí NC&PT trên doanh thu hiện tại. Với giá trị trung bình là 0,033, các công ty trong mẫu nghiên cứu dành khoảng 3,3% doanh thu của họ cho chi phí NC&PT. Độ lệch chuẩn cao (0,061) cho thấy có sự khác biệt lớn giữa các công ty trong việc đầu tư vào NC&PT.

LN RDE: Biến này đại diện cho logarit tự nhiên của chi phí NC&PT hiện tại. Giá trị trung bình là 3,931, nhưng độ lệch chuẩn cao (2,991) và biên độ giá trị từ -3,730 đến 11,020 cho thấy sự khác biệt rất lớn trong chi phí NC&PT giữa các công ty. Sự khác biệt này có thể phản ánh các yếu tố như quy mô công ty, ngành nghề kinh doanh, và chiến lược phát triển công nghệ.

Về việc nắm giữ tiền mặt, biến Cflow (dòng tiền) có giá trị trung bình âm nhẹ là -0,004, cho thấy một số công ty có dòng tiền âm, trong khi DeltaCholding (thay đổi trong nắm giữ tiền mặt) có giá trị trung bình dương là 0,012, cho thấy hầu hết các công ty đang tăng lượng tiền mặt nắm giữ. Các giá trị phần trăm vị của dòng tiền và thay đổi trong nắm giữ tiền mặt cho thấy sự phân bố không đồng đều, với nhiều công ty có dòng tiền và thay đổi trong nắm giữ tiền mặt thấp.

Quy mô công ty (biến Size) và tăng trưởng doanh thu (biến Growth) cho thấy sự đa dạng đáng kể giữa các công ty, với giá trị trung bình của quy mô là 8,503 và giá trị trung bình của tăng trưởng doanh thu là 1,389. Các số liệu này cho thấy mối quan hệ tiềm năng giữa quy mô công ty và việc quản lý chi phí NC&PT, cùng với cách mà việc nắm giữ tiền mặt có thể ảnh hưởng đến quyết định đầu tư vào NC&PT.

4.2. Phân tích tương quan

Nghiên cứu đã thực hiện phân tích hệ số tương quan giữa các cặp biến được sử dụng. Kết quả từ Bảng 3 cho thấy tất cả các hệ số tương quan đều dưới mức 0,45, do đó không có bằng chứng nào cho thấy mô hình hồi quy gặp phải vấn đề đa cộng tuyến.

4.3. Phân tích hồi quy

Bảng 4 thể hiện kết quả hồi quy bình phương tối thiểu (OLS) với các biến giả cho từng công ty để đánh giá ảnh hưởng của mức nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT trong mô hình (1).

Bảng 4 phản ánh kết quả kiểm định đa cộng tuyến với hệ số phóng đại phương sai nhỏ hơn 4, như vậy mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (Hair & cộng sự, 2010). Đồng thời, giá trị VIF trung bình là 1,11, cho thấy không có dấu hiệu của đa cộng tuyến nghiêm trọng trong mô hình. Điều này nghĩa là các biến độc lập không có sự tương quan quá cao, giúp tăng độ tin cậy của kết quả hồi quy.

Bảng 3. Ma trận tương quan

Biến	RDEI	LNREDE	Cflow	Cflow_Lag	DeltaCholding	DeltaCholding_Lag	Size	Growth
RDEI	1,000							
LNREDE	0,056***	1,000						
Cflow	-0,271***	0,105***	1,000					
Cflow_Lag	-0,220***	0,111***	0,425***	1,000				
DeltaCholding	-0,076***	-0,003	0,139***	0,035***	1,000			
DeltaCholding_Lag	0,004*	-0,006**	0,042***	0,112***	-0,171***	1,000		
Size	-0,328***	0,803***	0,173***	0,168***	-0,003	-0,024***	1,000	
Growth	-0,002	0,050***	0,011***	-0,056***	0,019***	-0,022***	0,057***	1,000

Ghi chú: Bảng này trình bày thống kê tóm tắt và ma trận tương quan từng cặp của các biến được sử dụng trong nghiên cứu. *, **, và *** lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

Bảng 4 chỉ ra tác động ngược chiều của biến Cflow và Cflow_lag đến chi phí NC&PT, điều này có nghĩa là khi dòng tiền hiện tại và dòng tiền kỳ trước tăng, chi phí NC&PT (RDEI) có xu hướng giảm. Do đó, giả thuyết H1 được chấp nhận. Điều này có thể được giải thích bởi thực tế các công ty có dòng tiền dồi dào có thể không cần đầu tư mạnh vào NC&PT hoặc chuyển hướng đầu tư sang các lĩnh vực khác. Ngoài ra, các công ty này có thể đã đạt được mức độ phát triển NC&PT mong muốn. Bên cạnh đó, biến Cflow và Cflow_Lag tương tự như mô hình với biến phụ thuộc là RDEI, đều có hệ số âm và có ý nghĩa thống kê cao, nhưng ảnh hưởng của chúng đến LNREDE mạnh hơn. Những kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Magerakis & cộng sự (2021), cho rằng sau khủng hoảng tài chính, các công ty giữ nhiều tiền mặt thường ưu tiên ổn định tài chính hơn là đầu tư vào NC&PT, nghĩa là khi gặp bất ổn kinh tế, doanh nghiệp có xu hướng bảo toàn tài sản thay vì cam kết vào các khoản đầu tư đổi mới có rủi ro cao, từ đó củng cố mối quan hệ ngược chiều giữa lượng tiền mặt nắm giữ và chi phí NC&PT.

Biến DeltaCholding cũng có hệ số âm và có ý nghĩa thống kê, cho thấy rằng khi công ty tăng lượng tiền mặt nắm giữ, tỷ lệ chi phí NC&PT trên doanh thu có xu hướng giảm. Do đó, giả thuyết H1 được chấp nhận. Kết quả này trái ngược với nghiên cứu của Cui & cộng sự (2019) đã chỉ ra rằng các công ty có dòng tiền dương sẽ có lượng tiền mặt đủ lớn để cung cấp cho quỹ NC&PT và do đó thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

Ngược lại, biến DeltaCholding_lag có hệ số dương và có ý nghĩa thống kê, cho thấy sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt của kỳ trước có tác động tích cực đến chi phí NC&PT hiện tại. Điều này có thể phản ánh việc các công ty sử dụng lượng tiền mặt tăng từ kỳ trước để đầu tư vào các dự án NC&PT mới trong kỳ hiện tại. Biến DeltaCholding và DeltaCholding_Lag đều có hệ số dương và có ý nghĩa thống kê cao, chỉ ra rằng sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt, cả hiện tại và kỳ trước, đều có tác động tích cực đến chi phí NC&PT. Những kết quả này đồng thuận với nghiên cứu của Xu & cộng sự (2023), cho thấy lượng tiền mặt cao có thể làm giảm đầu tư vào NC&PT, đặc biệt ở các công ty ít cạnh tranh hoặc không gặp khó khăn tài chính. Các công ty có dự trữ tiền mặt lớn có thể ít đầu tư vào các hoạt động đổi mới do họ muốn ưu tiên duy trì thanh khoản hoặc tránh các khoản đầu tư rủi ro như NC&PT.

Biến Size có hệ số âm và có ý nghĩa thống kê, cho thấy các công ty lớn hơn có xu hướng đầu tư ít hơn vào NC&PT so với tổng tài sản của họ. Biến Growth có hệ số dương và có ý nghĩa thống kê, cho thấy sự tăng trưởng của công ty có liên quan tích cực đến chi phí NC&PT.

Như vậy, kết quả từ các mô hình hồi quy cho thấy dòng tiền hiện tại và thay đổi trong nắm giữ tiền mặt có ảnh hưởng quan trọng đến chi phí NC&PT của công ty. Cụ thể, dòng tiền hiện tại và kỳ trước có xu hướng giảm đầu tư vào NC&PT, trong khi sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt có tác động tích cực đến chi phí NC&PT. Quy mô công ty và tốc độ tăng trưởng cũng là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến mức độ đầu tư vào NC&PT.

4.4. Kiểm tra tính vững

Tiếp theo, tác giả đánh giá xem kết quả có thay đổi khi sử dụng các

Bảng 4. Hồi quy bình phương tối thiểu nhỏ nhất

Biến	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	RDEI		LNRDE		
Cflow	-0,034*** (0,002)	-0,034*** (0,002)	-0,300*** (0,017)	-0,291*** (0,017)	1,26
Cflow_Lag	-0,019*** (0,001)	-0,019*** (0,001)	-0,134*** (0,017)	-0,125*** (0,017)	1,26
DeltaCholding	-0,029*** (0,003)	-0,029*** (0,003)	0,207*** (0,047)	0,185*** (0,047)	1,05
DeltaCholding_Lag	0,005 (0,003)	0,004 (0,003)	0,542*** (0,047)	0,483*** (0,047)	1,05
Size	-0,006*** (0,000)	-0,006*** (0,000)	0,837*** (0,002)	0,835*** (0,002)	1,05
Growth	0,000*** (0,000)	0,000*** (0,000)	0,001** (0,000)	0,002*** (0,000)	1,01
Constant	0,084*** (0,001)	0,080*** (0,001)	-3,200*** (0,015)	-3,443*** (0,043)	
Giá trị VIF trung bình					1,11
Năm cố định	Không	Có	Không	Có	
Số quan sát	146.696	146.696	146.696	146.696	
R-squared	0,165	0,166	0,646	0,647	

Ghi chú: Sai số chuẩn được trình bày trong ngoặc đơn.

*, ** và *** lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

Bảng 5. Kiểm tra hiệu ứng cố định và hiệu ứng ngẫu nhiên

Biến	RDEI	LNRDE
Kiểm định White's		
Heteroskedasticity	29504,38(0,000)	821,00(0,000)
Skewness	8814,30(0,000)	6256,38(0,000)
Kurtosis	1364,74 (0,000)	1041,82(0,000)
Kiểm định Wooldridge		
	F (1, 16452) = 484,326 Prob > F = 0,0000	F (1, 16449) = 1836,893 Prob > F = 0,0000
Kiểm định Hausman		
	chi2(6) = 2700,34 Prob > chi2 = 0,0000	chi2(6) = 325,23 Prob > chi2 = 0,0000

Bảng 6. Kiểm tra tính vững

Biến	(1)	(2)	(3)	(4)
	FEM		FEM Robust	
	RDEI	LNRDE	RDEI	LNRDE
Cflow	-0,014*** (0,000)	-0,149*** (0,008)	-0,014*** (0,001)	-0,149*** (0,013)
Cflow_Lag	-0,002*** (0,000)	-0,020** (0,008)	-0,002* (0,001)	-0,020* (0,011)
DeltaCholding	-0,046*** (0,001)	-0,472*** (0,020)	-0,046*** (0,002)	-0,472*** (0,024)
DeltaCholding_Lag	-0,021*** (0,001)	-0,238*** (0,020)	-0,022*** (0,002)	-0,238*** (0,023)
Size	-0,015*** (0,000)	0,777*** (0,004)	-0,015*** (0,001)	0,777*** (0,010)
Growth	-0,000*** (0,000)	-0,001*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,001*** (0,000)
Constant	0,159*** (0,001)	-2,667*** (0,035)	0,159*** (0,005)	-2,667*** (0,081)
Số quan sát	146.696	146.696	146.696	146.696
R-squared	0,112	0,228	0,112	0,228
Số doanh nghiệp	20.512	20.512	20.512	20.512

Ghi chú: Các thống kê t được báo cáo trong ngoặc đơn.

*, ** và *** lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

phương pháp ước lượng khác nhau. Ban đầu, tác giả sử dụng hồi quy bình phương tối thiểu (OLS) với các biến giả cho từng công ty để ước tính mô hình (1) đồng thời thực hiện các kiểm định về các vấn đề có thể tồn tại của mô hình.

Bảng 5 cho thấy kiểm định White, Wooldridge có giá trị $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ như vậy, mô hình có hiện tượng tự tương quan và phương sai sai số thay đổi. Do đó, nghiên cứu sử dụng mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) để thay thế mô hình OLS. Kết quả kiểm định Hausman cho thấy mô hình FEM phù hợp hơn mô hình REM. Vì vậy, tác giả tiếp tục sử dụng mô hình tác động cố định với điều chỉnh sai số FEM robust để khắc phục các vấn đề về hiện tượng tự tương quan và phương sai sai số thay đổi của mô hình.

Bảng 6 cho thấy kết quả hồi quy từ những cách đo lường khác nhau của chi phí NC&PT và các phương pháp hồi quy thay thế, bao gồm FEM và FEM robust đều nhất quán với các kết quả hồi quy ở Bảng 4, cho thấy tác động của mức tiền mặt nắm giữ đến chi phí NC&PT, được đo lường bởi RDEI và LNRDE khi sử dụng các phương pháp hồi quy khác nhau là vững chắc và đáng tin cậy.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đánh giá tác động của mức nắm giữ tiền mặt đến chi phí NC&PT của các doanh nghiệp toàn cầu. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ 20.512 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trong cơ sở dữ liệu Compustat giai đoạn 2009-2023, với tổng số 146.696 quan sát theo năm. Tác giả áp dụng các phương pháp hồi quy Pooled OLS, FEM và FEM robust để đánh giá tính vững của mô hình. Kết quả chỉ ra rằng dòng tiền hiện tại và kỳ trước có ảnh hưởng tiêu cực đến chi phí NC&PT, trong khi sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt có tác động tích cực, cho thấy các công ty sử dụng nguồn lực tài chính một cách thận trọng để phân bổ cho hoạt động NC&PT. Đồng thời, các yếu tố như quy mô công ty và tốc độ tăng trưởng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định mức độ đầu tư vào NC&PT. Những phát hiện này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về mối liên hệ giữa tài chính và chiến lược NC&PT, đồng thời góp phần vào việc xây dựng các chính sách tài chính hiệu quả hơn trong doanh nghiệp.

5.2. Khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy mức nắm giữ tiền mặt cao có thể dẫn đến việc giảm chi phí đầu tư vào NC&PT, điều này có thể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh và phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp cần thận trọng trong việc quản lý dòng tiền, đặc biệt là dòng tiền hiện tại và kỳ trước và cần nhắc việc duy trì một tỷ lệ đầu tư vào NC&PT hợp lý ngay cả khi có dòng tiền mặt dồi dào.

Sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt hiện tại theo chiều tăng lên có thể làm giảm tỷ lệ chi phí NC&PT so với doanh thu, nhưng tăng tổng mức đầu tư vào NC&PT. Vì vậy, các doanh nghiệp cũng cần xem xét việc sử dụng tiền mặt dư thừa để đầu tư vào các dự án NC&PT có tiềm năng mang lại giá trị dài hạn, đồng thời quản lý tỷ lệ này chặt chẽ để không ảnh hưởng đến sự ổn định tài chính.

Nhà đầu tư nên quan tâm đến chiến lược đầu tư NC&PT của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có dòng tiền mạnh nhưng đầu tư ít vào NC&PT có thể có chiến lược phát triển thận trọng, nhưng điều này cũng có thể hạn chế tiềm năng tăng trưởng trong tương lai. Nhà đầu tư cần đánh giá cân đối giữa sự ổn định tài chính và khả năng đổi mới của doanh nghiệp trước khi ra quyết định đầu tư. Sự thay đổi trong nắm giữ tiền mặt và cách sử dụng nguồn tài nguyên này có thể là chỉ báo về khả năng quản lý tài chính và chiến lược dài hạn của doanh nghiệp.

Việc doanh nghiệp giảm đầu tư vào NC&PT có thể ảnh hưởng đến khả năng phát triển và đổi mới của nền kinh tế. Do đó, cần có chính sách khuyến khích doanh nghiệp duy trì và gia tăng đầu tư vào NC&PT để thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Các cơ quan chức năng có thể đưa ra các biện pháp hỗ trợ như ưu đãi thuế hoặc các chương trình hỗ trợ tài chính để khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào NC&PT, đặc biệt trong những lĩnh vực có tiềm năng phát triển cao nhưng yêu cầu vốn đầu tư lớn.

Tài liệu tham khảo

- Anderson, R.C., & Reeb, D.M. (2003), 'Founding-family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500', *The Journal of Finance*, 58(3), 1301-1328.
- Baldi, G., & Bodmer, A. (2018), 'R&D investments and corporate cash holdings', *Economics of Innovation and New Technology*, 27(7), 594-610. doi:10.1080/10438599.2017.1378191.
- Baltagi, B.H. (2005), *Econometric Analysis of Panel Data*, John Wiley & Sons.
- Beladi, H., Deng, J., & Hu, M. (2021), 'Cash flow uncertainty, financial constraints and R&D investment', *International Review of Financial Analysis*, 76, 101785, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101785>.
- Brahmana, R.K., Setiawan, D., Kontesa, M., & Soo, L. (2023), 'Cash Holdings and R&D Intensity with Different Controlling Shareholders', *Journal of Indonesian Economy and Business*, 38(1), 43-61, doi: <https://doi.org/10.22146/jieb.v38i1.3981>.
- Brown, J.R., & Petersen, B.C. (2010), 'Cash Holdings and R&D Smoothing', *Journal of Corporate Finance*, 17(3), 694-709.
- Brown, J.R., Martinsson, G., & Petersen, B.C. (2012), 'Do financing constraints matter for R&D?', *European Economic Review*, 56(8), 1512-1529, doi: <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2012.07.007>.
- Cleary, S., Povel, P., & Raith, M. (2007), 'The U-Shaped Investment Curve: Theory and Evidence', *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 42(1), 1 - 40.
- Cui, Y.G., Jiang, X.W., & Qi, Y. (2019), 'Cash flow uncertainty, R&D investment and firm value', *Mathematical Statistics and Management*, 38(3), 495-505.
- Deloof, M. (2003), 'Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?', *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(3-4), 573-588, doi: <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00008>.
- Fang, V.W., Noe, T.H., & Tice, S. (2009), 'Stock market liquidity and firm value', *Journal of Financial Economics*, 94(1), 150-169, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.08.007>.
- Freimane, R., & Bāliņa, S. (2016), 'Research and Development Expenditures and Economic Growth in the EU: A Panel Data Analysis', *Economics and Business*, 29(1), 5-11, doi: <https://doi.org/10.1515/eb-2016-0016>.
- García-Teruel, P., & Solano, P. (2007), 'Effects of Working Capital Management on SME Profitability', *International Journal of Managerial Finance*, 3, 164-177, doi: <https://doi.org/10.1108/17439130710738718>.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010), *Multivariate data analysis*, Pearson Prentice Hall.
- He, Z., & Wintoki, M.B. (2016), 'The cost of innovation: R&D and high cash holdings in U.S. firms', *Journal of Corporate Finance*, 41, 280-303, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2016.10.006>.
- Keynes, J.M. (2018), *The general theory of employment, interest, and money*, Palgrave Macmillan Cham, doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-70344-2>.
- Kim, H., & Park, S. (2012), 'The Relation between Cash Holdings and R&D Expenditures According to Ownership Structure', *Eurasian Economic Review*, 2(2), 25-42, doi: <https://doi.org/10.14208/bf03353811>.
- Khan, A.S. (2024), 'Leverage target and R&D spending', *Review of Financial Economics*, 42(1), 93-105, doi: <https://doi.org/10.1002/rfe.1189>.
- Lee, K., & Roh, T. (2020), 'Proactive divestiture and business innovation: R&D input and output performance', *Sustainability*, 12(9), 3874, DOI: <https://doi.org/10.3390/su12093874>.
- Lewellyn, K.B., & Bao, R.S. (2021), 'R&D investment around the world: Effects of ownership and performance-based cultural contexts', *Thunderbird International Business Review*, 63(2), 217-233, doi: <https://doi.org/10.1002/tie.22187>.
- Ma, L., Mello, A. S., & Wu, Y. (2013), 'Industry competition, winner's advantage, and cash holdings', Working paper, University of Wisconsin-Madison.
- Magerakis, E., Gkillas, K., Floros, C., & Peppas, G. (2021), 'Corporate R&D intensity and high cash holdings: post-crisis analysis', *Operational Research*, 22, doi: <https://doi.org/10.1007/s12351-021-00660-3>.
- Opler, T. (1999), 'The determinants and implications of corporate cash holdings', *Journal of Financial Economics*, 52(1), 3-46, doi: [https://doi.org/10.1016/s0304-405x\(99\)00003-3](https://doi.org/10.1016/s0304-405x(99)00003-3).

-
- Osma, B. G., & Young, S. (2009), 'R&D Expenditure and Earnings Targets', *European Accounting Review*, 18(1), 7–32, doi: <https://doi.org/10.1080/09638180802016718>.
- Pazarzi, G., & Sorros, J. (2018), 'The effect of R&D expenses on earnings and market value', *Journal of Economics and Business*, 68(2/3), 39–47.
- Rahman, Md. M., & Howlader, Md. S. (2022), 'The impact of research and development expenditure on firm performance and firm value: Evidence from a South Asian emerging economy', *Journal of Applied Accounting Research*, 23(4), 825–845, doi: <https://doi.org/10.1108/JAAR-07-2021-0196>.
- Shah, S.Z.A., Stark, A.W., & Akbar, S. (2008), 'Firm size, sector and market valuation of R&D expenditures', *Applied Financial Economics Letters*, 4(2), 87–91, doi: <https://doi.org/10.1080/17446540701537756>.
- Tran, Q.T. (2019), 'Independent directors and corporate investment: evidence from an emerging market', *Journal of Economics and Development*, 21(1), 30–41, doi: <https://doi.org/10.1108/JED-06-2019-0008>.
- Usman, M., Abid, A., Shaique, M., & Shaikh, S. A. (2018), 'R&D Investment, Terrorism and Firm Market Performance', *Market Forces*, 13(1), <https://kiet.edu.pk/marketforces/index.php/marketforces/article/view/353>.
- Wang, Z., Wei, K., & Zhang, W. (2014), 'The bright side of cash holdings: innovation efficiency', *27th Australasian Finance and Banking Conference*, The Institute of Global Finance, Sydney, Australia.
- Wooldridge, J.M. (2015), *Introductory Econometrics: A Modern Approach*, South-Western, Cengage Learning.
- Xu, Y., Li, T., Liu, Z., & Ding, Z. (2023), 'Does cash drive innovation? The relationship between cash holdings and firms' dual innovation performance', *Journal of Data, Information and Management/Journal of Data, Information and Management*, 5(4), 267–280, doi: <https://doi.org/10.1007/s42488-023-00103-y>.
- Zhao, Y. (2017), 'Research on the relationship between Rad Investment and Cash Holdings of Enterprises', *Proceedings of the 2017 4th International Conference on Education, Management and Computing Technology (ICEMCT 2017)* [Preprint]. doi:10.2991/icemct-17.2017.327.
- Zouari, G., & Zouari-Hadji, R. (2015), 'Directors' board, R&D investment and firm's performance: Evidence from France', *Corporate Board Role Duties and Composition*, 11(1), 107–122, doi: <https://doi.org/10.22495/cbv11i1clart3>.

TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN TÍNH THẬN TRỌNG TRONG KẾ TOÁN TẠI CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TẠI VIỆT NAM

Ngô Nhật Phương Diễm
Trường Đại học Tài chính – Marketing
Email: ngodiem@ufm.edu.vn

Mã bài: JED-1802
Ngày nhận bài: 09/06/2024
Ngày nhận bài sửa: 21/08/2024
Ngày duyệt đăng: 27/12/2024
DOI: 10.33301/JED.VI.1802

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích tác động của các đặc điểm thuộc quản trị công ty đến tính thận trọng trong kế toán tại 327 công ty niêm yết Việt Nam trong giai đoạn 2015 đến 2022. Nghiên cứu sử dụng hồi quy đa biến thông qua mô hình ảnh hưởng cố định (FEM) đã thừa nhận: các đặc điểm thuộc quản trị công ty như quy mô hội đồng quản trị, tính độc lập của hội đồng quản trị, thành viên nữ hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm hai chức danh, chất lượng kiểm toán có mối tương quan cùng chiều và có ý nghĩa đến tính thận trọng trong kế toán. Ngoài ra, nghiên cứu không tìm thấy bằng chứng thể hiện cơ cấu sở hữu (sở hữu quản lý và sở hữu nước ngoài) không có tương quan với thận trọng kế toán. Đồng thời, nghiên cứu cũng đề xuất hàm ý với các công ty niêm yết nên quan tâm cải thiện hiệu quả quản trị công ty vì đây là nền tảng cơ bản quan trọng tạo tiền đề để công ty phát triển bền vững.

Từ khóa: Hội đồng quản trị, quản trị công ty, tính thận trọng trong kế toán, Việt Nam.

Mã JEL: G34, M41, M43, M44.

Does corporate governance affect accounting conservatism? Empirical evidence from Vietnam

Abstract

This study aims to analyze the impact of corporate governance characteristics on accounting conservatism at 327 Vietnamese listed companies from 2015 to 2022. The research using multivariate regression through a fixed effect model (FEM) has demonstrated: characteristics of corporate governance such as board size, the independence of the Board of Directors, the Female members of the Board of Directors, CEO Duality, and audit are positively and significantly correlated with accounting conservatism. In addition, the study did not find evidence that ownership structure (managerial ownership and foreign ownership) is not correlated with accounting conservatism. At the same time, the study also suggests that listed companies should focus on improving corporate governance efficiency because this is the foundation for the company to develop sustainably.

Keywords: Accounting conservatism, corporate governance, Board of directors, Vietnam.

JEL Codes: G34, M41, M43, M44

1. Đặt vấn đề

Lợi nhuận là một trong những chỉ tiêu được nhà đầu tư quan tâm khi thực hiện các quyết định đầu tư (Alhayati, 2013) và chỉ tiêu lợi nhuận phải được báo cáo phù hợp với các chế độ và chính sách kế toán tại mỗi quốc gia. Trong đó, thận trọng là một nguyên tắc kế toán được sử dụng để lập và trình bày báo cáo tài chính trung thực - hợp lý và là yếu tố tạo nên chất lượng báo cáo tài chính (BCTC) (El-Habashy, 2019) và nguyên tắc thận trọng cũng là một căn cứ để những người tham gia trên thị trường sử dụng để đo lường thu nhập (Shen & cộng sự 2021). Nguyên tắc thận trọng yêu cầu chi phí, các khoản lỗ được ghi nhận ngay khi được dự kiến trong khi chỉ được ghi nhận những khoản thu nhập, khoản lãi khi có đủ bằng chứng tin cậy. Do đó, nguyên tắc thận trọng nếu không được áp dụng đúng theo quy định thì thông tin trên BCTC sẽ bị ảnh hưởng (Ruch & Taylor, 2015). Trong khi đó, Fama & Jensen (1983) cho rằng việc sử dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán khi lập BCTC đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc ký kết hợp đồng. Do đó, quản trị công ty (QTCT) hiệu quả cùng với áp dụng nguyên tắc thận trọng cao là một nhân tố góp phần cải thiện chất lượng BCTC. Ahmed & Duellman (2007) cho rằng thận trọng cao làm giảm chi phí kiện tụng, đưa ra các quyết định đúng đắn, giảm bất cân xứng thông tin và cũng làm giảm hành vi cơ hội của nhà quản lý (NQL). Hơn nữa, nguyên tắc thận trọng trong kế toán được đánh giá là một công cụ hữu ích trong việc giám sát hành vi điều chỉnh lợi nhuận của các giám đốc điều hành (Sharma & Kaur, 2021).

Hơn 20 năm qua có khá nhiều nghiên cứu về mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán tại các doanh nghiệp cũng như nhiều nghiên cứu về tác động của QTCT đến tính thận trọng trong kế toán nhưng kết quả chưa có sự thống nhất. Cụ thể như quyền sở hữu tổ chức có tác động tích cực đến mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán (Xia & Zhu, 2009; Alkurdi & cộng sự, 2017) trong khi nghiên cứu khác thì thừa nhận quyền sở hữu tổ chức có tương quan ngược chiều thận trọng kế toán (Risdiyani & Kusmuriyanto, 2015) còn Brilianti, 2013 và Pratanda & Kusmuriyanto (2014) không tìm thấy tác động của sở hữu tổ chức đến tính thận trọng trong kế toán. Thành viên độc lập của hội đồng quản trị (HĐQT) tác động tích cực đến tính thận trọng trong kế toán (Pratanda & Kusmuriyanto, 2014; Mohammed & cộng sự (2017) nhưng Risdiyani & Kusmuriyanto (2015) và Limantauw (2012) trong nghiên cứu của mình chưa thừa nhận mối tương quan của tính độc lập HĐQT đến tính thận trọng trong kế toán. Ngoài ra, một số nghiên cứu thừa nhận tỷ lệ sở hữu quản lý càng cao thì mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán càng lớn hay sở hữu quản lý có tác động tích cực đến áp dụng nguyên tắc thận trọng (Pratanda & Kusmuriyanto, 2014; Dewi & Suryanawa, 2014), nhưng nghiên cứu khác phát hiện mối tương quan ngược chiều giữa sở hữu quản lý và tính thận trọng trong kế toán (Limantauw, 2012; Brilianti, 2013) hay chưa tìm thấy bằng chứng tác động của sở hữu quản lý đến tính thận trọng trong kế toán (Risdiyani & Kusmuriyanto, 2015). Kết quả giữa các nghiên cứu không có sự nhất quán nên có thể có những biến số khác ảnh hưởng đến tác động giữa cơ chế QTCT đến thận trọng trong kế toán. Vì vậy, tác giả thực hiện nghiên cứu này nhằm xem xét liệu rằng các đặc điểm thuộc QTCT (như quy mô HĐQT, tính độc lập HĐQT, thành viên nữ trong HĐQT, kiêm nhiệm hai chức danh, sở hữu nước ngoài, sở hữu quản lý và chất lượng kiểm toán) tác động đến tính thận trọng trong kế toán tại Việt Nam có khác biệt với các nghiên cứu trước đây hay không? Đồng thời nghiên cứu cũng đóng góp thêm bằng chứng tin cậy cho thấy mối tương quan giữa các đặc điểm QTCT và tính thận trọng trong kế toán. Từ đó đề xuất các hàm ý liên quan giúp cho các công ty niêm yết nâng cao hiệu quả QTCT để phát triển bền vững.

Ngoài phần mở đầu, phần tiếp theo của bài viết đề cập đến cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu, phần thứ ba liên quan đến phương pháp nghiên cứu, kế đến đề cập kết quả và thảo luận. Cuối cùng là kết luận, hàm ý quản trị.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

QTCT là một công cụ duy trì hoạt động kế toán thận trọng và giảm thiểu các vấn đề đại diện. Cơ chế QTCT hiệu quả sẽ thực hiện vai trò giám sát đối với NQL tốt hơn và làm tăng yêu cầu về tính thận trọng trong kế toán. QTCT được coi là yếu tố quyết định chất lượng BCTC ở các nước mới nổi (El - Habashy, 2019). Ví dụ, thành viên độc lập HĐQT có thể tăng cường giám sát hoạt động của NQL và giúp NQL có những quyết định thận trọng hơn đối với việc lập BCTC (Nasr & Ntim 2018; Mohammed & cộng sự, 2017). QTCT có thể tăng cường tính thận trọng trong kế toán (García Lara & cộng sự, 2009). Lim (2011) thừa nhận các đặc điểm QTCT có mối tương quan cùng chiều với mức độ thận trọng ở các đơn vị tại Mỹ và Úc. Thận trọng trong kế toán có thể xem là một yếu tố làm giảm sự xung đột lợi ích giữa các đại diện (El-

Habashy, 2004). Nhưng một số nghiên cứu khác cho thấy các đặc điểm của QTCT như quy mô HĐQT, sự kiêm nhiệm hai chức danh, sở hữu tổ chức, sở hữu quản lý có thể làm giảm mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán (Nasr & Ntim, 2018; Lin, 2016). Đồng thời, Watts (2003) cho rằng để hạn chế kế hoạch bồi thường cho NQL thì nguyên tắc thận trọng trong kế toán là một lựa chọn tốt.

Thận trọng kế toán là một xuất hiện khá lâu và có lẽ là nguyên tắc phổ biến nhất trong định giá kế toán (Sterling, 1967). Basu (1997) định nghĩa thận trọng trong kế toán là xu hướng yêu cầu xác minh cao hơn để ghi nhận thông tin tốt (lợi nhuận) so với ghi nhận thông tin xấu (tổn thất hoặc chi phí). Hay như Ủy ban chuẩn mực kế toán quốc tế (IASB, 1989) giải thích thận trọng trong kế toán là một mức độ thận trọng trong việc đưa ra các ước tính cần thiết trong điều kiện không chắc chắn như tài sản và thu nhập không được đánh giá quá cao và các khoản nợ, chi phí không được đánh giá quá thấp. Sau một thời gian dài IASB đưa nguyên tắc thận trọng ra khỏi khung khái niệm từ năm 2010 thì trong năm 2018, IASB (2018) nguyên tắc thận trọng đã được làm rõ trong việc đo lường, xác định giá trị trong điều kiện không chắc chắn. Tại Việt Nam, theo chuẩn mực chung VAS 01 định nghĩa thận trọng là một trong những nguyên tắc kế toán cơ bản, thận trọng là việc xem xét, cân nhắc, phán đoán cần thiết để lập các ước tính kế toán trong các điều kiện không chắc chắn. Như vậy, thực hiện nguyên tắc thận trọng tại Việt Nam đồng nhất với quan điểm về khuôn khổ lập và trình bày báo cáo tài chính của IASB tồn tại từ năm 1989 đến nay.

2.1. Quy mô hội đồng quản trị và tính thận trọng trong kế toán

Lý thuyết đại diện cho rằng HĐQT được kỳ vọng có thể làm giảm xung đột đại diện thông qua việc yêu cầu áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán. Các công ty có một HĐQT lớn mạnh thì yêu cầu mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng cao hơn các công ty có HĐQT yếu kém (García Lara & cộng sự, 2007; Nguyen & cộng sự, 2023). Hơn nữa, lý thuyết tín hiệu cho rằng HĐQT lớn hơn sẽ phát những tín hiệu tích cực hấp dẫn các nhà đầu tư (Ahmed & Duellman, 2007). HĐQT nhiều thành viên với tính đa dạng về chuyên môn giúp nâng cao hiệu quả giám sát, tăng thận trọng kế toán, đặc biệt là chất lượng BCTC (Ahmed & Henry, 2012; Ebrahim & Fattah, 2015). Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác thì không thừa nhận tác động của quy mô HĐQT đến tính thận trọng trong kế toán (Ahmed & Duellman, 2007; Elshandidy & Hassanein, 2014). Như vậy, các nghiên cứu thừa nhận 2 quan điểm khác nhau nhưng căn cứ vào lý thuyết đại diện, lý thuyết tín hiệu, giả thuyết được đề xuất:

H1: Quy mô HĐQT gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.2. Tính độc lập của HĐQT và tính thận trọng trong kế toán

Fama (1980) cho rằng thành viên độc lập trong HĐQT làm giảm các vấn đề đại diện, gia tăng hiệu quả giám sát. Mohammed & cộng sự (2017) thừa nhận các thành viên bên ngoài có thể có nhiều kinh nghiệm về lập và trình bày BCTC, và họ cũng nhận ra tầm quan trọng nguyên tắc thận trọng đối với chất lượng BCTC. Vì vậy, có nhiều nghiên cứu tiết lộ tính độc lập của HĐQT hạn chế NQL thực hiện các hoạt động ảnh hưởng đến lợi nhuận, và yêu cầu một BCTC thận trọng hơn (Mohammed & cộng sự, 2017; Nasr & Ntim, 2018; Nguyen & cộng sự, 2023). Không cùng quan điểm trên, Lim (2011) và García Lara & cộng sự (2007) cho rằng không có tác động đáng kể giữa HĐQT độc lập đến tính thận trọng trong kế toán. Tác giả cho rằng các giám đốc không điều hành có khả năng gây áp lực lên các NQL để gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán nên đề xuất giả thuyết:

H2: Tính độc lập của HĐQT gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.3. Sự kiêm nhiệm hai chức danh và tính thận trọng trong kế toán

Lý thuyết đại diện cho rằng giám đốc điều hành kiêm nhiệm chủ tịch HĐQT làm giảm hiệu quả giám sát, tăng xung đột lợi ích và cũng tăng bất cân xứng thông tin. Có quan điểm cho rằng việc kiêm nhiệm hai chức danh có tác động tích cực và ý nghĩa đến tính thận trọng trong kế toán (Chi & cộng sự 2009) nhưng quan điểm khác thì thừa nhận không có sự tác động giữa kiêm nhiệm hai chức danh với tính thận trọng trong kế toán (Ahmed & Duellman, 2007; Ahmed & Henry, 2012; Nasr & Ntim, 2018; Lim, 2011; Elshandidy & Hassanein, 2014). Tuy nhiên, tác giả theo quan điểm của lý thuyết đại diện nên đề xuất giả thuyết:

H3: Sự kiêm nhiệm hai chức danh làm giảm mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.4. Thành viên nữ trong HĐQT và tính thận trọng trong kế toán

Sự đa dạng về giới tính trong HĐQT được xem là một trong những vấn đề quản trị quan trọng nhất (Huse,

2018). Việc thiếu vắng phụ nữ trong HĐQT ngày càng nhận được quan tâm của các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách (Ararat & Yurtoglu, 2021). Sự đa dạng về giới tính được coi là một đặc điểm cơ bản của một HĐQT thành công (Alves, 2023). Đó là do nữ giới độc lập hơn (Adams & Ferreira, 2009), giám sát siêng năng hơn (Ararat & Yurtoglu, 2021), ít tự tin thái quá (Chen & cộng sự, 2019). Do đó một số nghiên cứu thừa nhận thành viên nữ trong HĐQT làm gia tăng thận trọng kế toán (Arun & cộng sự, 2015; Ho & cộng sự, 2015; García-Sánchez & cộng sự, 2017; Makhoul & cộng sự, 2018). Vì vậy:

H4: Thành viên nữ trong HĐQT làm gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.5. Sở hữu nước ngoài và tính thận trọng trong kế toán

Lý thuyết đại diện cho rằng các cổ đông nước ngoài có động cơ và chuyên môn mạnh mẽ hơn để giám sát độc lập nhằm bảo toàn tài sản và giảm chi phí giám sát (Khanna & Palepu's, 2000). An (2015) cho rằng quyền sở hữu nước ngoài tác động đến chất lượng BCTC thông qua sử dụng nguyên tắc thận trọng. Đồng thời, Choi & cộng sự (2011) thừa nhận nhà đầu tư nước ngoài nâng cao trách nhiệm giải trình trong quản lý thông qua hiệu quả giám sát bên ngoài. Như vậy có mối tương quan tích cực và đáng kể giữa sở hữu nước ngoài và tính thận trọng trong kế toán (An, 2015; Alkurdi & cộng sự, 2017). Do đó, giả thuyết H5 là:

H5: Sở hữu nước ngoài làm gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.6. Sở hữu quản lý và tính thận trọng trong kế toán

Lý thuyết đại diện cho rằng NQL có tỷ lệ sở hữu cao sẽ tham gia nhiều hơn vào hoạt động công ty, tuân thủ nguyên tắc thận trọng để phát triển bền vững. Các nghiên cứu thừa nhận quyền sở hữu quản lý có tương quan cùng chiều với tính thận trọng trong kế toán (Pratanda & Kusmuriyanto, 2014; Dewi & Suryanawa, 2014; Pambudi, 2017). Alkordi & cộng sự (2017) thừa nhận mức độ sở hữu quản lý cao dẫn đến việc các NQL tuân thủ các nguyên tắc thận trọng trong kế toán để nâng cao giá trị cổ phiếu công ty và giành được sự tin tưởng của các nhà đầu tư. Tuy nhiên, các nghiên cứu khác cho rằng sở hữu quản lý có tác động tiêu cực đến tính thận trọng trong kế toán (Cullinan & cộng sự, 2012; Mohammed & cộng sự, 2017; Sugiarto & Fachrurrozi, 2018; Liu, 2019). Mặc dù có hai quan điểm trái ngược nhau nhưng tác giả ủng hộ quan điểm cho rằng NQL có tỷ lệ sở hữu cao quan tâm nhiều về vấn đề phát triển bền vững của đơn vị, quan tâm đến chất lượng BCTC nên quan tâm nguyên tắc thận trọng. Do đó, giả thuyết H6 là:

H6: Sở hữu quản lý làm gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

2.7. Chất lượng kiểm toán và tính thận trọng trong kế toán

Chất lượng kiểm toán được coi là cơ chế QTCT bên ngoài. Các công ty kiểm toán thuộc Big4 đại diện cho chất lượng kiểm toán (El - Habashy, 2019). Khurana & Raman (2004) cho rằng kiểm toán viên của Big4 cung cấp sự đảm bảo và độ tin cậy với BCTC nhiều hơn. Mức độ thận trọng và liêm chính của các công ty thuộc Big4 khiến họ phải lựa chọn các phương án kế toán thận trọng để tự bảo vệ mình. Mohammed & cộng sự (2017) đã tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa chất lượng kiểm toán với tính thận trọng trong kế toán. Đồng thuận với quan điểm đó, El - Habashy, (2019) thừa nhận chất lượng kiểm toán có tác động tích cực và ý nghĩa đến kế toán thận trọng. Do đó, giả thuyết được đề xuất:

H7: Chất lượng kiểm toán làm gia tăng mức độ áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu của toàn bộ công ty phi tài chính niêm yết trên hai sàn HOSE và HNX trong giai đoạn 2015 đến 2022 thông qua các báo cáo tài chính và báo cáo thường niên được công khai trên trang web (Vietstock.vn). Dữ liệu thu thập ban đầu được lưu trữ trong bảng tính excel và sau đó, tác giả tiến hành loại trừ bớt những công ty: (1) thiếu dữ liệu về đặc điểm HĐQT; (2) công ty thiếu thông tin liên quan đến tính toán các biến còn lại trong mô hình nghiên cứu. Sau khi loại trừ các công ty không đủ dữ liệu, mẫu cuối cùng còn lại là 327 công ty trong thời gian 8 năm (từ năm 2015 đến năm 2022) nên tổng số quan sát là 2.616.

3.2. Đo lường biến

Tính thận trọng trong kế toán có thể được đo lường theo giá trị thị trường (Beaver & Ryan, 2000); đo theo dồn tích (Givoly & Hayn, 2000) hay đo lường dựa trên tính kịp thời bất đối xứng của thước đo thu nhập được ước tính tích lũy qua nhiều năm (Basu, 1997). Amed & Duellman (2007) cho rằng đo lường thận trọng kế toán dựa trên dồn tích không bị ảnh hưởng bởi các đặc lợi kinh tế trong tương lai hoặc các cơ hội

tăng trưởng. Do đó, biến phụ thuộc trong nghiên cứu này được đo lường trên cơ sở dồn tích theo nghiên cứu Amed & Duellman (2007) được cải tiến từ mô hình gốc của Givoly & cộng sự (2007) với quan điểm công ty áp dụng nguyên tắc thận trọng càng cao thì tạo ra các khoản dồn tích âm càng lớn. Đồng thời, để thuận tiện cho việc đánh giá, tác giả nhân thêm với (-1) thì giá trị dồn tích càng lớn hơn 0 thì công ty càng thận trọng trong xử lý kế toán hay tính thận trọng trong kế toán càng cao (El-habashy, 2019; Nasr & Ntim, 2018).

Với mục tiêu tăng độ tin cậy và tránh các sai lệch có thể xảy ra do còn nhiều nhân tố có thể tác động đến tính thận trọng trong kế toán nên nghiên cứu này sử dụng đòn bẩy tài chính và quy mô công ty làm biến kiểm soát. Theo quan điểm của lý thuyết đại diện thì các công ty có cấu trúc vốn nghiêng nhiều về nợ thì rủi ro kinh doanh tiềm ẩn rất cao, xung đột lợi ích giữa chủ nợ và chủ sở hữu khả năng rất cao nên NQL mong muốn giảm xung đột lợi ích thông qua công cụ kế toán thận trọng (Ahmed & Duellman, 2007). Đồng thời, NQL tại các công ty có quy mô lớn để tránh tổn thất chính trị có thể xảy ra nên có thể thận trọng hơn trong các báo cáo (El – Habashy, 2019). Do đó, đo lường các biến được khái quát tại Bảng 1.

Bảng 1: Đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Ký hiệu biến	Tên biến	Đo lường	Căn cứ
Biến phụ thuộc			
CONACC	Tính thận trọng trong kế toán	CONACC =(-1) * (IN _{it} +DEP _{it} – OCF _{it})/Tait NI: Lợi nhuận trước thuế và các khoản bất thường; DEP chi phí khấu hao; OCF: dòng tiền từ HĐKD	Ahmed & Duellman (2007)
Biến độc lập			
BDSIE	Quy mô hội đồng quản trị	Số lượng thành viên trong HĐQT	El – Habashy (2019), Mohammed & cộng sự (2017)
BDIND	Tỷ lệ thành viên độc lập	Số lượng thành viên độc lập/Tổng số lượng thành viên HĐQT	El – Habashy (2019), Mohammed & cộng sự (2017)
DUAL	Kiểm nhiệm hai chức danh	Chủ tịch HĐQT kiêm nhiệm CEO, biến giả nhận giá trị là 1 nếu kiêm nhiệm hai chức danh ngược lại nhận giá trị bằng 0	El – Habashy (2019), Mohammed & cộng sự (2017)
FOROWN	Sở hữu nước ngoài	Số lượng cổ phiếu nắm giữ bởi các người nước ngoài/ tổng số lượng cổ phiếu lưu hành	El – Habashy (2019), Hajawiyah & cộng sự (2020)
MANOWN	Sở hữu quản lý	Số lượng cổ phiếu nắm giữ bởi nhà quản lý/Tổng số lượng cổ phiếu lưu hành.	El – Habashy (2019), Hajawiyah & cộng sự (2020)
BIG 4	Chất lượng kiểm toán	Biến giả, nhận giá trị là 1 nếu công ty được kiểm toán bởi Big4 và ngược lại.	El – Habashy (2019)
BDGEN	Thành viên nữ trong HĐQT	Biến giả, nhận giá trị là 1 nếu trong HĐQT có 1 thành viên là nữ ngược lại nhận giá trị bằng 0	Alves (2023)
Biến kiểm soát			
SIZE	Quy mô công ty	Log10(tổng tài sản)	El – Habashy (2019), Hajawiyah & cộng sự (2020)
LEV	Đòn bẩy tài chính	Tổng nợ phải trả/tổng tài sản	El – Habashy (2019), Hajawiyah & cộng sự (2020)

Nguồn: tác giả tổng hợp.

3.3. Mô hình nghiên cứu

Để giải quyết được các giả thuyết đã đề xuất, tác giả căn cứ vào các lý thuyết nền cũng như các nghiên cứu có liên quan đã xây dựng mô hình nghiên cứu dự kiến sau:

$$CONACC_{it} = \alpha_0 + \beta_1 BDSIZE_{it} + \beta_2 BDIND_{it} + \beta_3 DUAL_{it} + \beta_4 FOROWN_{it} + \beta_5 MANOWN_{it} + \beta_6 BDGEN_{it} + \beta_7 BIG4_{it} + \beta_8 SIZE_{it} + \beta_9 LEV_{it} + \epsilon_{it}$$

Trong đó:

- CONACC: Tính thận trọng trong kế toán
- BDSIZE, BDIND, BDGEN, DUAL, FOROWN, MANOWN, BIG4, SIZE, LEV: các biến độc lập và biến kiểm soát trong mô hình
- α_0 là hệ số chặn;
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8, \beta_9$ là các hệ số hồi quy;
- ε_{it} : là sai số.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Dữ liệu tại Bảng 2 cho thấy giá trị trung bình của biến CONACC là -0.0509 nghĩa là các công ty ít thận trọng trong kế toán, ít thận trọng trong lập báo cáo tài chính. Quy mô HĐQT trung bình 5,371 với tối thiểu là 3 thành viên, tối đa là 12 thành viên. Hơn nữa giá trị trung bình tính độc lập của HĐQT là 17.5%. Trong tổng 2.616 quan sát chỉ có 593 quan sát tách biệt vai trò của chủ tịch HĐQT và giám đốc điều hành (chiếm 22,67%). Tương tự chỉ có 784 quan sát (29.98%) được kiểm toán bởi Big4.

Bảng 2: Thống kê mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu

BIẾN	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
CONACC	2.616	-0,0509	0,1608	-1,5169	3,2636
LEV	2.616	0,4939	0,2303	0,0006	1,294471
SIZE	2.616	11,968	0,7472	9,4128	14,4105
FOROWN	2.616	6,72	11,07	0	48.3
BDIN	2.616	0,175	0,1639	0	0,6667
BDSIZE	2.616	5,371	1,1905	3	12
MANOWN	2.616	14,927	17,246	2,47	83,89

BDGEN	Tần suất	Phần trăm	DUAL	Tần suất	Phần trăm	BIG4	Tần suất	Tỷ lệ
0	1.951	74,58%	0	2.023	77,33%	0	1.831	70,02%
1	665	25,42%	1	593	22,67%	1	784	29,98%
Tổng	2.616	100%	Tổng	2.616	100%	Tổng	2.616	100%

Nguồn: Trích xử lý dữ liệu từ phần mềm Stata 16.

4.2. Các kiểm định liên quan

Hệ số tương quan tại Bảng 3 đều nhỏ hơn 0,4 ngoại trừ mối quan hệ giữa biến sở hữu quản lý và sở hữu nước ngoài là có hệ số là 0.604 nên kết luận không có sự tương quan chặt chẽ giữa các biến và cũng không tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến ($Vif < 2$).

Bảng 3: Kiểm định tương quan và đa cộng tuyến

	CONAAC	BDSIZE	BDGEN	MAOWN	BDIND	FOROWN	DUAL	LEV	SIZE	BIG4	VIF
CONAAC	1										
BDSIZE	-0,001	1									1,14
BDGEN	0,0334	0,1793	1								1,05
MANOWN	-0,0153	-0,0787	0,0123	1							1,05
BDIND	0,0391	0,0485	0,023	0,0377	1						2
FOROWN	0,0154	0,0354	-0,0205	-0,604	-0,026	1					1,99
DUAL	0,0245	-0,0331	0,0298	0,0424	-0,054	-0,0331	1				1,02
LEV	0,0724	0,0155	-0,0552	0,0147	-0,012	0,0161	0,0007	1			1,15
SIZE	-0,0125	0,286	0,0326	-0,005	0,1506	-0,01	-0,099	0,313	1		1,48
BIG4	0,0374	0,1296	0,1239	-0,041	0,1239	0,0336	-0,049	0,0065	0,3978	1	1,23
Mean VIF											1,34

Nguồn: Xử lý dữ liệu từ phần mềm Stata 16.

4.3. Phân tích hồi quy và biện luận kết quả

Tiếp theo, tác giả tiến hành hồi quy theo các mô hình Pooled OLS, FEM và REM và đồng thời thực hiện

kiểm định tính phù hợp nhằm lựa chọn mô hình thích hợp nhất. Kết quả kiểm định tại Bảng 4 thể hiện mô hình FEM là mô hình phù hợp nhất. Đồng thời, mô hình FEM không có hiện tượng tự tương quan và phương sai của sai số không đổi. Vì vậy mô hình FEM là mô hình phù hợp và có đủ giá trị để dự đoán.

Bảng 4: Kiểm định tính phù hợp của mô hình nghiên cứu

Loại kiểm định	Kết quả	
Kiểm định F	Frob>F	0.000
Kiểm định Breusch and Pagan Lagrangian	Prob>chibar2	0.000
Kiểm định Hausman	Prob>chi2	0.000
Kiểm định phương sai thay đổi	Prob> chi2	0.2174
Kiểm định tự tương quan	Prob>F	0.5075

Nguồn: Xử lý dữ liệu từ phần mềm Stata 16.

Bảng 5: Kết quả hồi quy theo OLS, FEM và REM

CONAAC	POOLED OLS	FEM	REM
	0,000279	-0,000776	0,000235
BDSIZE	(0,1)	(-0.16)	(0,08)
	0,0119	0.0316***	0,0145*
BDGEN	(1,62)	(2,81)	(1,84)
	-0,000148	-0,000548	-0,000178
MANOWN	(-0.58)	(-0.93)	(-0.63)
	0.0443**	0.0793***	0.0503**
BDIND	(2,28)	(2,95)	(2,47)
	0,0000144	-0,000126	0,00000355
FOROWN	(0,09)	(-0.36)	(0,00)
	0,00865	0.0197**	0,0118
DUAL	(1,15)	(2,01)	(1,5)
	0.0676***	0,0696*	0.0690***
LEV	(4,65)	(1,95)	(4,27)
	-0.0153***	-0.0631***	-0.0178***
SIZE	(-3.01)	(-3.51)	(-3.12)
	0.0195**	0.0803***	0.0251***
BIG4	(2,57)	(5,57)	(3,04)
	0,0807	0.637***	0,106*
Hệ số chặn	(1,42)	(3,01)	(1,66)
Số quan sát	2.616	2.616	2.616
R-sq	0,14	0,31	

Giá trị thống kê trong ngoặc đơn

*, **, *** có ý nghĩa lần lượt tại 10%, 5% và 1%

Nguồn: Trích xử lý dữ liệu từ phần mềm Stata 16.

Kết quả hồi quy tại Bảng 5 thừa nhận BDGEN, BDIN, BIG4 và DUAL có tác động tích cực và ý nghĩa đến tính thận trọng trong kế toán. Kết quả nghiên cứu này ủng hộ lý thuyết đại diện khi thừa nhận thành viên độc lập HĐQT làm giảm vấn đề đại diện, làm giảm xung đột lợi ích và kiểm soát NQL gia tăng áp dụng các nguyên tắc thận trọng trong kế toán (Ahmed & Duellman, 2007; Sharma & Kaur, 2021) và đồng thuận với quan điểm HĐQT độc lập gia tăng thận trọng kế toán (Lin & cộng sự, 2012; Mohammed & cộng sự, 2017; Nasr & Ntim, 2018, Nguyen & cộng sự, 2023). Kết quả nghiên cứu này cho thấy các thành viên độc lập có khả năng sử dụng kế toán thận trọng như một kỹ thuật kiểm soát quản lý (Nguyen & cộng sự, 2023). Đồng thời, biến BDGEN có tương quan cùng chiều tại mức ý nghĩa 1% với CONAAC, nghĩa là nữ giới giám sát siêng năng hơn, đạo đức hơn (Ararat & Yurtoglu, 2021) nên giám sát tốt NQL, gia tăng áp dụng kế toán thận trọng (Arun & cộng sự, 2015; Ho & cộng sự, 2015; Garcia-Sánchez & cộng sự, 2017; Makhlof & cộng sự, 2018). Hơn nữa, nghiên cứu cũng thừa nhận đơn vị được kiểm toán bởi Big4 làm gia tăng kế toán thận trọng. Kết quả này đồng thuận với quan điểm của (Mohammed & cộng sự, 2017; El – Habashy, 2019), cũng như ủng hộ lý thuyết đại diện khi cho rằng chất lượng kiểm toán là cơ chế giám sát bên ngoài, giám sát hiệu

quả hoạt động của NQL và giúp cho NQL thận trọng hơn trong các xử lý kế toán, BCTC tin cậy hơn. Tuy nhiên, kết quả này lại cung cấp bằng chứng thể hiện sự kiêm nhiệm hai chức danh chủ tịch HĐQT và giám đốc điều hành có mối tương quan tích cực đến kế toán thận trọng. Mặc dù, nghiên cứu này có kết quả không phù hợp theo quan điểm lý thuyết đại diện nhưng lại có cùng kết quả với Chi & cộng sự (2009). Điều này có thể lý giải theo quan điểm của lý thuyết quản lý đó là giám đốc điều hành kiêm chủ tịch HĐQT thì họ với vai trò vừa là NQL vừa là người đại diện cho chủ sở hữu nên họ sẽ nhận thấy được vai trò của kế toán thận trọng trong việc gia tăng chất lượng BCTC nên tính thận trọng trong kế toán như một công cụ trong việc giám sát hoạt động của NQL.

Đồng thời, quy mô công ty có mối tương quan âm và ý nghĩa với kế toán thận trọng, ngược lại thì công ty có hệ số nợ càng lớn thì kế toán thận trọng càng cao. Kết quả này có nghĩa là công ty có hệ số nợ thì xung đột lợi ích giữa chủ nợ và cổ đông cao, khả năng công ty bị rủi ro tài chính lớn nên kế toán thận trọng được sử dụng như một công cụ để giảm thiểu xung đột đó.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả hồi quy thể hiện tại bảng 5 trong giai đoạn 2015 đến 2022 cho thấy các công ty niêm yết tại Việt Nam có xu hướng ít thận trọng trong kế toán và nghiên cứu cũng cung cấp bằng chứng thực nghiệm thừa nhận: thành viên nữ trong HĐQT, tính độc lập của HĐQT, sự kiêm nhiệm hai chức danh, chất lượng kiểm toán có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến tính thận trọng trong kế toán. Tuy nhiên nghiên cứu chưa có đủ bằng chứng chứng minh quyền sở hữu quản lý, quyền sở hữu nước ngoài có tác động đến tính thận trọng trong kế toán. Thông qua kết quả nghiên cứu này, tác giả khuyến nghị với các công ty niêm yết: (1) nâng cao hiệu quả QTCT thông qua cải thiện các đặc tính riêng lẻ của QTCT bởi vì đây là nền tảng để công ty có thể phát triển bền vững; (2) công ty niêm yết có thể vận dụng linh hoạt cấu trúc vốn để tác động đến chất lượng BCTC thông qua áp dụng nguyên tắc thận trọng trong kế toán.

Mặc dù, nghiên cứu đã đánh giá các đặc điểm của QTCT tác động đến tính thận trọng trong kế toán nhưng nghiên cứu vẫn chưa xem xét đầy đủ các đặc điểm như sở hữu tổ chức, ủy ban kiểm toán, quyền sở hữu tập trung, thị trường vốn, thị trường kiểm soát và thị trường lao động, cũng như xem xét mức độ tác động của từng cơ chế quản trị đến kế toán thận trọng để xem chúng có khác biệt hay không. Do đó, điểm hạn chế này cũng có thể là một vấn đề hấp dẫn trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

- Adams, R.B., & Ferreira, D. (2009), 'Women in the boardroom and their impact on governance and performance', *Journal of Financial Economics*, 94(2), 291–309, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.10.007>.
- Ahmed, A.S., & Duellman, S. (2007), 'Accounting conservatism and board of director characteristics: An empirical analysis', *Journal of Accounting and economics*, 43(2-3), 411-437, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2007.01.005>.
- Ahmed, K., & Henry, D. (2012), 'Accounting conservatism and voluntary corporate governance mechanisms by Australian firms', *Accounting & Finance*, 52(3), 631-662, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2011.00410.x>.
- Alkordi, A., Al-Nimer, M., & Dabaghia, M. (2017), 'Accounting conservatism and ownership structure effect: Evidence from industrial and financial Jordanian listed companies', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(2), 608-619.
- Alkurdi, A., Al-Nimer, M., & Dabaghia, M. (2017), 'Accounting conservatism and ownership structure effect: Evidence from industrial and financial Jordanian listed companies', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(2), 608-619.
- Alves, S. (2023), 'Do female directors affect accounting conservatism in the European Union?', *Cogent Business & Management*, 10(2), 2219088, DOI: [10.1080/23311975.2023.2219088](https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2219088).

-
- An, Y. (2015), 'Dose foreign ownership increase financial performance quality?', *Asian Academy of Management Journal*, 20(2), 81-101.
- Ararat, M., & Yurtoglu, B. (2021), 'Female directors, board committees, and firm performance: Time-series evidence from Turkey', *Emerging Markets Review*, 48, 1-27, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100768>.
- Arun, T.G., Almahrog, Y.E., & Aribi, Z.A. (2015), 'Female directors and earnings management: Evidence from Uk companies', *International Review of Financial Analysis*, 39, 137-146, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2015.03.002>.
- Basu, S. (1997), 'The conservatism principle and the asymmetric timeliness of earnings', *Journal of Accounting and Economics*, 24(1), 3-37.
- Beaver, W.H., & Ryan, S.G. (2000), 'Biases and lags in book value and their effects on the ability of the book-to-market ratio to predict book return on equity', *Journal of Accounting Research*, 38(1), 127-148.
- Brilianti, D.P. (2013), 'Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan konservatisme akuntansi perusahaan', *Accounting Analysis Journal*, 2(3), 268-275. DOI: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj/article/view/2500>.
- Chen, J., Leung, W. S., Song, W., & Goergen, M. (2019), 'Why female board representation matters: The role of female directors in reducing male CEO overconfidence', *Journal of Empirical Finance*, 53, 70-90. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2019.06.002>.
- Chi, W., Liu, C., Wang, T. (2009), 'What affects accounting conservatism: A corporate governance perspective', *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 5(1), 47-59.
- Choi, H., Sul, W., Cho, Y. (2011), 'Board structure, minority shareholders protection, and foreign block ownership', *The Journal of Professional Management*, 14(2), 1-26.
- Cullinan, C.P., Wang, F., Wang, P., & Zhang, J. (2012), 'Ownership structure and accounting conservatism in China', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 21(1), 1-16.
- Dewi, N.K.S.L., & Suryanawa, I.K. (2014), 'Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Leverage, dan Financial Distress terhadap Konservatisme Akuntansi', *E-Jurnal Akuntansi*, 7(1), 223-234, DOI: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/8679>.
- Ebrahim, A., & Fattah, T.A. (2015), 'Corporate governance and initial compliance with IFRS in emerging markets: the case of income tax accounting in Egypt', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 24(3), 46-60, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2015.02.003>.
- El-Habashy, H. (2004), 'Determinants of accounting choices in Egypt: An Empirical', Doctoral Dissertation, University of Dundee, Scotland, UK.
- El-habashy, H.A. (2019), 'The effect of corporate governance attributes on accounting conservatism in Egypt', *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 23(3), 1-18.
- Elshandidy, T., & Hassanein, A. (2014), 'Do IFRS and board of directors' independence affect accounting conservatism?', *Applied Financial Economics*, 24(16), 1091-1102, DOI: <https://doi.org/10.1080/09603107.2014.924291>.
- Fama, E.F. (1980), 'Agency problems and the theory of the firm', *The Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307, DOI: <https://doi.org/10.1086/260866>.
- Fama, E.F., & Jensen, M.C. (1983), 'Separation of ownership and control', *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325. DOI: <https://doi.org/10.1086/467037>.
- Garcia Lara, J.M., Garcia Osma, B., & Penalva, F. (2009), 'Accounting conservatism and corporate governance', *Review of Accounting Studies*, 14(1), 161-201.
- García Lara, J.M., Osma, B.G., & Penalva, F. (2007), 'Board of directors' characteristics and conditional accounting conservatism: Spanish evidence', *European Accounting Review*, 16(4), 727-755, DOI: <https://doi.org/10.1080/09638180701706922>.
- García-Sánchez, I.M., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2017), 'Gender diversity, financial expertise and its effects on accounting quality', *Management Decision*, 55(2), 347-382, DOI: <https://doi.org/10.1108/MD-02->
-

2016-0090.

- Givoly, D., & Hayn, C. (2000), 'The changing time-series properties of earnings, cash flows, and accruals: has financial reporting become more conservative?', *Journal of Accounting and Economics*, 29(3), 287-320, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(00\)00024-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(00)00024-0).
- Givoly, D., Hayn, C.K., & Natarajan, A. (2007), 'Measuring reporting conservatism', *The Accounting Review*, 82(1), 65-106.
- Hajawiyah, A., Wahyudin, A., Kiswanto, Sakinah, & Pahala, I. (2020), 'The effect of good corporate governance mechanisms on accounting conservatism with leverage as a moderating variable', *Cogent Business & Management*, 7(1), 1779479, DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1779479>.
- Ho, S.S., Li, A., Tam, K., & Zhang, F. (2015), 'CEO gender, ethical leadership, and accounting conservatism', *Journal of Business Ethics*, 127(2), 351-370, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-013-2044-0>.
- Huse, M. (2018), 'Gender in the Boardroom: Learnings from world-leader Norway', *FACTBase Bulletin*, 58, 1-16, <http://hdl.handle.net/11250/2579967>.
- IASB (1989), *Framework for the preparation and Presentation of financial Statement*, IASB.
- IASB (2018), *Conceptual Framework for Financial Reporting*, IASB.
- Khanna, T. & Palepu, K.G. (2000), 'Is group affiliation profitable in emerging markets: An analysis of diversified Indian business groups', *Journal of Finance*, 55, 867-891, DOI: <https://doi.org/10.1111/0022-1082.00229>.
- Khurana, I.K., & Raman, K.K. (2004), 'Litigation risk and the financial reporting credibility of Big 4 versus non-Big 4 audits: evidence from Anglo-American countries', *The Accounting Review*, 79 (2), 473-495, DOI: <https://doi.org/10.2308/accr.2004.79.2.473>.
- Lim, R. (2011), 'Are corporate governance attributes associated with accounting conservatism?', *Accounting & Finance*, 51(4), 1007-1030, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2010.00390.x>.
- Limantauw, S. (2012), 'Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris sebagai Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Tingkat Konservatisme Akuntansi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 48-52, <http://journal.wima.ac.id/index.php/JIMA/article/download/12/10>.
- Lin, L. (2016), 'Institutional ownership composition and accounting conservatism', *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 46, 359-385.
- Lin, W., Fan, X., & Cheng, X. (2011), 'Board independence and accounting conservatism: Evidence based on listed companies in China', In 2011 *International Conference on Management and Service Science*, 1-5, IEEE.
- Liu, S. (2019), 'The impact of ownership structure on conditional and unconditional conservatism in China: Some new evidence', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 34(1), 49-68, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2019.02.003>.
- Makhlouf, M.H., Al-Sufy, F.J., & Almubaideen, H. (2018), 'Board Diversity and Accounting Conservatism: Evidence from Jordan', *International Business Research*, 11(7), 130-141, DOI: <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n7p130>.
- Mohammed, N.F., Ahmed, K., & Ji, X.-D. (2017), 'Accounting conservatism, corporate governance and political connections', *Asian Review of Accounting*, 25(2), 288-318, DOI: <https://doi.org/10.1108/ARA-04-2016-0041>.
- Nasr, M.A., & Ntim, C.G. (2018), 'Corporate governance mechanisms and accounting conservatism: evidence from Egypt', *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 18(3), 386-407, DOI: <https://doi.org/10.1108/CG-05-2017-0108>.
- Nguyen, T.M.H., To, A.T., Phan, T.H., Ngo, N.P.D., & Ho, T.T.H. (2023), 'Ownership Concentration and Accounting Conservatism: The Moderating Role of Board Independence', *Emerging Science Journal*, 7(1), 90-101.
- Pambudi, J.E. (2017), 'Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Debt Covenant terhadap Konservatisme Akuntansi', *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 87-110, DOI: <https://doi.org/10.31000/competitive.v1i1.109>.
- Pratanda, R.S., & Kusmuriyanto, K. (2014), 'Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Konservatisme Akuntansi', *Accounting Analysis Journal*, 3(2), 255-263. DOI: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj/article/view/4256>.

-
- Risdiyani, F., & Kusmuriyanto, K. (2015), 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Konservatisme Akuntansi', *Accounting Analysis Journal*, 4(3), 1–10, DOI: <https://doi.org/10.15294/aaj.v4i3.8305>.
- Ruch, G.W., & Taylor, G. (2015), 'Accounting conservatism: A review of the literature', *Journal of Accounting Literature*, 34(1), 17-38, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2015.02.001>.
- Sharma, M., & Kaur, R. (2021), 'Accounting conservatism and corporate governance: Evidence from India', *Journal of Global Responsibility*, 12(4), 435–451, DOI: <https://doi.org/10.1108/JGR-07-2020-0072>.
- Shen, X., Ho, K.C., Yang, L., & Wang, L.F.S. (2021), 'Corporate social responsibility, market reaction and accounting conservatism', *Kybernetes*, 50(6), 1837-1872, DOI: <https://doi.org/10.1108/K-01-2020-0043>.
- Sterling, R.R. (1967), 'Conservatism: The Fundamental Principle of Valuation in Traditional Accounting', *Abacus*, 3(2), DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.1967.tb00375.x>.
- Sugiarto, H., & Fachrurrozie, F. (2018), 'The determinant of accounting conservatism on manufacturing companies in Indonesia', *Accounting Analysis Journal*, 7(1), 1-9, DOI: <https://doi.org/10.15294/aaj.v7i1.20433>.
- Xia, D., & Zhu, S. (2009), 'Corporate governance and accounting conservatism in China', *China Journal of Accounting Research*, 2(2), 81–108, DOI: [https://doi.org/10.1016/S1755-3091\(13\)60015-5](https://doi.org/10.1016/S1755-3091(13)60015-5).
- Watts, R.L. (2003), 'Conservatism in accounting part I: Explanations and implications', *Accounting Horizons*, 17(3), 207-221, DOI: <https://doi.org/10.2308/acch.2003.17.3.207>.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO DỊCH VỤ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG VÀ Ý ĐỊNH MUA LẠI CỦA KHÁCH HÀNG THẾ HỆ Z

Đỗ Anh Đức

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: ducda@neu.edu.vn

Mã bài: JED-1807

Ngày nhận bài: 11/06/2024

Ngày nhận bài sửa: 11/07/2024

Ngày duyệt đăng: 07/01/2025

DOI: 10.33301/JED.VI.1807

Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ bao gồm đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác đối với sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z. Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) đề xuất được phân tích bằng phần mềm SmartPLS dựa trên dữ liệu từ mẫu từ 1195 phiếu trả lời. Kết quả nghiên cứu đã làm rõ một cách toàn diện ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ đến sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z. Nghiên cứu sẽ cung cấp những hàm ý quản trị quan trọng cho các doanh nghiệp dịch vụ trong việc thiết kế và triển khai các sáng kiến đổi mới sáng tạo phù hợp với nhu cầu và đặc điểm của từng nhóm khách hàng thế hệ Z, thế hệ tiêu dùng tương lai tại Việt Nam.

Từ khoá: Đổi mới dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng, thế hệ Z, ý định mua lại.

Mã JED: M1, M21

The Influence of Service Innovation on The Satisfaction and Repurchases Intentions of Generation Z Customers

Abstract

This study aims to evaluate the impact of service innovation, including supportive service innovation and interactive service innovation, on satisfaction and repurchase intention of generation Z customers. The proposed Structural Equation Model (SEM) was analyzed using SmartPLS software based on data from a sample of 1195 responses. The research results have comprehensively clarified the impact of service innovation on satisfaction and repurchase intention of generation Z customers. The research will provide important management implications for service businesses in designing and implementing innovative initiatives suitable to the needs and characteristics of each generation Z customer group, the future consumer generation in Vietnam.

Keywords: Customer satisfaction, generation Z, repurchase intention, service innovation.

JED Codes: M1, M21.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyên đổi số và phát triển bền vững, doanh nghiệp muốn tạo ra giá trị theo những cách mới đều cần cân nhắc chi phí cho thiết kế sản phẩm và cơ cấu lại các nhóm nguồn lực (Edvardsson & cộng sự, 2013; Do, 2021; Đỗ Anh Đức, 2022). Với điều kiện kinh tế hiện tại, các doanh nghiệp phải làm hài lòng khách hàng vì sự hài lòng của khách hàng là rất quan trọng đối với sự tồn tại và ổn định của tổ chức

(Pantouvakis & Bouranta, 2013). Hơn thế nữa, kết quả nghiên cứu của Nikbin & cộng sự (2011) chỉ ra chi phí bỏ ra để giữ chân một khách hàng cũ thấp hơn rất nhiều chi phí bỏ ra để có một khách hàng mới. Trong khi sự hài lòng là một trong những nhân tố quyết định đến ý định mua lại của khách hàng (Oliver, 1980). Do đó, nâng cao sự hài lòng của khách hàng chính là một trong những cách giúp doanh nghiệp gia tăng ý định sử dụng lại dịch vụ, giúp doanh nghiệp có thể nâng cao doanh thu mà không tốn nhiều chi phí.

Thế hệ Z là thế hệ sinh ra trong giai đoạn công nghệ phát triển, do đó thế hệ này có khả năng thích ứng nhanh chóng so với các thế hệ trước đó khi Việt Nam đẩy mạnh các hoạt động chuyển đổi số và phát triển bền vững. Hơn thế nữa, đây là thế hệ có tiềm năng đóng góp rất lớn cho sự phát triển của nền kinh tế trong tương lai nói chung và ngành dịch vụ nói riêng. Xu hướng tiêu dùng của thế hệ Z đã và đang thay đổi, đòi hỏi sự đổi mới sáng tạo để bắt kịp và tạo thị trường mới. Vậy nên, nghiên cứu về đổi mới sáng tạo dịch vụ đối với khách hàng thế hệ Z có thể được ứng dụng không chỉ ở hiện tại mà còn ở tương lai.

Vai trò của đổi mới sáng tạo dịch vụ đã được khám phá rộng rãi trong các nghiên cứu trước đây. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây thường đánh giá tác động của đổi mới sáng tạo dịch vụ đối với sự hài lòng của khách hàng (Mahmoud & cộng sự, 2018; Đỗ Anh Đức & cộng sự, 2023; Đỗ Anh Đức & cộng sự, 2024). Một số nghiên cứu khác tập trung vào vai trò trung gian của sự hài lòng đó trong mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo dịch vụ và lòng trung thành (Tai & cộng sự, 2021; YuSheng & Ibrahim, 2019; Vu & Do, 2023) nhưng chưa cho thấy tác động của đổi mới sáng tạo đến đồng thời sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng. Hơn nữa, tại Việt Nam, nghiên cứu thường được tiến hành trên một ngành dịch vụ cụ thể, chẳng hạn như nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng trong ngành viễn thông (Ta & Yang, 2018) và đổi mới sáng tạo dịch vụ trong ngành dịch vụ khách sạn (Khuong & Giang, 2014).

Do đó, nghiên cứu này sẽ cố gắng lấp đầy khoảng trống nghiên cứu trước đây về đổi mới sáng tạo dịch vụ bằng cách xây dựng và kiểm định mô hình phương trình cấu trúc về ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ bao gồm đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác tới sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và đề xuất mô hình nghiên cứu

Lý thuyết khuếch tán đổi mới sáng tạo (Diffusion of Innovations Theory – IDT) là quá trình đổi mới sáng tạo được truyền đạt theo thời gian giữa các thành viên của hệ thống xã hội thông qua các kênh cụ thể (Rogers & cộng sự, 2014). Việc phổ biến đổi mới sáng tạo và áp dụng các ý tưởng và kiến thức mới (Cohen & Levinthal, 1990), là rất quan trọng đối với sự thành công của bất kỳ sự đổi mới sáng tạo nào, bao gồm cả đổi mới sáng tạo dịch vụ. Sự phổ biến của các tài liệu về đổi mới sáng tạo đã nghiên cứu sự lan rộng của các sản phẩm, dịch vụ và quy trình mới (Rogers và các cộng sự, 2014). Lý thuyết này đo lường sự đổi mới sáng tạo của một sản phẩm dựa trên năm yếu tố quyết định từ quan điểm của khách hàng, đó là lợi thế tương đối, khả năng tương thích, độ phức tạp, khả năng thử nghiệm và khả năng quan sát (Ordanini & cộng sự, 2013). Tuy nhiên, năm yếu tố này không cố định mà có thể thay đổi tùy theo bối cảnh và thay đổi ở mức độ phù hợp nhất. Ý nghĩa của lý thuyết này giải thích cách các hoạt động đổi mới sáng tạo cải thiện mức độ nhận thức của khách hàng. Đặc biệt, trong bối cảnh vai trò ngày càng tăng của các dịch vụ trong nền kinh tế ngày nay, nghiên cứu mạng lưới giá trị dịch vụ như một hệ thống thúc đẩy phổ biến đổi mới sáng tạo dịch vụ trong các dịch vụ thực sự nên được chú ý hơn. Vì vậy, nghiên cứu này dựa trên lý thuyết này để đánh giá sự hài lòng của khách hàng và quan trọng nhất là ý định mua lại của khách hàng.

2.1. Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác

Đặc điểm chung của ngành dịch vụ là hoạt động sản xuất và tiêu thụ diễn ra đồng thời (Hill, 1977), do vậy đòi hỏi sự tương tác và hỗ trợ giữa người cung cấp và người sử dụng dịch vụ (Dolfsma & Dannreuther, 2003). Dựa trên đặc điểm này, Salunke & cộng sự (2013) đã phân loại đổi mới sáng tạo dịch vụ thành hai loại chính là đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác. Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác được hiểu là mức độ mà một doanh nghiệp điều chỉnh việc cung cấp dịch vụ của mình cũng như các điều chỉnh về cung cấp dịch vụ và tùy chỉnh. Liên quan đến những thay đổi bên ngoài tạo ra giá trị, nhằm kích thích phản ứng cảm xúc, nhận thức và hành vi của người tiêu dùng khi tương tác với dịch vụ. Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ đề cập đến những thay đổi nội bộ tạo ra giá trị gián tiếp, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện đề xuất giá trị mới. Định hướng khách hàng của doanh nghiệp sẽ tăng cường đổi mới sáng

tạo dịch vụ (Matsuo, 2006). Khi các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ mới, khách hàng thường phản hồi bằng cách nhận ra và nhận ra giá trị tiềm năng của dịch vụ mới (Michel & cộng sự, 2008; Vu & cộng sự, 2024).

Sự mất kết nối giữa các quy trình tương tác và hỗ trợ tạo ra các vấn đề về chất lượng dịch vụ và có thể gây hại cho doanh số bán hàng của doanh nghiệp. Mặc dù nhiều hoạt động quan trọng hỗ trợ dịch vụ là vô hình đối với khách hàng, nhưng hiểu được các hoạt động đó phù hợp với khách hàng như thế nào là chìa khóa để đảm bảo đề xuất giá trị. Parasuraman & cộng sự (1985) cũng chỉ ra rằng cần phải thiết lập mối liên hệ giữa các khía cạnh tương tác và hỗ trợ của đổi mới dịch vụ. Mối quan hệ này thúc đẩy quá trình tiếp thị cùng nhau (Mahajan & cộng sự, 1994), dẫn đến sự phát triển của các liên kết giữa đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và tương tác. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H1: Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có ảnh hưởng tích cực đến Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác.

2.2. Đổi mới sáng tạo dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Đổi mới sáng tạo dịch vụ giúp tăng cường khả năng cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp bằng cách đơn giản hóa quy trình mua sắm và cũng giảm thời gian giao dịch, do đó đảm bảo sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng thể hiện mối quan hệ của khách hàng với doanh nghiệp từ mọi khía cạnh, mang lại trạng thái cảm xúc tích cực. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng nhận được rất ít bằng chứng thực nghiệm trong bối cảnh dịch vụ của các nền kinh tế đang phát triển (Ameme & Wireko, 2016). Walter & cộng sự (2003) cho rằng sự đổi mới sáng tạo chắc chắn liên quan đến chất lượng mối quan hệ tổng thể (tức là thỏa thuận, sự hài lòng và cam kết). Theo Mahmoud & cộng sự (2018), sự đổi mới sáng tạo làm tăng cơ hội đáp ứng nhu cầu của khách hàng và cung cấp cho doanh nghiệp chìa khóa để đạt được sự hài lòng của khách hàng. Do đó, nghiên cứu đề xuất hai giả thuyết để đánh giá ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng.

H2: Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

H3: Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

2.3. Đổi mới sáng tạo dịch vụ và ý định mua lại

Zeithaml (2000) cho rằng đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tự như đổi mới sáng tạo sản phẩm hữu hình, nhưng chất lượng dịch vụ khác với chất lượng sản phẩm. Gilkeson và Reynolds (2003) cho rằng đánh giá từ người bán và người mua là danh tiếng cửa hàng và trải nghiệm mua sắm của người tiêu dùng, giúp người tiêu dùng tiềm năng khác hoặc những người quan tâm khác hiểu được sự đổi mới dịch vụ, độ tin cậy, sự hài lòng và chất lượng sản phẩm thông qua đánh giá cửa hàng. Vì vậy, khi người tiêu dùng muốn mua dịch vụ, họ không chỉ nghĩ đến trải nghiệm mua sắm trước đây của bản thân mà còn nghĩ đến những đánh giá của người tiêu dùng khác về đổi mới sáng tạo dịch vụ và chất lượng sản phẩm tại cửa hàng để đánh giá giá trị của sản phẩm và quyết định xem họ có mua hàng hay không. Như vậy, có thể thấy đổi mới sáng tạo sẽ ảnh hưởng sâu sắc đến ý định mua lại của người tiêu dùng. Do đó, sự đổi mới sáng tạo dịch vụ của người tiêu dùng có thể quyết định họ sẽ mua sản phẩm nào và liệu họ có mua lại trong cùng một cửa hàng hay không. Người tiêu dùng ban đầu có cơ hội trở thành người tiêu dùng trung thành, và họ không chỉ thực hiện hành động mua lại mà còn nhận được quảng cáo miễn phí cho người bán. Vì vậy, đổi mới sáng tạo dịch vụ sẽ ảnh hưởng đến ý định mua lại của người tiêu dùng. Để kiểm tra ảnh hưởng của chúng, nghiên cứu đề xuất hai giả thuyết sau:

H4: Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua lại.

H5: Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua lại.

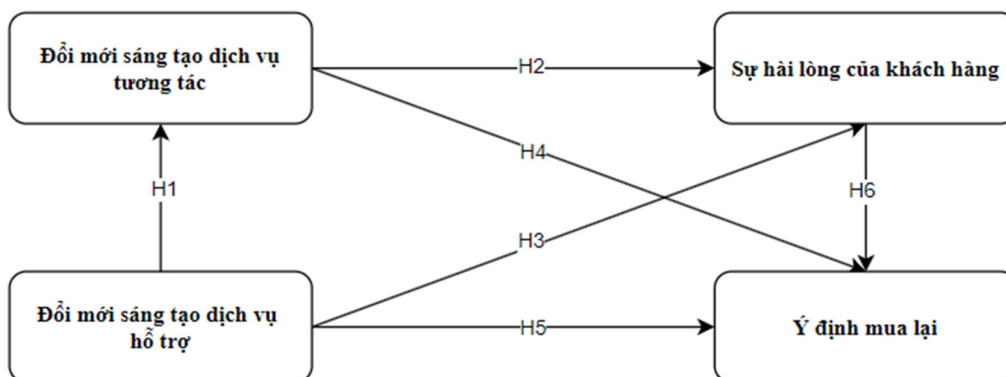
2.4. Sự hài lòng của khách hàng và ý định mua lại

Để cạnh tranh trên thị trường và duy trì lợi thế cạnh tranh, các nhà cung cấp dịch vụ phải duy trì sự đổi mới sáng tạo liên tục (Anh Do & cộng sự, 2023). Người tiêu dùng và người mua lần đầu có một điểm chung là thực hiện tìm kiếm các cửa hàng theo nhu cầu của họ. Tuy nhiên, chúng khác nhau vì người tiêu dùng mua lại đã bị ảnh hưởng bởi trải nghiệm của chính họ, và họ cũng tin tưởng và biết các cửa hàng họ đã chọn trước đó. Do đó, đổi mới sáng tạo dịch vụ có thể quyết định họ sẽ mua sản phẩm nào và liệu họ có mua lại trong cùng một cửa hàng hay không. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H6: Sự hài lòng của khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua lại của khách hàng.

Tổng hợp các giả thuyết nêu trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu tại Hình 1.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập dữ liệu và mẫu

Trong nghiên cứu này, dữ liệu được thu thập thông qua phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Bằng cách kiểm soát các yếu tố nhân khẩu học, nghiên cứu lựa chọn được các đối tượng khảo sát cân bằng và đa dạng, từ đó nâng cao độ tin cậy và tính khái quát của các phát hiện. Cuộc khảo sát được thực hiện với khách hàng thể hệ Z. Tất cả những người tham gia đều được thông báo ngắn gọn về mục tiêu của nghiên cứu và việc tham gia khảo sát hoàn toàn tùy thuộc vào từng cá nhân. Tổng cộng 1250 phiếu khảo sát bản cứng đã được thực hiện với khách hàng thể hệ Z, trong đó 55 phiếu trả lời đã bị loại vì chứa dữ liệu không đầy đủ. Do đó, mẫu nghiên cứu cuối cùng bao gồm 1195 phiếu trả lời được sử dụng để phân tích sâu hơn.

3.2. Thang đo và phương pháp phân tích dữ liệu

Các cấu trúc trong mô hình của nghiên cứu được xây dựng dựa trên các thang đo đã có sẵn, bổ sung thêm yếu tố phát triển mới. Thang đo tiếng Việt được đảm bảo chính xác về ngữ nghĩa và phù hợp với đối tượng tham gia phỏng vấn. Trong đó thang đo đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác và đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ được kế thừa và phát triển từ nghiên cứu của Salunke & cộng sự (2013), thang đo sự hài lòng của khách hàng được kế thừa và phát triển từ nghiên cứu của Lupiyoadi (2001), và thang đo ý định mua lại của khách hàng được kế thừa và phát triển từ nghiên cứu của Hellier và cộng sự (2003). Dữ liệu được xử lý và phân tích bằng phần mềm SmartPLS. Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) đã được sử dụng để nghiên cứu các giả thuyết nghiên cứu. Nghiên cứu tiến hành đánh giá mô hình nghiên cứu thông qua đánh giá mô hình đo lường, đánh giá mô hình cấu trúc.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Về chất lượng biến quan sát của các biến kết quả được trình bày trong Bảng 1 cho thấy với 5 biến quan sát của nhân tố YD đều đạt chất lượng do hệ số tải ngoài lớn hơn 0,8. Trong đó, thấp nhất là YD2 có hệ số tải ngoài đạt 0,802. Độ tin cậy của biến quan sát được đánh giá qua giá trị độ tin cậy tổng hợp (Rho_c) và hệ số Cronbach's Alpha. Kết quả đánh giá biến kết quả trong mô hình đều thể hiện mức độ tin cậy nhất quán nội bộ tốt vì đều có giá trị lớn hơn 0.708 (DeVellis, 2012; Hair & cộng sự, 2013). Ý định mua lại là nhân tố có giá trị Cronbach's Alpha đạt 0.878 và Rho_c đạt 0.911. Như vậy, thang đo có độ tin cậy cao.

Về tính hội tụ, của thang theo Hock & Ringle (2010), thang đo đạt giá trị hội tụ nếu AVE đạt 0,5 hoặc cao hơn, điều đó có nghĩa là biến tiềm ẩn trung bình ở mẹ sẽ giải thích ít nhất 50% biến thiên của từng biến con được quan sát. Giá trị AVE của biến kết quả trong mô hình đạt 0,672 lớn hơn 0,6 cho thấy thang đo đảm bảo tính hội tụ.

Chất lượng biến quan sát của 3 biến nguyên nhân gồm: Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác, đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ và sự hài lòng được trình bày trong Bảng 2. Kết quả cho thấy, ngoại trừ các biến TT1, TT2

Bảng 1. Đánh giá chất lượng biến quan sát của các biến kết quả

Biến kết quả	Mã hóa	Hệ số tải ngoài	Cronbach's Alpha	Rho_c	AVE
Ý định mua lại (YD)	YD1	0,820	0,878	0,911	0,672
	YD2	0,802			
	YD3	0,811			
	YD4	0,830			
	YD5	0,837			

Nguồn: Kết quả từ phần mềm SmartPLS.

và TT4 có P-value >0,5 thì các biến quan sát còn lại đều có ý nghĩa thống kê. Kiểm định thêm giá trị hệ số tải ngoài của TT1, TT2 và TT4 lần lượt đạt 0,824; 0,809 và 0,801 đều lớn hơn 0,5 điều này có nghĩa biến quan sát này vẫn có ý nghĩa thống kê. Để đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến đối với các biến nguyên nhân trong mô hình căn cứ vào giá trị hệ số phóng đại phương sai VIF. Kết quả cho thấy, toàn bộ biến quan sát của biến nguyên nhân đều có giá trị VIF nhỏ hơn 5. Như vậy, không biến nguyên nhân nào có khả năng đa cộng tuyến. Như vậy, chất lượng sau khi đánh giá chất lượng biến quan sát của tất cả các biến quan sát trong mô hình đều chỉ ra ý nghĩa của chúng với các nhân tố tương ứng và được giữ lại ở bước phân tích tiếp theo.

Bảng 2. Đánh giá chất lượng biến quan sát của các biến nguyên nhân

Biến nguyên nhân	Mã hóa	P-values (outer weight)	Hệ số tải ngoài	VIF
Sự hài lòng của khách hàng (HL)	HL1	0,000		2,006
	HL2	0,000		2,441
	HL3	0,000		2,639
	HL4	0,000		2,438
	HL5	0,000		2,493
Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác (TT)	TT1	0,176	0,824	2,600
	TT2	0,193	0,809	2,415
	TT3	0,026		2,829
	TT4	0,391	0,801	2,469
	TT5	0,000		2,488
	TT6	0,017		2,404
Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ (HT)	HT1	0,001		2,833
	HT2	0,001		2,539
	HT3	0,004		2,745
	HT4	0,008		2,640
	HT5	0,002		2,700

Nguồn: Kết quả từ phần mềm SmartPLS.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Khi mô hình xảy ra cộng tuyến hoặc đa cộng tuyến, các hệ số hồi quy, p-value ý nghĩa tác động bị sai lệch dẫn đến kết luận sai lầm về quan hệ trong mô hình. Kết quả phân tích cho thấy toàn bộ giá trị VIF đều nhỏ hơn 5. Do đó, mô hình nghiên cứu thông gặp hiện tượng cộng tuyến. Để kết luận được tính đúng đắn của giả thuyết nghiên cứu cần căn cứ vào kết quả phân tích hệ số đường dẫn qua hai phần. Thứ nhất, đánh giá ý nghĩa thống kê của tác giả thuyết có tác động trực tiếp. Thứ hai, đánh giá mức độ và chiều tác động của các nhân tố theo giả thuyết.

Khi tiến hành phân tích bằng phần mềm SmartPLS, nghiên cứu sử dụng giá trị tới hạn đối với kiểm định hai - đuôi (two – tailed) là 1.96 (mức ý nghĩa = 5%). Điều này có nghĩa, nếu giá trị p-value của quan hệ nhỏ hơn 0.05, tác động đó có ý nghĩa và ngược lại. Kết quả tính toán giá trị p-value (Bảng 3) cho thấy hai giả thuyết H4 có giá trị p-value 0,397 lớn hơn 0.05. Điều này có nghĩa mỗi tác động của đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác đến ý định mua lại của khách hàng không có ý nghĩa thống kê. Các giả thuyết thể hiện tác động trực tiếp còn lại đều có giá trị p-value < 0.05 nên đều được chấp nhận

Căn cứ vào hệ số đường dẫn và giá trị kiểm định t-statistic trình bày ở Bảng 3 cho thấy, các giả thuyết được chấp nhận đều có tác động tích cực. Đồng thời, đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có tác động lớn nhất đến sự hài lòng của khách hàng ($\beta = 0,529$), trong khi đó tác động của đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác đến

sự hài lòng của khách hàng là nhỏ nhất ($\beta = 0,197$).

Bảng 3. Đánh giá mô hình cấu trúc

	Giả thuyết	Hệ số đường dẫn (β)	t-statistic	P-values	Ý nghĩa
H1	Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ \rightarrow Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác	0,406	12,948	0,000	Chấp nhận
H2	Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác \rightarrow Sự hài lòng của khách hàng	0,197	7,710	0,000	Chấp nhận
H3	Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ \rightarrow Sự hài lòng của khách hàng	0,529	19,143	0,000	Chấp nhận
H4	Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác \rightarrow Ý định mua lại	0,028	0,846	0,397	Không chấp nhận
H5	Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ \rightarrow Ý định mua lại	0,135	4,142	0,085	Chấp nhận
H6	Sự hài lòng của khách hàng \rightarrow Ý định mua lại	0,521	16,301	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả từ phần mềm SmartPLS.

Để đánh giá năng lực giải thích của biến độc lập đối với các biến phụ thuộc cần căn cứ vào giá trị R2 (Hair & cộng sự, 2021). Trong đó, R2 cho thấy biến độc lập giải thích được bao nhiêu phần trăm biến phụ thuộc, do đó không có ngưỡng giá trị để đánh giá R2 là đạt. Nếu R2 cao có nghĩa mức độ giải thích của biến độc lập cho biết phụ thuộc là cao và ngược lại. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của khách hàng là biến phụ thuộc có mức độ giải thích cao nhất bởi các biến độc lập. Các biến độc lập giải thích được 40,2% sự biến thiên của sự hài lòng của khách hàng. Đứng sau là các nhân tố ý định mua lại, đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác với mức độ giải thích sự biến thiên lần lượt là 38,9% và 16,4%.

4.3. Đánh giá tác động gián tiếp

Bảng 4 trình bày kết quả đánh giá từng mối quan hệ gián tiếp cho thấy, giá trị p-value của cả bốn giả thuyết đều nhỏ hơn 0.05 chứng tỏ hai biến là sự hài lòng của khách hàng có vai trò trong mỗi tác động gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ lên ý định mua lại của khách hàng. Hệ số hồi quy của mỗi tác động gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ lên ý định mua lại là lớn nhất ($\beta = 0,275$) cho thấy vai trò của sự hài lòng của khách hàng.

Bảng 4. Kết quả đánh giá từng mối quan hệ gián tiếp

Giả thuyết	β	P-values	Kết quả
Đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác \rightarrow Sự hài lòng của khách hàng \rightarrow Ý định mua lại	0,103	0,000	Chấp nhận
Đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ \rightarrow Sự hài lòng của khách hàng \rightarrow Ý định mua lại	0,275	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả từ phần mềm SmartPLS.

Tổng hợp mức tác động, cho thấy giá trị P-values đều nhỏ hơn 0,05 đồng nghĩa việc tồn tại quan hệ gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác và hỗ trợ lên ý định mua lại. Trong đó, tác động gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có tác động mạnh hơn do hệ số hồi quy chuẩn hóa của nhân tố này đạt 0,328 cao hơn vai trò của nhân tố còn lại.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Dựa trên kết quả nghiên cứu được trình bày trên, nghiên cứu đã làm rõ một cách toàn diện ảnh hưởng của đổi mới dịch vụ đến sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z. Cụ thể:

Nghiên cứu này đã chứng minh tác động của đổi mới dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng và tác động yếu hơn của tính tương tác so với đổi mới dịch vụ hỗ trợ đối với sự hài lòng của khách hàng. Kết quả này tương tự như kết quả nghiên cứu trước đây về vai trò của sự hài lòng của khách hàng của Ta & Yang (2018). Tuy nhiên, kết quả của nghiên cứu này khác với kết quả của nghiên cứu Alharthey (2018) về tác động của đổi mới dịch vụ tương tác, điều mà tính không đồng nhất của phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu

có thể giải thích. Đồng thời, kết quả cũng cho thấy sự hài lòng của khách hàng cũng đóng vai trò trung gian giữa đổi mới sáng tạo dịch vụ và ý định mua lại của khách hàng, ngoài bị ảnh hưởng trực tiếp bởi đổi mới sáng tạo thông qua tương tác và hỗ trợ.

Kết quả nghiên cứu đã mở rộng đối tượng nghiên cứu sang đổi mới dịch vụ trong tất cả các ngành dịch vụ ở Việt Nam, kết quả nghiên cứu này cũng cho thấy ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ đến đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác, điều này cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Salunke & cộng sự (2013).

Cuối cùng, mặc dù tồn tại mối quan hệ gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ với ý định mua lại của khách hàng. Tuy nhiên, duy nhất nhân tố đổi mới sáng tạo dịch vụ hỗ trợ có tác động trực tiếp đến ý định mua lại khách hàng hàng thế hệ Z. Mối quan hệ còn lại của đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác và ý định mua lại của khách hàng không có ý nghĩa. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đây của Gunawan & cộng sự (2023).

6. Kết luận và hàm ý

Mục tiêu của nghiên cứu này là đánh giá ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ bao gồm đổi mới sáng tạo dịch vụ và đổi mới sáng tạo dịch vụ tương tác đối với sự hài lòng và ý định mua lại của khách hàng thế hệ Z. Cụ thể, nghiên cứu tập trung làm rõ tác động trực tiếp và gián tiếp của đổi mới sáng tạo dịch vụ đến ý định mua lại thông qua các yếu tố là sự hài lòng khách hàng.

Về mặt học thuật, nghiên cứu đã đóng góp bằng việc xây dựng và kiểm định mô hình lý thuyết phù hợp với bối cảnh khách hàng thế hệ Z và môi trường kinh tế đang phát triển tại Việt Nam. Các thang đo sử dụng trong nghiên cứu cũng được hiệu chỉnh để đảm bảo tính tin cậy và giá trị hội tụ, phân biệt trong bối cảnh nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cũng góp phần mở rộng vốn hiểu biết về vai trò của đổi mới sáng tạo dịch vụ trong việc nâng cao sự hài lòng và tác động đến ý định mua lại.

Về mặt thực tế, nghiên cứu cung cấp những hàm ý quản trị quan trọng cho các doanh nghiệp dịch vụ trong việc thiết kế và triển khai các sáng kiến đổi mới sáng tạo phù hợp với nhu cầu và đặc điểm của từng nhóm khách hàng Thế hệ Z. Doanh nghiệp có thể nâng cao trải nghiệm, giá trị dịch vụ, thu hút khách hàng để củng cố sự hài lòng và ý định mua lại. Điều này đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng lợi thế cạnh tranh lâu dài trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và sự chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ và hướng tới phát triển kinh tế bền vững.

Mặc dù đã có những đóng góp đáng kể, nghiên cứu cũng tồn tại một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, cỡ mẫu có thể còn hạn chế, dẫn đến khả năng không đạt ý nghĩa thống kê cho các giả thuyết về tác động trực tiếp của đổi mới sáng tạo đến ý định mua lại. Thứ hai, do phạm vi nghiên cứu tương đối rộng, các kết quả có thể chưa thể hiện đầy đủ các đặc thù của từng lĩnh vực dịch vụ cụ thể. Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo có thể tăng cường cỡ mẫu, đồng thời tập trung hơn vào các ngành dịch vụ nhất định nhằm kiểm chứng và mở rộng kết quả trong bối cảnh nghiên cứu cụ thể hơn.

Tài liệu tham khảo

- Alharthey, B.K. (2018), 'Linking Interactive and Supportive Service Innovation with Customer Satisfaction Through Customer Value Creation', *International Journal of Marketing Studies*, 10(4), 108, DOI: <https://doi.org/10.5539/ijms.v10n4p108>.
- Ameme, B., & Wireko, J. (2016), 'Impact of technological innovations on customers in the banking industry in developing countries', *The Business & Management Review*, 7(3), 388-397.
- Anh Do, D., Diem Doan, Q., Khanh Vu, L., Thi Le, T., Minh Tran, N., & Linh Nguyen, G. (2023), 'Antecedents of turnover intention among Gen z in Vietnam: The mediating role of affective commitment', *Cogent Business & Management*, 10(3), 2267811, DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2267811>.

-
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1990), 'Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation', *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152, DOI: <https://doi.org/10.2307/2393553>.
- DeVellis, R.F. (2012), *Scale development: theory and applications*, Sage, Washington, D.C.
- Đỗ Anh Đức (2022), 'Đổi mới sáng tạo tại Việt Nam trong bối cảnh công nghiệp 4.0', *Tạp chí Kinh tế và Quản lý*, 33(3), 57-60.
- Đỗ Anh Đức, Hà Diệu Linh, Bùi Phương Thảo, Nguyễn Đức Kiên & Trần Nguyễn Hoàng Dũng (2024), 'Ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng thế hệ Z', *Tạp chí Kinh tế và Quản lý*, 67, 57-65.
- Đỗ Anh Đức, Lê Thuỳ Dương & Vũ Xuân Tình (2023), 'Thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp ở thành phố Hà Nội: Bài học kinh nghiệm từ các doanh nghiệp quốc tế', *Tạp chí Công thương*, 1, 166-171.
- Đỗ Anh Đức (2021), 'Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực đổi mới sáng tạo của sinh viên trong các trường đại học', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 286, 96-106.
- Dolfsma, W., & Dannreuther, C. (2003), 'Subjects and boundaries: Contesting social capital-based policies', *Journal of Economic Issues*, 37(2), 405-413.
- Edvardsson, B., Meiren, T., Schäfer, A., & Witell, L. (2013), 'Having a strategy for new service development—does it really matter?', *Journal of service Management*, 24(1), 25-44, DOI: <https://doi.org/10.1108/09564231311304170>.
- Gilkeson, J. H., & Reynolds, K. (2003), 'Determinants of internet auction success and closing price: An exploratory study', *Psychology & Marketing*, 20(6), 537-566, DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.10086>.
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I.H. (2023), 'The influence of social influence and peer influence on intention to purchase in e-commerce', *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(1), 61-84.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2013), 'Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance', *Long Range Planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., Sarstedt, M., Danks, N.P. & Ray, S. (2021), 'An Introduction to Structural Equation Modeling', In: *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*, Classroom Companion: Business. Springer, Cham, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A., & Rickard, J.A. (2003), 'Customer repurchase intention: A general structural equation model', *European journal of marketing*, 37(11/12), 1762-1800, DOI: <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>.
- Hill, T.P. (1977), 'On goods and services', *Review of income and wealth*, 23(4), 315-338, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.1977.tb00021>.
- Hock, C., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2010), 'Management of multi-purpose stadiums: Importance and performance measurement of service interfaces', *International Journal of Services Technology and Management*, 14(2-3), 188-207.
- Khuong, M.N., & Giang, T.H. (2014), 'The Effects of Service Innovation on Perceived Value and Guest's Return Intention - A Study of Luxury Hotels in Ho Chi Minh City, Vietnam', *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 503-510, DOI: 10.7763/IJTEF.2014.V5.423.
- Lupiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran jasa: teori dan praktik (Edisi Pert)*, Salemba Empat.
- Mahajan, V., Rao, V.R., & Srivastava, R.K. (1994), 'An approach to assess the importance of brand equity in acquisition decisions', *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of The Product Development & Management Association*, 11(3), 221-235, DOI: <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1130221>.
- Mahmoud, M.A., Hinson, R.E., & Anim, P.A. (2018), 'Service innovation and customer satisfaction: the role of customer value creation', *European Journal of Innovation Management*, 21(3), 402-422. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2017-0117>.
- Matsuo, M. (2006), 'Customer orientation, conflict, and innovativeness in Japanese sales departments', *Journal of Business Research*, 59(2), 242-250, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.06.002>.
- Michel, S., Brown, S.W., & Gallan, A.S. (2008), 'An expanded and strategic view of discontinuous innovations: deploying a service-dominant logic', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 54-66. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11517-007-9117-1>.
-

doi.org/10.1007/s11747-007-0066-9.

- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M., & Abujarad, I. (2011), 'The impact of firm reputation on customers' responses to service failure: The role of failure attributions', *Business Strategy Series*, 12, 19-29, DOI: <https://doi.org/10.1108/17515631111106849>.
- Oliver, R.L. (1980), 'A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions', *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469, DOI: <https://doi.org/10.1177/00222437800170040>.
- Ordanini, A., Parasuraman, A., & Rubera, G. (2013), 'When the Recipe Is More Important Than the Ingredients: A Qualitative Comparative Analysis (QCA) of Service Innovation Configurations', *Journal of Service Research*, 17(2), 134-149, DOI: <https://doi.org/10.1177/1094670513513337>.
- Pantouvakis, A., & Bouranta, N. (2013), 'The interrelationship between service features, job satisfaction and customer satisfaction: Evidence from the transport sector', *The TQM Journal*, 25(2), 186-201, DOI: <https://doi.org/10.1108/17542731311299618>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1985), 'Quality counts in services too', *Business Horizons*, 28(3), 47-52.
- Rogers, E.M., Singhal, A., & Quinlan, M.M. (2014), 'Diffusion of innovations', In *An integrated approach to communication theory and research*, 432-448, Routledge.
- Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J.R. (2013), 'Competing through service innovation: The role of bricolage and entrepreneurship in project-oriented firms', *Journal of Business Research*, 66(8), 1085-1097, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.03.005>.
- Ta, D.T., & Yang, C.H. (2018), 'Exploring the impacts of service innovation on customer satisfaction in the telecom industry: A perspective from interactive and supportive service innovations', *International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1850053, DOI: <https://doi.org/10.1142/S1363919618500536>.
- Tai, Y.-F., Wang, Y.-C., & Luo, C.-C. (2021), 'Technology-or human-related service innovation? Enhancing customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry', *Service Business*, 15, 667-694, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00461-w>.
- Vu, T.H., Do, A.D., Ha, D.L., Hoang, D.T., Van Le, T.A., & Le, T.T.H. (2024), 'Antecedents of digital entrepreneurial intention among engineering students', *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100233. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100233>.
- Vu, T.T.H. & Do, A.D. (2023), 'Innovation of enterprises in Hanoi city', *Journal of Economics and Development*, 317(1), 48-58.
- Walter, A., Müller, T. A., Helfert, G., & Ritter, T. (2003), 'Functions of industrial supplier relationships and their impact on relationship quality', *Industrial Marketing Management*, 32(2), 159-169, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0019-8501\(02\)00230-4](https://doi.org/10.1016/S0019-8501(02)00230-4).
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2019), 'Service innovation, service delivery and customer satisfaction and loyalty in the banking sector of Ghana', *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1215-1233. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2018-0142>.
- Zeithaml, V.A. (2000), 'Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 67-85, DOI: <https://doi.org/10.1177/0092070300281007>.

ẢNH HƯỞNG CỦA ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ DU LỊCH THÔNG MINH ĐẾN Ý ĐỊNH QUAY LẠI CỦA DU KHÁCH TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Huỳnh Diệp Trâm Anh

Trường Du lịch, Đại học Huế
Email: hdtanh.dl23@hueuni.edu.vn

Hà Nam Khánh Giao

Học viện Hàng không Việt Nam
Email: khanhgiaohn@yahoo.com

Hồ Thị Hương Lan

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế
Email: Hthlan@hueuni.edu.vn

Mã bài: JED-2095

Ngày nhận: 21/11/2024

Ngày nhận bản sửa: 09/12/2024

Ngày duyệt đăng: 30/12/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.2095

Tóm tắt:

Nghiên cứu này đánh giá ảnh hưởng của ứng dụng công nghệ du lịch thông minh đến ý định quay lại Thành phố Cần Thơ của du khách. Lý thuyết kích thích-chủ thể-phản ứng (Stimulus-Organism-Response) và lý thuyết trọng dịch vụ được áp dụng trong nghiên cứu này với bối cảnh là Thành phố Cần Thơ. Bằng phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua một khảo sát gồm 502 khách du lịch, kết quả cho thấy 4 thuộc tính của ứng dụng công nghệ du lịch thông minh bao gồm: (1) Hệ thống thông tin thông minh; (2) Hệ thống tham quan thông minh; (3) Hệ thống thương mại điện tử; (4) Giao thông thông minh đều có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến nhận thức được, sự hài lòng và ý định quay lại Cần Thơ của du khách. Từ đó, các hàm ý chính sách đối với các bên liên quan cũng được thảo luận và đề xuất nhằm duy trì khả năng cạnh tranh và tính bền vững của điểm đến.

Từ khóa: Cần Thơ, lý thuyết Kích thích-Chủ thể-Phản ứng, SDL, ứng dụng công nghệ du lịch thông minh, ý định quay lại.

Mã JEL: M10, M31, M38

The impact of smart tourism technology applications on tourists' revisit intentions in Can Tho City

Abstract:

This study aims to evaluate the impact of smart tourism technology applications on tourists' intentions to revisit Can Tho City. The Stimulus-Organism-Response theory and the service-dominant logic theory are employed within the context of Can Tho City. By utilizing a quantitative research method conducted through a survey of 502 tourists, the results indicate that four attributes of the smart tourism technology experience, namely (i) Smart Information System; (ii) Smart sightseeing; (iii) E-commerce Systems; and (iv) Intelligent traffic positively influence destination image, satisfaction, and tourists' intention to return to Can Tho. Consequently, managerial implications for stakeholders are discussed and proposed for maintaining the competitiveness and sustainability of the destination.

Keywords: Can Tho, Stimulus-Organism-Response, SDL, smart tourism technology applications, revisit intention.

JEL Codes: M10, M31, M38

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng phát triển cùng với sự hỗ trợ của công nghệ du lịch thông minh như ứng dụng di động, điện toán đám mây, Internet vạn vật (IoT) và trí tuệ nhân tạo (AI) (Wang & cộng sự, 2016) thì khái niệm du lịch thông minh đã nổi lên như một xu hướng quan trọng nhằm nâng cao hình ảnh điểm đến và trải nghiệm của du khách (Ahlawat & cộng sự, 2023). Ứng dụng công nghệ du lịch thông minh (Smart Tourism Applications - STAs) không chỉ cung cấp thông tin hữu ích mà còn tạo ra những trải nghiệm cá nhân hóa cho du khách thông qua việc tích hợp công nghệ thông tin và truyền thông (Tavitiyaman & cộng sự, 2021, 2024). Việc cung cấp các công nghệ tiên tiến có thể cải thiện chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch và quan chức chính phủ, đồng thời nâng cao hình ảnh tích cực của một điểm đến và cải thiện ý định ghé thăm và giới thiệu của khách du lịch (Agarwal & Gowda, 2021; Aviana & Alversia, 2019). Nghiên cứu về các thuộc tính của STAs đã chỉ ra nhiều khía cạnh quan trọng trong việc ảnh hưởng đến hình ảnh nhận thức của du khách và hành vi du lịch (Tavitiyaman & cộng sự, 2024). Các nghiên cứu cho thấy rằng thuộc tính của STAs có thể tác động tích cực đến hình ảnh nhận thức của điểm đến. Cụ thể, các thuộc tính như hệ thống thông tin thông minh, quản lý du lịch thông minh, tham quan thông minh, hệ thống thương mại điện tử, giao thông thông minh và dự báo thông minh đã được chứng minh là góp phần nâng cao hình ảnh điểm đến của du khách (Tavitiyaman & cộng sự, 2021). Khi trải nghiệm du lịch được cải thiện nhờ vào công nghệ, hình ảnh điểm đến cũng sẽ được củng cố, từ đó nâng cao sự hài lòng và thúc đẩy ý định quay lại hoặc giới thiệu điểm đến cho người khác (Tavitiyaman & cộng sự, 2021). Mặc dù một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng STAs có thể cải thiện hình ảnh điểm đến và ý định hành vi của du khách, vẫn còn nhiều khoảng trống nghiên cứu cần được khám phá. Đầu tiên, thiếu các nghiên cứu thực nghiệm sâu rộng về cách mà các thuộc tính cụ thể của STAs ảnh hưởng đến từng nhóm đối tượng du khách khác nhau. Các nghiên cứu hiện tại chủ yếu tập trung vào một số điểm đến nhất định mà chưa xem xét sự khác biệt trong trải nghiệm của du khách tại các địa điểm khác nhau. Thứ hai, nhiều nghiên cứu trước đây đã sử dụng mẫu nghiên cứu hạn chế, chủ yếu từ một số thành phố lớn hoặc điểm đến nổi tiếng. Điều này có thể dẫn đến những kết luận không thể tổng quát hóa cho các điểm đến khác hoặc cho các nhóm du khách đa dạng hơn, bao gồm cả những người du lịch ở các khu vực nông thôn hoặc ít phát triển hơn. Cuối cùng, các nghiên cứu hiện tại chưa đủ để xác định liệu việc sử dụng hệ thống du lịch thông minh có thực sự tạo ra giá trị kinh tế và xã hội cho các bên liên quan hay không. Nghiên cứu này sẽ phân tích ảnh hưởng của các thuộc tính trải nghiệm của STAs đến hình ảnh điểm đến của du khách, từ đó tác động đến sự hài lòng và ý định quay lại của họ. Bài viết được cấu trúc gồm năm phần: sau phần giới thiệu là tổng quan tài liệu; phần thứ ba trình bày phương pháp nghiên cứu; kết quả nghiên cứu và thảo luận được trình bày trong phần tiếp theo; cuối cùng là kết luận cùng với đóng góp của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm liên quan

Điểm đến du lịch thông minh

Buhalis & Amaranggana (2013) đã định nghĩa các điểm đến du lịch thông minh là sự kết hợp của các sản phẩm du lịch và được khởi xướng từ thành phố thông minh. Huang & cộng sự (2012) đã đề cập rằng ý nghĩa thực sự của các điểm đến du lịch thông minh là tập trung và chăm sóc các nhu cầu cá nhân của khách du lịch bằng cách kết hợp công nghệ thông tin và truyền thông với văn hóa bình thường. Một định nghĩa nữa là điểm đến đó có các dịch vụ du lịch được áp dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) dành cho khách du lịch tại một điểm tham quan cụ thể (Gretzel & cộng sự, 2015; Li, 2022).

Ứng dụng du lịch thông minh (Smart tourism application - STA)

Ứng dụng du lịch thông minh (Smart tourism application - STA) được định nghĩa là việc sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông nhằm nâng cao trải nghiệm của khách du lịch tại một điểm đến cụ thể (Tavitiyaman & cộng sự, 2021). Ngoài ra nghiên cứu cũng đề cập đến sáu loại ứng dụng du lịch thông minh bao gồm: (1) Hệ thống thông tin thông minh cung cấp Wifi miễn phí, mã QR và các ứng dụng có thể thực hiện trên điện thoại di động; (2) Quản lý du lịch thông minh là kiểm soát hành vi sử dụng mạng lưới trực tuyến (web) và việc đồng sáng tạo ra trải nghiệm của khách du lịch; (3) Hệ thống tham quan thông minh là các hướng dẫn bằng thiết bị điện tử và bản đồ du lịch số (E-map tour); (4) Hệ thống {Citation} thương mại

điện tử được sử dụng để mô tả các hệ thống điểm bán hàng và ứng dụng thanh toán trực tuyến và chuyển tiền qua Internet; (5) Giao thông thông minh nhằm mục đích cung cấp thông tin về giao thông đường bộ, chẳng hạn như dịch vụ taxi điện tử và hệ thống quản lý giao thông; (6) Dự báo thông minh cung cấp thông tin về dự báo lưu lượng giao thông và thời gian xếp hàng.

Hình ảnh điểm đến nhận thức được

Aviana & Alversia (2019) mô tả hình ảnh điểm đến là tập hợp những niềm tin và nhận thức về các thuộc tính và hoạt động của điểm đến. Hình ảnh đa chiều này được định hình bởi những đánh giá về nhận thức và cảm xúc có ảnh hưởng đến hành vi của khách du lịch (Baloglu & McCleary, 1999) và có thể nâng cao khả năng sáng tạo và trải nghiệm cho du khách (Sthapit & cộng sự, 2024).

2.2. Lý thuyết kích thích-cơ thể-phản ứng và lý thuyết trọng dịch vụ

Lý thuyết kích thích-cơ thể-phản ứng (Stimulus-Organism-Response, S-O-R) bắt nguồn từ tâm lý học môi trường (Mehrabian & Russell, 1974) và được các nhà nghiên cứu sử dụng để giải thích ý định quay lại trong các bối cảnh khác nhau như bán lẻ (Errajaa & cộng sự, 2022) hoặc du lịch (Al-Sulaiti, 2022). Trong khuôn khổ S-O-R, các kích thích là các tín hiệu môi trường điều chỉnh trạng thái tâm lý của cá nhân (Sthapit & cộng sự, 2024) ảnh hưởng đến nhận thức của họ và đóng vai trò là điểm khởi đầu cho việc ra quyết định (Koo & Ju, 2010). Trong bối cảnh du lịch, những tín hiệu này có thể nâng cao nhận thức của khách du lịch và thúc đẩy họ hành động một cách có ý thức hoặc vô thức (Sthapit & cộng sự, 2024). Các chiều hướng khác nhau của ứng dụng hệ thống du lịch thông minh, bao gồm (1) Hệ thống thông tin thông minh; (2) Quản lý du lịch thông minh; (3) Hệ thống tham quan thông minh; (4) Hệ thống thương mại điện tử; (5) Giao thông thông minh; (6) Dự báo thông minh (Tavitiyaman & cộng sự, 2021) có thể được coi là các kích thích vì chúng ủng hộ các tương tác không chỉ giữa du khách và nhà cung cấp dịch vụ và có thể là cư dân trong khi ở điểm đến, mà còn giữa chính du khách với nhau. Những tương tác này có thể ảnh hưởng đến ý định hành vi du lịch của du khách và nhận thức về bản thân cũng như những người khác (Kuchumov & cộng sự, 2024). Nói cách khác, các ứng dụng du lịch thông minh được du khách coi là có giá trị và đáng tin cậy (Ghaderi & cộng sự, 2018) và có thể tạo ra trong họ những trải nghiệm du lịch tích cực cũng như sự hài lòng (Jeong & Shin, 2020), điều này có thể dẫn đến ý định quay lại điểm đến.

Theo lý thuyết trọng dịch vụ (Service-Dominant Logic, SDL) thì doanh nghiệp, khách hàng và các bên liên quan sẽ đồng tạo ra giá trị cho khách hàng (Vargo & Lusch, 2004; 2016). Trong bối cảnh du lịch, lý thuyết này nhấn mạnh sự tương tác phức tạp giữa khách du lịch và nhà cung cấp dịch vụ làm nổi bật tầm quan trọng của các tương tác và mối quan hệ trong việc cung cấp ứng dụng công nghệ du lịch thông minh.

2.3. Mối quan hệ giữa STA với hình ảnh điểm đến nhận thức được

Các yếu tố như thông tin du lịch và cơ sở hạ tầng công nghệ có thể ảnh hưởng đáng kể đến hình ảnh điểm đến nhận thức được (Tavitiyaman & cộng sự, 2021). Cohen (1988) phân tích sáu khía cạnh của điểm đến du lịch thông minh: quản trị thông minh, môi trường thông minh, di chuyển thông minh, nền kinh tế thông minh, con người thông minh và cuộc sống thông minh. Chính vì thế, giả thuyết được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1a: Hệ thống thông tin thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

Giả thuyết H1b: Hệ thống dự báo thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

Giả thuyết H1c: Hệ thống tham quan thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

Giả thuyết H1d: Hệ thống quản lý thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

Giả thuyết H1e: Hệ thống giao thông thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

Giả thuyết H1f: Hệ thống thương mại điện tử có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh điểm đến của du khách.

2.4. Mối quan hệ giữa hình ảnh điểm đến nhận thức được, sự hài lòng và ý định của khách du lịch đối với một điểm đến

Ý định hành vi có thể là hành vi giới thiệu hoặc ý định ghé thăm (Tavitiyaman & cộng sự, 2021). Theo (Abdullah & Lui, 2018) một hình ảnh điểm đến thuận lợi có thể nâng cao sự hài lòng này bằng cách phù hợp với hoặc vượt qua kỳ vọng của khách du lịch. Trong khi đó, hình ảnh điểm đến có sự tích cực và

thuận lợi về các cách sống khác nhau, những địa điểm huyền bí và giải trí, và các hoạt động có thể ảnh hưởng đến hành vi ghé thăm của khách du lịch. Chất lượng tài nguyên điểm đến (ví dụ: các điểm tham quan đa dạng, văn hóa phong phú, di sản và tài nguyên thiên nhiên) cũng có thể làm tăng khả năng du khách quay lại và giới thiệu (Chen, 2020). Từ những thảo luận trên, giả thuyết nghiên cứu sau đây được đề xuất:

Giả thuyết H₂: Hình ảnh điểm đến được nhận thức của khách du lịch có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách du lịch

Giả thuyết H₃: Hình ảnh điểm đến được nhận thức có ảnh hưởng tích cực đến ý định quay lại của khách du lịch đối với điểm đến.

Giả thuyết H₄: Sự hài lòng của khách du lịch có tác động tích cực đến ý định quay lại của khách du lịch đối với điểm đến.

2.5. Mô hình nghiên cứu đề xuất

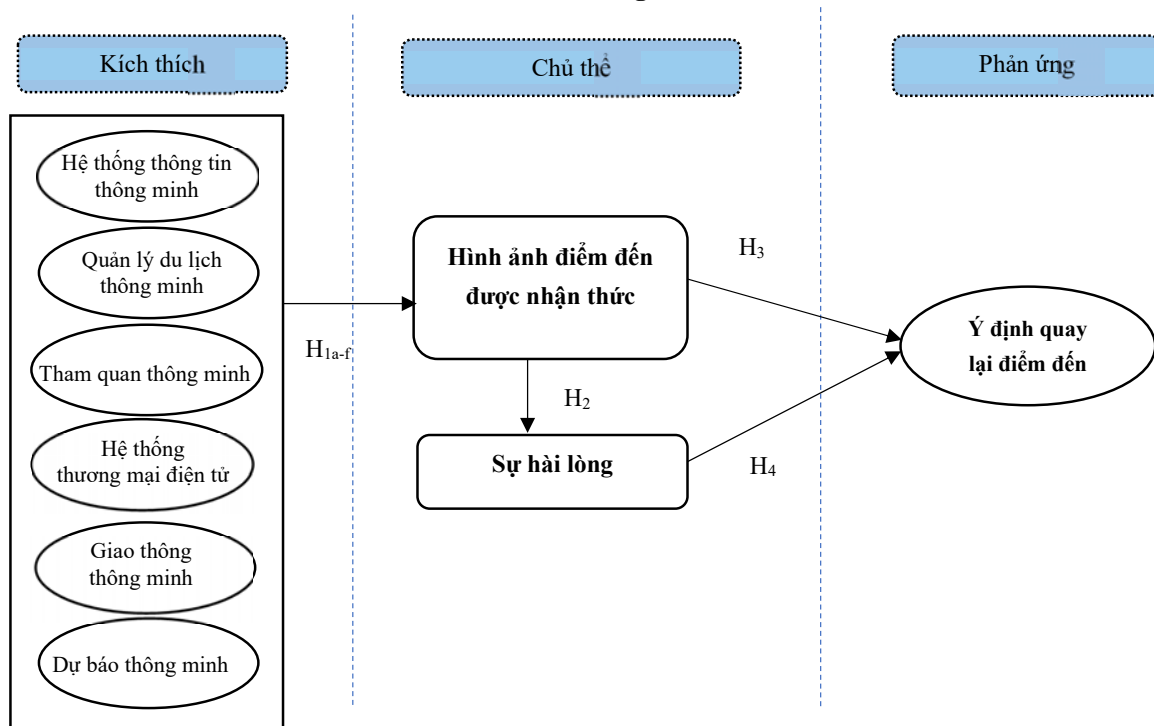
Dựa theo các lập luận trên, mô hình nghiên cứu được nhóm tác giả đề xuất như trình bày trong Hình 1.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng các cuộc phỏng vấn sâu với các bên liên quan về ứng dụng công nghệ thông minh tại thành phố Cần Thơ và điều chỉnh thang đo cho bảng hỏi. Các cuộc phỏng vấn bao gồm: 3 cuộc phỏng vấn với nhà làm chính sách, 3 cuộc phỏng vấn với doanh nghiệp cung cấp giải pháp chuyên đổi số trong du lịch, 4 cuộc phỏng vấn với quản lý khách sạn (Wink Hotel và Sojo Hotel), 5 cuộc phỏng vấn với Ban quản lý Khu du lịch Cồn Sơn, 3 cuộc phỏng vấn với chuyên gia từ tổ chức Usaid và 10 cuộc phỏng vấn với du khách lưu tại các khách sạn thông minh. Kết quả được thống kê bằng Excel.

Nghiên cứu định lượng được thực hiện với đối tượng khảo sát là những du khách đã đi du lịch ở Thành phố Cần Thơ và đã sử dụng các ứng dụng công nghệ du lịch thông minh trong chuyến đi của họ từ tháng 3 đến tháng 10 năm 2024. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện được áp dụng với 550 du khách đã tham gia trả lời bảng hỏi tại khách sạn Can Tho Sojo Hotel, Wink Hotel, bảo tàng Cần Thơ, khu du lịch Cồn Sơn và Chợ nổi Cái Răng. Bảng hỏi được thiết kế rõ ràng, đơn giản bằng thang đo Likert 5, từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý). Các thang đo các ứng dụng du lịch thông minh được xây dựng và điều chỉnh từ nghiên cứu của (Novianti & cộng sự, 2022; Tavitiyaman & cộng sự, 2021); thang đo sự hài lòng được điều chỉnh bởi Nieves-Pavón & cộng sự (2023); Thang đo ý định quay lại được vận dụng và điều chỉnh từ nghiên cứu của Vo Thanh & cộng sự (2018). Tổng cộng có 502 phiếu được sử dụng để đưa vào phân

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



tích dữ liệu. Trong quá trình này cần phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính dựa theo phương pháp bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) thông qua đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc vì phương pháp này cho phép xây dựng các mô hình phức tạp, bao gồm cả các biến trung gian và điều tiết, mà không đòi hỏi các giả định nghiêm ngặt về phân phối dữ liệu như CB-SEM.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Hệ thống ứng dụng công nghệ du lịch thông minh tại Thành phố Cần Thơ

Qua tìm hiểu từ dữ liệu được cung cấp bởi Sở Du lịch thành phố Cần Thơ kết hợp với phỏng vấn sâu các bên liên quan cho thấy các ứng dụng công nghệ du lịch thông minh mà Cần Thơ đang triển khai có thể được phân loại theo sáu nhóm (thuộc tính). Đây là các ứng dụng được sử dụng trước, trong và sau chuyến đi nhằm hỗ trợ các hoạt động du lịch cũng như quá trình trải nghiệm của du khách tại Thành phố Cần Thơ.

Kết quả đánh giá về ứng dụng công nghệ du lịch thông minh phục vụ cho du lịch tại Cần Thơ như sau: Đối với khách du lịch nội địa mua tour trọn gói của doanh nghiệp lữ hành thì sử dụng ứng dụng Canthotourism để tìm hiểu thông tin, cùng với các ứng dụng như GO!, Big C, Shopee và các ứng dụng thanh toán như VNPAY, Zalo Pay, VNPT Money, VietPay. Tuy nhiên, họ vẫn chủ yếu thanh toán bằng tiền mặt hoặc qua ngân hàng. Đối với khách du lịch nội địa đi du lịch Cần Thơ theo hình thức tự túc thì ngoài các ứng dụng trên, họ còn sử dụng Booking, Traveloka, Agoda, Trivago và Tripadvisor để đặt phòng và dịch vụ khác. Khách tự túc có xu hướng tìm hiểu thông tin về điểm đến nhiều hơn so với khách theo tour. Đối với khách du lịch quốc tế mua tour trọn gói của doanh nghiệp lữ hành thường sử dụng Canthotourism để tìm hiểu điểm đến nhiều khách nội địa hơn. Họ ít sử dụng ứng dụng thanh toán trực tuyến và thanh toán thường xuyên bằng thẻ tín dụng hoặc tiền mặt. Khách quốc tế tự túc thì sử dụng các ứng dụng tương tự như khách quốc tế theo tour để đặt phòng và dịch vụ. Họ cũng có xu hướng tìm hiểu thông tin về điểm đến nhiều hơn. Mặc dù ứng dụng này hữu ích nhưng tỷ lệ sử dụng còn thấp và có một số phản hồi không hài lòng về chức năng. Ví dụ, mục “Sự kiện” trên Du lịch Cần Thơ không sắp xếp theo thời gian rõ ràng, gây khó khăn cho khách trong công việc theo dõi. Một số lỗi kỹ thuật như không thể truy cập được camera hoặc mã QR không tồn tại cũng đã được ghi nhận. Khách du lịch theo tour thường sử dụng nhiều ứng dụng khi có người hướng dẫn tư vấn. Đối với khách tự túc, cần có thêm thông tin hỗ trợ tại các bến xe, bến tàu và khu du lịch. Việc nâng cấp và cập nhật thông tin cho các ứng dụng sẽ giúp tăng cường trải nghiệm du khách và cải thiện quản lý du lịch tại Cần Thơ.

4.2. Ảnh hưởng của ứng dụng công nghệ du lịch thông minh đến ý định quay trở lại của du khách tại điểm đến Cần Thơ

4.2.1. Mẫu nghiên cứu

Bảng 1: Các ứng dụng du lịch thông minh được du khách sử dụng tại Cần Thơ

Hệ thống thông tin thông minh	Quản lý du lịch thông minh	Hệ thống tham quan thông minh	Hệ thống thương mại điện tử	Giao thông thông minh	Dự báo thông minh
PAHT Ninh Kiều	Booking	Can Tho Tourism	Go và Big C	Can Tho SC	Can Tho Smart
EzCloudHotel	Traveloka	Can Tho Smart	Ví VNPAY	Vexere	Chonoicairang
Manager	Agoda	Can Tho SC	Zalo Pay	Futa	
63Stravel	Trivago	MobileFone	Viettel Pay	KiotViet	
ChonoiCai rang	Tripadvisor	SmartTravel	VNPT Money	Xanh SM	
	Ivivu	63Stravel	Viet QR	Grab	
	Vietnam Booking	Chonoicairang	Xanh SM	Bee	
	Hotels.com		Du Lịch cùng Flane	Cantho Bus	
	SOJO Hotels		Saigon	Google Maps	
	Winks		tourist travel		
	PAHT Ninh Kiều		Shopee		
	Golden Spoons		Shopee Food		
			Gojek: Transport và Food		

Phân tích thống kê mô tả được sử dụng để phân tích các đặc điểm nhân khẩu học của người trả lời. Dựa trên kết quả gồm 502 mẫu được đưa vào phân tích dữ liệu thì có 53,6% người trả lời là nam giới và 0,46% người trả lời là nữ giới. Về trình độ học vấn thì 39% là người tốt nghiệp trung học phổ thông, 34% có bằng cử nhân và 27% có bằng thạc sĩ trở lên. Dựa trên độ tuổi thì 36% độ tuổi từ 21-30, 27% độ tuổi từ 31-40, 13% độ tuổi từ 41-50, 12% độ tuổi từ 51-60 và 11% độ tuổi từ 61 trở lên. Những kết quả này cho thấy những người trả lời trong nghiên cứu này có sự phân bố số lượng trải rộng trên từng nhóm, trong đó nhóm độ tuổi cho thấy người có độ tuổi trẻ tham gia nhiều vào hoạt động trải nghiệm du lịch thông minh hơn.

4.2.2. Đánh giá mô hình đo lường

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được tiến hành để xác định các mô hình tiềm năng giữa các mục. Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy tất cả các cấu trúc của các yếu tố đều có độ tin cậy cao với chỉ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7. Điều này cho thấy các câu hỏi hoặc biến đo lường của mỗi yếu tố có mối liên quan tốt với nhau và đo lường chính xác khía cạnh tương ứng. Hệ số độ tin cậy tổng hợp CR của các yếu tố cũng nằm trong khoảng 0,880 đến 0,920. Điều này chỉ ra rằng các yếu tố được đo lường một cách đáng tin cậy và đảm bảo tính đồng nhất trong các câu hỏi hoặc biến đo lường của từng yếu tố. Các cấu trúc của các yếu tố đều đảm bảo tính hội tụ, với chỉ số AVE (Average Variance Extracted) nằm trong khoảng 0,637 đến 0,857, đều lớn hơn 0,5. Điều này phản ánh biến đo lường trong mỗi yếu tố giải thích một phần đáng kể của sự biến thiên trong yếu tố đó và có tính đồng nhất. Kết quả này cho thấy rằng các yếu tố ES, IM, SF, SI, SS, ST, IMD, S và RI được sử dụng trong nghiên cứu đều đáng tin cậy và có tính hợp lý, cho phép các phân tích và kết quả từ nghiên cứu dựa trên các biến này có sự kiểm soát và tin cậy.

Kiểm định giá trị phân biệt thang đo: Theo Henseler & cộng sự (2015) thì HTMT > 0,9 tính phân biệt bị vi phạm; HTMT < 0,85 tính phân biệt được đảm bảo tốt và 0,85 đến 0,90 sẽ chấp nhận được. Kết quả HTMT đều dưới 0,888 nên tính phân biệt của các yếu tố trong mô hình được đảm bảo.

Theo Fornell & Larcker (1981), kết quả cho thấy hệ số căn bậc hai AVE lớn hơn các hệ số tương quan với các biến tiềm ẩn khác, điều này cho thấy rằng thang đo đang đảm bảo tính phân biệt.

4.2.3. Mô hình cấu trúc

Hệ số đường dẫn và kiểm định giả thuyết

Để đánh giá các giả thuyết đề xuất được chấp nhận hay bác bỏ, nghiên cứu sử dụng p_value để xác định. Để kiểm tra các giả thuyết, cần sử dụng phương sai được giải thích (R^2) của các biến phụ thuộc và biến trung gian, hệ số đường dẫn (β) và mức ý nghĩa của chúng (p_value và t), thu được từ quá trình khởi động bằng cách lấy mẫu lại (5000 quan sát) đến đánh giá tầm quan trọng của các mối quan hệ được giả định. Kết quả kiểm tra giả thuyết được tóm tắt trong Hình 2 và Bảng 4.

Kết quả kiểm định giả thuyết được tóm tắt trong Bảng 4, trong đó quản lý thông minh không có ảnh hưởng tích cực đến IDM vì $\beta = 0,345$; $t = 0,945$; dự báo thông minh có $\beta = 0,3435$; $t = 0,781$ nên cũng bị bác bỏ, theo đó dự báo thông minh không liên quan đến IDM.

Để đánh giá mô hình cấu trúc (bên trong), hai tiêu chí được đề xuất về ý nghĩa của hệ số đường dẫn và giá trị R^2 đã được áp dụng (Hair và cộng sự, 2017). Các R^2 là 0,38, 0,57 và 0,60 cho tất cả các cấu

Bảng 2: Chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait – HTMT

	ES	IM	RI	S	SF	SI	SS	ST
ES								
IM	0,031							
RI	0,365	0,235						
S	0,362	0,178	0,862					
SF	0,123	0,099	0,156	0,179				
SI	0,234	0,051	0,326	0,499	0,319			
SS	0,051	0,182	0,237	0,234	0,116	0,080		
ST	0,067	0,472	0,166	0,140	0,038	0,078	0,077	
IMD	0,553	0,166	0,875	0,888	0,209	0,497	0,234	0,187

Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0, 2024.

trúc nội sinh lần lượt được coi là yếu, trung bình và đáng kể. Các số liệu thống kê cho nghiên cứu này là 0,60 đối với RI và 0,57 đối với S như được mô tả trong Hình 2 nên một lần nữa là thỏa đáng.

Bảng 3: Bảng Fornell-Larcker

	ES	IM	RI	S	SF	SI	SS	ST	IMD
ES	0,926								
IM	0,005	0,855							
RI	0,320	0,161	0,798						
S	0,325	0,151	0,727	0,855					
SF	0,115	0,085	0,127	0,157	0,883				
SI	0,213	0,000	0,289	0,444	0,282	0,841			
SS	0,018	0,155	0,180	0,207	0,102	0,040	0,897		
ST	-0,024	0,400	0,133	0,126	0,030	0,010	0,066	0,893	
IMD	0,459	0,126	0,724	0,754	0,180	0,424	0,205	0,161	0,804

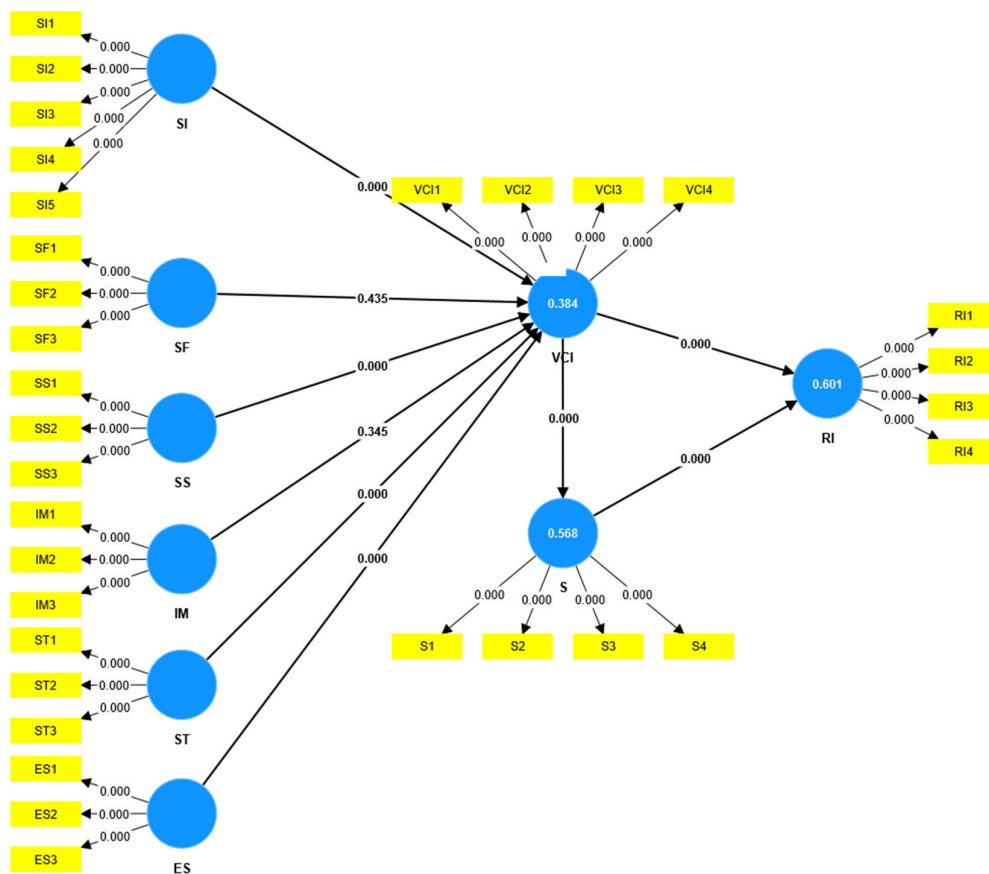
Nguồn: Phân tích PLS Algorithm trong Smart PLS 4.0, 2024.

R² hiệu chỉnh của RI bằng 0,601, như vậy các biến IDM và S giải thích được 60,1% sự biến thiên của biến RI. Điều này chứng minh rằng có một phần lớn sự biến đổi của RI có thể được giải thích bởi các yếu tố liên quan đến IDM và S. R² hiệu chỉnh của IDM bằng 0,568, như vậy các biến độc lập của STAs giải thích được 56,8% sự biến thiên của IDM. R² hiệu chỉnh của S bằng 0,384, như vậy các biến độc lập của STAs giải thích được 38,4% sự biến thiên của biến S.

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy ứng dụng du lịch thông minh tại Cần Thơ đã được du khách sử dụng trước –

Hình 2: Mô hình cấu trúc trên Smart PLS 4.0



Nguồn: Phân tích bootstrap giai đoạn hai trong Smart PLS 4.0.

Bảng 4: Kiểm định các giả thuyết mối quan hệ tác động của các biến bậc thấp lên biến bậc cao

Giả thuyết	Mối quan hệ tác động	P values	Mức P ý nghĩa của kiểm định t	Kết quả
ES -> IDM	0,386	0,000	11,150	Chấp nhận
IM -> IDM	0,036	0,345	0,945	Bác bỏ
S -> RI	0,421	0,000	7,222	Chấp nhận
SF -> IDM	0,027	0,435	0,781	Bác bỏ
SI -> IDM	0,329	0,000	9,014	Chấp nhận
SS -> IDM	0,167	0,000	4,573	Chấp nhận
ST -> IDM	0,149	0,000	3,755	Chấp nhận
IDM -> RI	0,724	0,000	7,286	Chấp nhận
IDM -> S	0,754	0,000	27,655	Chấp nhận

Nguồn: Phân tích bootstrap giai đoạn hai trong Smart PLS 4.0.

trong – sau chuyến đi của họ, đặc biệt là các ứng dụng đặt phòng, tìm kiếm thông tin và thanh toán trực tuyến và ứng dụng hệ thống du lịch thông minh của điểm đến Canthotourism. Các ứng dụng như Canthotourism, Booking, Traveloka được sử dụng phổ biến nhất. Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế như thông tin chưa được cập nhật thường xuyên, giao diện khó sử dụng và một số chức năng hoạt động chưa ổn định.

Kết quả phân tích cho thấy mối quan hệ tích cực giữa các thuộc tính trải nghiệm của STAs và IDM, S từ đó ảnh hưởng đến RI. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước đó của Tavitiyaman & cộng sự (2021). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng không phải tất cả các thuộc tính của các ứng dụng công nghệ du lịch thông minh (STAs) đều có tác động tích cực đến ý định quay lại của du khách (IDM). Cụ thể, thuộc tính quản lý thông minh không tạo ra ảnh hưởng rõ rệt, với các chỉ số kiểm định giả thuyết cho thấy $\beta=0,345$ và $t=0,945$. Tương tự, thuộc tính dự báo thông minh cũng không có mối liên hệ đáng kể với IDM, với $\beta=0,3435$ và $t=0,781$. Kết quả này dẫn đến việc bác bỏ giả thuyết rằng quản lý và dự báo thông minh có thể cải thiện IDM. Điều này phản ánh thực trạng đã được nhiều nghiên cứu trước đây chỉ ra, như nghiên cứu của Novianti & cộng sự (2022), cho thấy rằng mặc dù công nghệ có thể hỗ trợ trong việc cung cấp thông tin, nhưng không nhất thiết dẫn đến sự cải thiện trong nhận thức của du khách về điểm đến. Sự khác biệt này nhấn mạnh rằng không phải mọi ứng dụng công nghệ đều mang lại giá trị gia tăng cho trải nghiệm du lịch. Trong khi nhiều nghiên cứu trước đây đã khẳng định rằng các yếu tố công nghệ có thể nâng cao hình ảnh điểm đến và thúc đẩy ý định quay lại của du khách, nghiên cứu hiện tại cho thấy một bức tranh phức tạp hơn. Cụ thể, việc thiếu ảnh hưởng tích cực từ quản lý thông minh và dự báo thông minh có thể gợi ý rằng những yếu tố này cần được xem xét kỹ lưỡng hơn trong bối cảnh cụ thể của từng điểm đến. Điều này mở ra hướng nghiên cứu mới để tìm hiểu sâu hơn về cách mà các thuộc tính cụ thể của STAs tương tác với các yếu tố khác trong trải nghiệm du lịch. Kết quả này cũng cho thấy sự cần thiết phải điều chỉnh các chiến lược phát triển công nghệ du lịch theo từng bối cảnh địa phương và đặc điểm của nhóm đối tượng du khách. Việc hiểu rõ hơn về những yếu tố nào thực sự tạo ra giá trị cho du khách sẽ giúp cải thiện hiệu quả của các ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch.

Để đánh giá mô hình cấu trúc, các chỉ tiêu về ý nghĩa của hệ số đường dẫn và giá trị R^2 đã được áp dụng. Các giá trị R^2 cho thấy RI đạt 0,60 và S đạt 0,57. Những con số này cho thấy một mức độ giải thích đáng kể về sự biến thiên của các biến phụ thuộc. Cụ thể, R^2 hiệu chỉnh cho RI là 0,601, cho thấy rằng IDM và S giải thích được 60,1% sự biến thiên của RI. Điều này củng cố thêm quan điểm rằng mặc dù STAs có thể không trực tiếp cải thiện IDM, nhưng nó vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao S và RI. Các nghiên cứu trước đây như của Tavitiyaman & cộng sự (2021) cũng đã chỉ ra rằng việc sử dụng STAs có thể tạo ra những trải nghiệm tích cực cho du khách. Tuy nhiên, nghiên cứu này cho thấy rằng sự hài lòng không hoàn toàn phụ thuộc vào hình ảnh điểm đến mà còn bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác như chất lượng dịch vụ và trải nghiệm cá nhân. Điều này đồng nghĩa với việc các yếu tố bên ngoài như chất lượng dịch vụ tại điểm đến có thể là những yếu tố quyết định hơn là chỉ dựa vào công nghệ.

5. Kết luận, hàm ý cho các bên liên quan và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu này đã xác định được vai trò quan trọng của STAs trong việc nâng cao IDM, S và RI của du khách tại Cần Thơ. Kết quả cho thấy các thuộc tính như hệ thống thông tin thông minh, hệ thống tham quan thông minh, giao thông thông minh và hệ thống thương mại điện tử có ảnh hưởng tích cực đến IDM. Tuy nhiên, không phải tất cả các thuộc tính đều có tác động như nhau, quản lý thông minh và dự báo thông minh không có ảnh hưởng đáng kể đến IDM. Nghiên cứu này đóng góp vào việc làm rõ mối quan hệ STAs và hành vi của du khách, đồng thời cung cấp những gợi ý quan trọng cho các nhà quản lý du lịch trong việc đầu tư vào các STAs phù hợp để nâng cao trải nghiệm du khách và thu hút khách du lịch.

Tuy nhiên, nghiên cứu này còn một số hạn chế nhất định. Cụ thể, quy mô mẫu và phạm vi nghiên cứu còn giới hạn. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể xem xét mở rộng quy mô nghiên cứu để có được kết quả đại diện và toàn diện hơn. Đồng thời nên so sánh giữa các điểm đến khác nhau và xem xét tác động lâu dài của ứng dụng công nghệ du lịch thông minh. Ngoài ra, việc nghiên cứu sâu hơn về các yếu tố văn hóa, xã hội và tâm lý của du khách cũng là một hướng đi đáng quan tâm. Tiếp tục, ứng dụng du lịch thông minh vẫn chưa thật sự được cung cấp số lượng lớn và phổ biến tại Cần Thơ về trình độ công nghệ lẫn số lượng ứng dụng có mặt theo đánh giá của khách du lịch, vì vậy vẫn chưa đưa ra được cái nhìn tổng thể về các hệ thống ứng dụng du lịch thông minh hiện hành thật sự đang được sử dụng tại Cần Thơ. Ngoài ra, dựa trên kết quả nghiên cứu và những hạn chế đã nêu, các nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào việc làm rõ hơn các mối quan hệ phức tạp trong hệ sinh thái du lịch thông minh như xem xét sâu hơn về tương tác giữa các thuộc tính của ứng dụng, so sánh tác động của các ứng dụng này đối với các nhóm đối tượng du khách khác nhau, và đánh giá hiệu quả của chúng trong các bối cảnh văn hóa và xã hội đa dạng. Đồng thời, việc theo dõi dài hạn hành vi của du khách và đánh giá hiệu quả của các chính sách hỗ trợ sẽ cung cấp những bằng chứng thực nghiệm để đánh giá sự bền vững của các mô hình du lịch thông minh. Nghiên cứu này đã đóng góp vào việc xây dựng một nền tảng kiến thức vững chắc cho việc phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam nói chung và Cần Thơ nói riêng. Các kết quả nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng đối với việc hoạch định các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch thông minh, đồng thời cung cấp những gợi ý hữu ích cho các doanh nghiệp du lịch trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Tài liệu tham khảo

- Abdullah, S., & Lui, E. (2018), 'Satisfaction drivers and revisit intention of international tourists in Malaysia', *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 3(9), 1–13.
- Agarwal, I., & Gowda, K. R. (2021), 'The effect of airline service quality on customer satisfaction and loyalty in India', *Materials Today: Proceedings*, 37, 1341–1348.
- Ahlawat, R., Dutt, P., Chander, A., Verma, V., Ghai, M., & Garg, S. K. (2023), 'Smart tourism: Bibliometric analysis using Dimensions database', In *2023 International Conference on New Frontiers in Communication, Automation, Management and Security (ICCAMS)* (Vol. 1, pp. 1-5), IEEE DOI 10.1109/ICCAMS60113.2023.10525868.
- Al-Sulaiti, I. (2022), 'Mega shopping malls technology-enabled facilities, destination image, tourists' behavior and revisit intentions: Implications of the SOR theory', *Frontiers in Environmental Science*, 10, 965642.
- Aviana, I. A. A. D., & Alversia, Y. (2019). 'Media effectiveness on destination image and tourists revisit intention': Post-disaster in Bali, In K. S. Soliman (Ed.), *Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020*, pp. 5455-5467, International Business Information Management Association, IBIMA.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999), 'A model of destination image formation', *Annals of Tourism Research*, 26(4),

868–897, DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00030-4.

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013), 'Smart Tourism Destinations', in Z. Xiang & I. Tussyadiah (ed), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (553–564), Springer International Publishing, DOI: 10.1007/978-3-319-03973-2_40.
- Cohen, E. (1988), 'Traditions in the qualitative sociology of tourism', *Annals of tourism Research*, 15(1), 29–46.
- Chen, C. (2020), 'The Influence of Smart Tourism on Tourist Experience Toward Travel Intention and Satisfaction: Evidence from China', *International Journal of Marketing Studies*, 12(3), 65, DOI: 10.5539/ijms.v12n3p65.
- Errajaa, K., Hombourger-Barès, S., & Audrain-Pontevia, A.-F. (2022), 'Effects of the in-store crowd and employee perceptions on intentions to revisit and word-of-mouth via transactional satisfaction: A SOR approach', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103087, DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.103087.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), 'Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error', *Journal of marketing research*, 18(1), 39–50.
- Ghaderi, Z., Hatamifar, P., & Henderson, J. C. (2018), 'Destination selection by smart tourists: The case of Isfahan, Iran', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4), 385–394, DOI: 10.1080/10941665.2018.1444650.
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015), 'Smart tourism challenges', *Journal of Tourism*, 16(1), 41–47.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017), 'An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research', *Industrial management & data systems*, 117(3), 442–458.
- 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.
- Huang, X. K., Yuan, J. Z., & Shi, M. Y. (2012), 'Condition and key issues analysis on the smarter tourism construction in China', In *Multimedia and Signal Processing: Second International Conference, CMSP 2012, Shanghai, China, December 7-9, 2012, Proceedings* (pp. 444–450), Springer Berlin Heidelberg.
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020), 'Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions', *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464–1477.
- Koo, D.-M., & Ju, S.-H. (2010), 'The interactional effects of atmospherics and perceptual curiosity on emotions and online shopping intention', *Computers in Human Behavior*, 26(3), 377–388, DOI: 10.1016/j.chb.2009.11.009
- Kuchumov, A., Karpova, G., & Testina, Y. (2024), 'Smart Destinations for Advanced Development of Tourism', In *Lect. Notes Networks Syst.* (Vol 846, pp. 49–62). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, DOI: 10.1007/978-3-031-49390-4_4.
- Li, B. (2022), 'Network Construction of Real-Time Feedback System for Homestay Tourism based on Distributed Remote Sensing Monitoring', *2022 4th International Conference on Inventive Research in Computing Applications (ICIRCA)*, 1572–1575, <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9985570>.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974), 'A verbal measure of information rate for studies in environmental psychology', *Environment and Behavior*, 6(2), 233–252.
- Nieves-Pavón, S., López-Mosquera, N., & Jiménez-Naranjo, H. (2023), 'The factors influencing STD through SOR theory', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103533.
- Novianti, S., Susanto, E., & Rafdinal, W. (2022), 'Predicting Tourists' Behaviour Towards Smart Tourism: The Case in Emerging Smart Destinations', *Journal of Tourism Sustainability*, 2(1), 19–30, DOI: 10.35313/jtospolban.v2i1.30.
- Sthapit, E., Bjork, P., Coudounaris, D. N., Jiménez-Barreto, J., & Vo-Thanh, T. (2024), 'Antecedents and outcomes of memorable volunteer tourism experiences', *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 56–75.
- Tavitiyaman, P., Qu, H., Tsang, W. L., & Lam, C. R. (2021), 'The influence of smart tourism applications on perceived destination image and behavioral intention: The moderating role of information search behavior', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 476–487, DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.02.003.

-
- Tavitiyaman, P., Zhang, X., Xu, J. (Bill), & Tsui, B. (2024), 'Impact of Smart Tourism Technology Attributes on Perceived Usefulness, Service Experience Evaluation, and Business Performance: A Perspective of Hotel Employees', *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–26. DOI: 10.1080/1528008X.2024.2313194.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004), 'Evolving to a new dominant logic for marketing', *Journal of marketing*, 68(1), 1–17.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016), 'Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5-23. DOI: 10.1007/s11747-015-0456-3.
- Vo Thanh, T., Cam Tran, T. A., & Dang, R. (2018), 'Satisfaction as a Bridge to Loyalty in a Tourist Destination', *Tourism Analysis*, 23(1), 45–60.
- Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016), 'How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach', *Tourism management*, 54, 309–320.

Tác giả liên hệ: Huỳnh Diệp Trâm Anh | Email: hdtanh.dl23@hueuni.edu.vn

ẢNH HƯỞNG CỦA LÃNH ĐẠO SỐ ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP THÔNG QUA CHUYỂN ĐỔI SỐ: NGHIÊN CỨU TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TỈNH THANH HOÁ

Đỗ Thị Mẫn

Trường Đại học Hồng Đức
Email: dothiman@hdu.edu.vn

Mã bài: JED-1963
Ngày nhận: 05/09/2024
Ngày nhận bản sửa: 12/11/2024
Ngày duyệt đăng: 30/12/2024
DOI: 10.33301/JED.VI.1963

Tóm tắt:

Nghiên cứu này phân tích ảnh hưởng của lãnh đạo số từ các khía cạnh khác nhau đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số dựa trên khung lý thuyết lãnh đạo chuyển đổi. Với kết quả khảo sát từ 400 doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá, kết quả phân tích dữ liệu với mô hình SEM đã chỉ ra rằng các nhân tố thuộc về lãnh đạo số, bao gồm tầm nhìn lãnh đạo số, năng lực lãnh đạo số, khả năng dự báo của lãnh đạo số và kinh nghiệm lãnh đạo số đều có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số. Bên cạnh đó, các nhân tố này cũng có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trừ khả năng dự báo. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của lãnh đạo số trong việc thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, mang lại hiệu quả kinh doanh cao cho doanh nghiệp. Tác giả cũng đã đề xuất một số kiến nghị đối với lãnh đạo doanh nghiệp nhằm thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Từ khóa: Chuyển đổi số, doanh nghiệp nhỏ và vừa, hiệu quả kinh doanh, lãnh đạo số, Thanh Hoá.

Mã JEL: H32, M1.

The impact of digital leadership on performance through digital transformation: The case of Thanh Hoa small and medium-sized enterprises

Abstract:

This study analyzes the impact of digital leadership from different aspects on performance through digital transformation based on the transformational leadership theory. With data from 400 small and medium-sized enterprises (SMEs) in Thanh Hoa province, the results from SEM model analysis reveal that the determinants belonging to digital leadership, including digital leadership vision, digital leadership capacity, forecasting ability, and digital leadership experience, all have positive impacts on the performance through digital transformation. In addition, these factors also have direct impacts on the performance, except for the forecasting ability. The results highlight the importance of digital leadership in accelerating the digital transformation process, bringing high business efficiency to SMEs. Several recommendations are proposed for leaders to accelerate the digital transformation process, thereby improving performance.

Keywords: Digital transformation, SMEs, performance, digital leadership, Thanh Hoa

JEL Codes: H32, M1

1. Đặt vấn đề

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã mở ra một kỷ nguyên mới, làm thay đổi cách thức hoạt động của các doanh nghiệp bằng cách đưa kỹ thuật số vào các khía cạnh khác nhau của quy trình sản xuất, tổ chức và kinh doanh (Chen & Hao, 2022). Trong bối cảnh này, chuyển đổi số là hướng đi tất yếu của các doanh nghiệp và sự thành công của họ trong việc nắm bắt chuyển đổi kỹ thuật số phụ thuộc vào một số yếu tố chính, bao gồm lãnh đạo số (Ladkin & Patrick, 2022). Lãnh đạo số, một khái niệm nổi lên trong thời đại kỹ thuật số, đã trở nên quan trọng trong việc tạo điều kiện cho việc quản lý năng động và hiệu quả của các doanh nghiệp. Nó đóng một vai trò quan trọng trong việc hướng dẫn các doanh nghiệp vượt qua sự phức tạp của chuyển đổi số. Một phong cách lãnh đạo hiệu quả có thể tác động tích cực đến hiệu quả chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Senadjki & cộng sự, 2023).

Ở Việt Nam, các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) có vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, cải thiện thu nhập cho người lao động, là nơi khởi nguồn cho các hoạt động đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Theo báo cáo của Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hóa, tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2024, toàn tỉnh Thanh Hóa có hơn 20.000 doanh nghiệp đang hoạt động và có phát sinh doanh thu, số doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm khoảng 97,4%. Cùng với xu hướng chuyển đổi số của nền kinh tế, các doanh nghiệp nhỏ và vừa Thanh Hoá đang dần thực hiện các bước của quá trình chuyển đổi số. Trong quá trình đó, đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp đóng vai trò vô cùng quan trọng, là người quyết định và dẫn dắt doanh nghiệp chuyển đổi số thành công. Tuy vậy, quá trình chuyển đổi số còn diễn ra chậm và chưa đem lại hiệu quả cao. Có tới khoảng 60% doanh nghiệp đang vướng rào cản về công nghệ, vốn, nguồn nhân lực phục vụ chuyển đổi số (Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hoá, 2023). Nghiên cứu này tập trung phân tích ảnh hưởng của lãnh đạo số từ các khía cạnh khác nhau đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số với bằng chứng thực nghiệm từ mẫu khảo sát 400 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thông qua phân tích dữ liệu bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Nghiên cứu dựa trên lý thuyết lãnh đạo chuyển đổi, áp dụng cho lãnh đạo số, điều khiển doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số, lý thuyết này cho rằng lãnh đạo số có thể nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Sự cải tiến này có thể đạt được bằng cách tích hợp các công nghệ kỹ thuật số vào tất cả các lĩnh vực hoạt động kinh doanh (Ladkin & Patrick, 2022).

2. Tổng quan nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đề xuất

2.1. Lãnh đạo số

Lãnh đạo số là một trong những khái niệm đương đại đã được áp dụng để chỉ ra việc sử dụng các nền tảng kỹ thuật số trong việc chỉ đạo và ảnh hưởng đến hành vi của nhân viên để đạt được các mục tiêu chiến lược của tổ chức (Sheninger, 2019). Artüz & Bayraktar (2021) đã chỉ ra rằng nhà lãnh đạo số suy nghĩ và hành động khác biệt so với nhà lãnh đạo truyền thống trong việc tương tác với thế giới kỹ thuật số. Lãnh đạo số được đo lường theo hai hướng nổi bật. Hướng đầu tiên lập luận rằng lãnh đạo kỹ thuật số được đo lường bằng mô hình bốn chiều bao gồm năng lực lãnh đạo số, kinh nghiệm lãnh đạo số, tầm nhìn lãnh đạo số và khả năng dự đoán (Senadjki & cộng sự, 2023). Hướng thứ hai đề xuất một mô hình năm chiều để đo lường lãnh đạo kỹ thuật số, bao gồm sự sáng tạo, kiến thức sâu rộng, hợp tác, tò mò và tầm nhìn toàn cầu (Sasmoko & cộng sự, 2019). Trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn các yếu tố đo lường cho lãnh đạo số tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hóa theo nghiên cứu của Senadjki & cộng sự (2023).

2.2. Chuyển đổi số

Chuyển đổi số là việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để thay đổi mô hình kinh doanh, đồng thời tạo ra các cơ hội, thu nhập và giá trị mới (Cichosz, 2018). Đây là quá trình ứng dụng công nghệ để xây dựng các mô hình kinh doanh, quy trình, phần mềm và hệ thống mới mang lại doanh thu cao hơn, lợi thế cạnh tranh lớn hơn và hiệu quả cao hơn (Chen & cộng sự, 2016). Gebayew & cộng sự (2018) cho rằng chuyển đổi số là quá trình áp dụng công nghệ kỹ thuật số để thay đổi con người, quy trình, chiến lược, cấu trúc và động lực cạnh tranh của một tổ chức. Chuyển đổi số liên quan đến những thay đổi trong quy trình kinh doanh, cơ cấu tổ chức và mô hình chiến lược (Teng, Wu & Yang, 2022).

2.3. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là một khái niệm đa chiều mà các chỉ tiêu của nó có liên quan đến sản xuất, tài chính hoặc tiếp thị, hoặc liên quan đến hiệu quả hoạt động như tăng trưởng và lợi nhuận (Wolff & Pett, 2006). Baker (2000) cho rằng, hiệu quả hoạt động kinh doanh là kết quả đầu ra của các hoạt động

của doanh nghiệp, có thể được đo lường bằng các chỉ số khách quan hoặc chủ quan. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng thang đo chủ quan về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp từ Venkatraman (1989) và được điều chỉnh bởi nghiên cứu của Bùi Văn Huyền & cộng sự (2023), vì những khó khăn trong việc thu thập dữ liệu tài chính từ các doanh nghiệp tư nhân.

2.4. Năng lực lãnh số, chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Sự thành công của quá trình số hóa thường phụ thuộc vào năng lực và phong cách lãnh đạo của người lãnh đạo doanh nghiệp (Chen & Hao, 2022). Khả năng lãnh đạo có thể tạo điều kiện phát triển các kỹ năng và kế hoạch chiến lược của nhân viên, từ đó ảnh hưởng đến sản xuất và hiệu suất tổng thể của tổ chức (Ladkin & Patrick, 2022). Tùy thuộc vào năng lực mà một nhà lãnh đạo trau dồi, lãnh đạo có thể ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Senadjki & cộng sự, 2023). Năng lực lãnh đạo số là điều kiện tiên quyết để chuyển đổi kỹ thuật số của doanh nghiệp và là yếu tố dự báo tích cực về việc tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Persson & Manas, 2021). Do đó, tác giả đưa ra các giả thuyết:

H1a. Năng lực lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp;

H2. Năng lực lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

2.5. Kinh nghiệm lãnh đạo số, chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Kinh nghiệm lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Lyman & cộng sự, 2021). Để thực hiện chuyển đổi số, các doanh nghiệp cần tận dụng kinh nghiệm nắm bắt và thực hiện kỹ thuật số của đội ngũ lãnh đạo. Tuy nhiên, doanh nghiệp có đạt được hiệu quả trong kinh doanh hay không còn phụ thuộc vào kiến thức, sự hiểu biết sâu sắc trong triển khai các kinh nghiệm lãnh đạo kỹ thuật số (Azevedo & Almeida, 2021). Các doanh nghiệp muốn chuyển đổi số thành công thì bản thân lãnh đạo doanh nghiệp phải có kinh nghiệm để thực hiện thay đổi sâu rộng về số hoá trong doanh nghiệp (Sonmez & Adiguzel, 2020). Senadjki & cộng sự (2023) cũng đã chứng minh rằng kinh nghiệm lãnh đạo số là yếu tố dẫn đến thành công của hoạt động chuyển đổi số và từ đó cũng thúc đẩy tăng trưởng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Do đó, tác giả đưa ra các giả thuyết như sau:

H1b. Kinh nghiệm lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp;

H3. Kinh nghiệm lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

2.6. Tầm nhìn lãnh đạo số, chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Tầm nhìn lãnh đạo số là nền tảng chính có thể giúp các tổ chức khám phá những hiểu biết mới để cải thiện hiệu suất (Bengtsson & Johansson, 2021). Bằng cách tận dụng hiệu quả lợi ích của tầm nhìn lãnh đạo số, các doanh nghiệp có thể tăng hiệu quả hoạt động bằng cách giảm chi phí và sử dụng tài nguyên hiệu quả trong sản xuất (Sonmez & Adiguzel, 2020). Tầm nhìn lãnh đạo số cũng có thể giúp tăng lợi nhuận bằng cách cải thiện trải nghiệm của khách hàng hoặc tiết lộ nhu cầu mới của khách hàng (Gurumurthy & cộng sự, 2020). Tương tự như vậy, điều kiện tiên quyết và các bước ban đầu của chuyển đổi số được chứng minh là một tầm nhìn và hành động chiến lược đến từ lãnh đạo (Katsaros & cộng sự, 2020). Tầm nhìn lãnh đạo số là một yếu tố quan trọng cần thiết để hướng dẫn các quy trình lập kế hoạch, chiến lược và thực hiện các mục tiêu chuyển đổi số và mục tiêu hiệu quả tài chính khác nhau (Senadjki & cộng sự, 2023). Từ đó, tác giả đề xuất các giả thuyết sau:

H1c. Tầm nhìn lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp;

H4. Tầm nhìn lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

2.7. Khả năng dự báo của lãnh đạo, chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Các nghiên cứu cho rằng có mối quan hệ tích cực giữa khả năng dự báo kỹ thuật số của nhà lãnh đạo và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (De Araujo & cộng sự, 2021; Soon & Salamzadeh, 2021). Một nhà lãnh đạo có thể sử dụng hiệu quả dữ liệu để dự đoán và đưa ra quyết định có thể đạt được mức hiệu suất cao hơn (Soon & Salamzadeh, 2021). Triển khai hiệu quả năng lực dự đoán của lãnh đạo số có thể cho phép các doanh nghiệp cải thiện quy trình làm việc và năng suất của họ và xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội hoặc mối đe dọa dài hạn sắp xảy ra hoặc có thể xảy ra từ các sáng kiến số hóa của họ (Chen & Hao, 2022). Ngoài ra, khả năng dự báo của lãnh đạo số là yếu tố thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp, từ đó nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp (Senadjki & cộng sự, 2023). Do đó, tác giả đưa ra các giả thuyết sau:

H1d. Khả năng dự báo của lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp;

H5. Khả năng dự báo của lãnh đạo số có ảnh hưởng tích cực đến chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

2.8. Chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

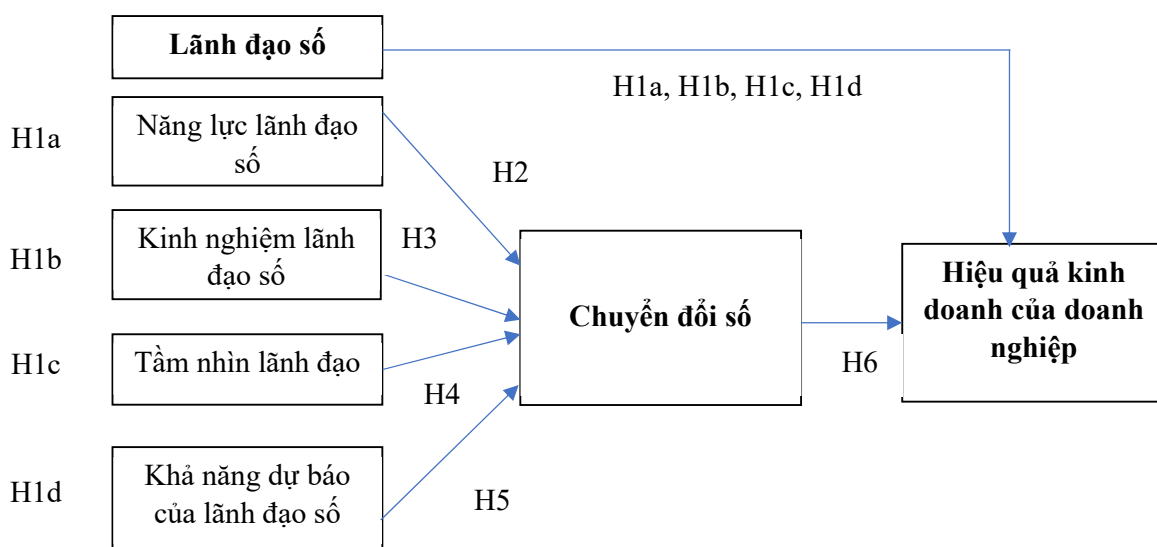
Chuyển đổi số doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu suất doanh nghiệp (Hu, 2020). Guo & Xu (2021) phát hiện ra rằng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi chuyển đổi kỹ thuật số nhiều hơn là hiệu quả tài chính. Chen & cộng sự (2016) cũng đã sử dụng quan điểm dựa trên nguồn lực trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành dệt may và chứng minh tác động tích cực của chuyển đổi số đối với hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Ở Việt Nam, Bùi Văn Huyền & cộng sự (2023) cũng khẳng định, chuyển đổi số là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do đó, tác giả đề nghị kiểm định giả thuyết:

H6: Chuyển đổi số tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.9. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Qua tổng quan nghiên cứu, với sự tham khảo chính từ nghiên cứu của Senadjki & cộng sự (2023) và các giả thuyết nghiên cứu đã xây dựng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá bao gồm 6 nhân tố như trình bày trong Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh thông qua chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá



3. Phương pháp nghiên cứu và thang đo

Nghiên cứu này sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phỏng vấn sâu 4 chuyên gia trong lĩnh vực tư vấn chuyển đổi số và thảo luận nhóm với 6 nhà quản lý doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá (trong đó có 3 nhà quản lý thuộc doanh nghiệp đã có những kết quả nhất định trong chuyển đổi số và 3 nhà quản lý thuộc các doanh nghiệp đang trong bước đầu của quá trình chuyển đổi số) để khám phá và điều chỉnh thang đo của các nhân tố trong mô hình. Nghiên cứu định lượng sử dụng qua phân tích bộ dữ liệu sơ cấp thu thập từ lãnh đạo của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thông qua phiếu khảo sát, được gửi trực tiếp hoặc qua thư điện tử đến các đáp viên. Dữ liệu sau đó được tổng hợp và đưa vào phân tích định lượng để xem xét ảnh hưởng của lãnh đạo số từ các khía cạnh khác nhau đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số.

Như vậy, trên cơ sở tham khảo từ các nghiên cứu trước, kết hợp với kết quả nghiên cứu định tính, tác giả tổng hợp thang đo cho 6 nhân tố trong mô hình theo Bảng 1. Các biến quan sát được đánh giá theo thang đo Likert 5 mức độ, từ rất không đồng ý: 1 điểm; không đồng ý: 2 điểm; bình thường: 3 điểm; đồng ý: 4 điểm đến rất đồng ý: 5 điểm.

Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu

Dữ liệu thu thập từ bảng câu hỏi khảo sát trước tiên được xử lý bằng phần mềm SPSS 22.0 để kiểm định

Bảng 1: Thang đo các biến trong mô hình nghiên cứu

Mã hoá	Thang đo	Nguồn
NLLD	Năng lực lãnh đạo số	
NLLD1	Lãnh đạo luôn nhận thức rõ về yêu cầu của chuyển đổi số doanh nghiệp	Senadjki & cộng sự (2023)
NLLD2	Lãnh đạo có kiến thức sâu rộng về công nghệ số và chuyển đổi số	Sasmoko & cộng sự (2019)
NLLD3	Lãnh đạo là người có khả năng truyền cảm hứng tốt cho nhân viên về sự sáng tạo	Nghiên cứu định tính
NLLD4	Lãnh đạo là người có khả năng tư duy hệ thống	
NLLD5	Lãnh đạo là người có kỹ năng lãnh đạo sự thay đổi tốt	
KNLD	Kinh nghiệm lãnh đạo số	
KNLD1	Lãnh đạo có kinh nghiệm về sử dụng thiết bị số và công nghệ số	Azevedo & Almeida (2021)
KNLD2	Lãnh đạo có kinh nghiệm điều hành quá trình chuyển đổi số	
KNLD3	Lãnh đạo có kinh nghiệm về đào tạo liên quan đến chuyển đổi số	Nghiên cứu định tính
KNLD4	Lãnh đạo luôn sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm về công nghệ số của bản thân cho nhân viên	
TNLD	Tầm nhìn lãnh đạo số	
TNLD1	Lãnh đạo là người có tầm nhìn chiến lược về chuyển đổi số doanh nghiệp	Senadjki & cộng sự (2023)
TNLD2	Lãnh đạo ưu tiên số hóa dữ liệu quản lý, kinh doanh của doanh nghiệp	Nghiên cứu định tính
TNLD3	Lãnh đạo luôn chú trọng vào các hoạt động đào tạo về công nghệ số cho nhân viên	
TNLD4	Lãnh đạo luôn coi trọng các hoạt động nghiên cứu và phát triển liên quan đến công nghệ số	Sasmoko & cộng sự (2019)
KNDB	Khả năng dự báo của lãnh đạo số	
NKDB1	Lãnh đạo luôn là người tiên phong tìm hiểu và ứng dụng công nghệ mới	Soon & Salamzadeh (2021)
NKDB2	Lãnh đạo có khả năng dự báo về yêu cầu nguồn lực cho các dự án kỹ thuật số	Senadjki & cộng sự (2023)
NKDB3	Lãnh đạo là người có thể lường trước được những vấn đề có thể xảy ra khi doanh nghiệp ứng dụng chuyển đổi số	
NKDB4	Lãnh đạo có khả năng xây dựng phương án dự trù nếu quá trình chuyển đổi số không đạt hiệu quả mong muốn	Nghiên cứu định tính
CDS	Chuyển đổi số	
CDS1	Doanh nghiệp có thể mang lại giá trị và trải nghiệm mới cho khách hàng trên nền tảng công nghệ số	Chen & cộng sự (2021)
CDS2	Doanh nghiệp có thể tối ưu hoá trong phân phối và sử dụng nguồn lực trên nền tảng công nghệ số	
CDS3	Doanh nghiệp có thể số hoá tất cả quy trình nghiệp vụ và quản lý	Teng, Wu & Yang (2022)
HQKD	Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	
HQKD1	Doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng doanh thu trong dài hạn	Bùi Văn Huyền & cộng sự (2023)
HQKD2	Doanh nghiệp có khả năng thu hút các khách hàng tiềm năng	
HQKD3	Doanh nghiệp có khả năng sinh lời trong dài hạn	
HQKD4	Doanh nghiệp có khả năng gia tăng mở rộng và phát triển thị phần trong dài hạn	

Nguồn: Tác giả tổng hợp.

độ tin cậy của các thang đo qua hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA để xem xét mối quan hệ giữa các biến quan sát ở tất cả các nhóm (các nhân tố). Sau đó, phân tích nhân tố khẳng định CFA (Confirmation Factor Analysis) và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling) được thực hiện thông qua phần mềm AMOS 20.0 với phương pháp ước lượng ML (Maximum Likelihood) để kiểm định mô hình lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu.

Chọn mẫu thu thập dữ liệu sơ cấp

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện, đáp viên là các lãnh đạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá - là những người có thể nắm bắt, đánh giá rõ nhất về khả năng chuyển đổi số và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với số lượng mẫu khảo sát, nghiên cứu này lựa chọn mẫu đảm bảo độ tin cậy cho các phân tích định lượng được sử dụng, bao gồm phân tích EFA, CFA và SEM. Theo Hair & cộng sự (2014), kích thước mẫu tối thiểu để phân tích Cronbach Alpha là

100. Kích thước mẫu tối thiểu sử dụng EFA theo tỉ lệ số mẫu trên một biến phân tích là 10:1, với 24 biến quan sát trong nghiên cứu này thì số lượng mẫu tối thiểu là 240. Đối với phân tích CFA và SEM, khi số nhóm nhân tố từ 7 nhóm trở xuống, mỗi biến có từ 3 biến quan sát trở lên, thì cỡ mẫu tối thiểu là 300 (Hair & cộng sự, 2014). Như vậy, để đảm bảo khách quan, tin cậy, trong nghiên cứu này tác giả lựa chọn mẫu nghiên cứu là 400, kết quả thu về 376 phiếu hợp lệ, đảm bảo yêu cầu cho các phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả đánh giá độ tin cậy và phân tích nhân tố khám phá các thang đo

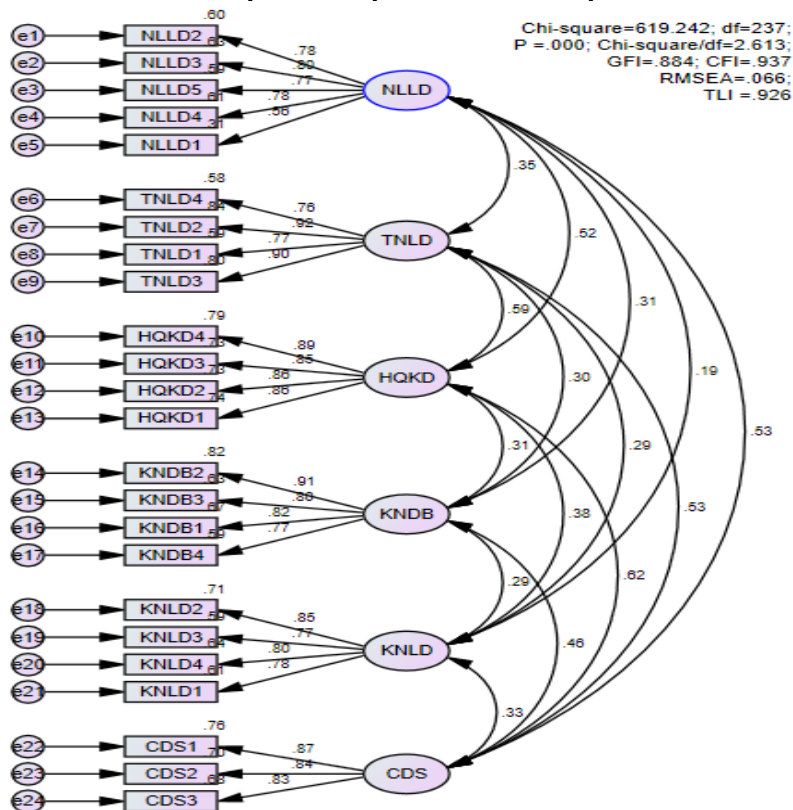
Các thang đo được kiểm định độ tin cậy bằng công cụ Cronbach's Alpha. Các biến quan sát có hệ số tương quan biến-tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Hair & cộng sự, 2014). Theo kết quả nghiên cứu, các thang đo của mô hình nghiên cứu đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (>0,9). Tất cả các biến quan sát của các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Vì vậy, các thang đo đều đạt yêu cầu, do đó đủ điều kiện để phân tích nhân tố khám phá.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy mô hình có hệ số KMO đạt 0,876.> 0,5 cho thấy việc áp dụng phân tích nhân tố khám phá ở đây là hoàn toàn phù hợp. Ngoài ra, kiểm định Bartlett về tương quan của các biến quan sát với Sig. = 0,000 < 0,05 chứng tỏ các biến quan sát không có tương quan với nhau trong tổng thể. Ngoài ra, các biến quan sát được quy về 6 nhân tố với phương sai trích bằng 75,390 % (>50%); điểm dừng trong phân tích EFA bằng 1,152 (>1); các hệ số tải của các biến quan sát đều lớn hơn 0,7. Do đó, có thể kết luận các chỉ số trong nghiên cứu đạt tiêu chuẩn phân tích EFA.

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

Phân tích nhân tố khẳng định là bước tiếp theo của phân tích nhân tố khám phá, mục đích là để đánh giá mô hình và thang đo có thích hợp để kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM hay không. Kết quả phân tích CFA cho thấy: Chisquare/df = 2,613 < 3, CFI = 0,937; TLI = 0,926 (đều lớn hơn 0,9); GFI = 0,884 (lớn hơn 0,8) và RMSEA = 0,066 < 0,08. Các trọng số nhân tố của từng biến quan sát đều lớn hơn 0,7 nên mô hình đạt giá trị hội tụ. Mô hình có giá trị kiểm định Chi - square = 619,242 (tương ứng giá trị p = 0,000 < 0,05). Như vậy, mô hình đo lường đảm bảo tin cậy và phù hợp với dữ liệu quan sát.

Hình 2: Kết quả kiểm định CFA các biến quan sát

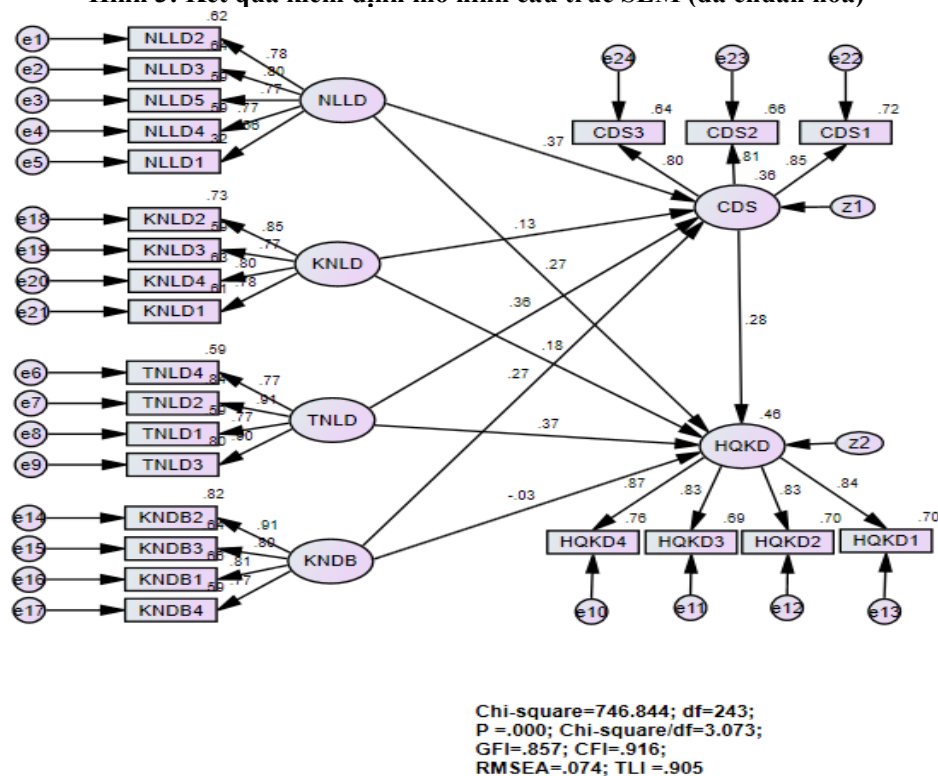


4.3. Kiểm định các giả thuyết và thảo luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để đánh giá mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu và kiểm định các mối quan hệ trong mô hình. Kết quả phân tích SEM cho thấy Chi-square có giá trị của $p = 0,000 < 0,05$; Chi-square/df= 3,073 < 5; CFI = 0,916; TLI = 0,905 (đều lớn hơn 0,9); GFI = 0,857 > 0,8; RMSEA = 0,074 < 0,8. Như vậy, kết quả từ các chỉ số của mô hình SEM một lần nữa khẳng định mô hình phù hợp với dữ liệu quan sát (Hình 3). Kết quả ước lượng các hệ số ảnh hưởng và kiểm định các giả thuyết của mô hình được thể hiện trong Bảng 2. Kết quả cho thấy các giả thuyết H1a, H1b, H1c, H2, H3, H4, H5, H6 đều được chấp nhận, nghĩa là các nhân tố thuộc về lãnh đạo số đều có tác động tích cực đến chuyển đổi số của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá, trong đó ảnh hưởng mạnh nhất là tầm nhìn lãnh đạo số, tiếp đến là năng lực lãnh đạo số, khả năng dự báo của lãnh đạo số và cuối cùng là ảnh hưởng từ kinh nghiệm lãnh đạo số.

Kết quả cũng cho thấy chuyển đổi số là yếu tố thúc đẩy tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra, kết quả kiểm định cũng khẳng định các nhân tố thuộc lãnh đạo số cũng có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá (trừ khả năng dự báo), trong đó ảnh hưởng trực tiếp từ năng lực lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh bé hơn mức độ ảnh hưởng của năng lực lãnh đạo số đến chuyển đổi số, tuy nhiên đối với kinh nghiệm lãnh đạo số và tầm nhìn lãnh đạo số thì mức ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh lớn hơn mức ảnh hưởng gián tiếp thông qua chuyển đổi số.

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



Về ảnh hưởng trực tiếp của tầm nhìn lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và gián tiếp thông qua chuyển đổi số, sự khẳng định đối với giả thuyết H1c và H4 được lý giải rằng các doanh nghiệp nhỏ và vừa với lãnh đạo có tầm nhìn chiến lược về chuyển đổi số sẽ luôn ưu tiên số hóa dữ liệu quản lý, kinh doanh của doanh nghiệp và chú trọng vào các hoạt động đào tạo về công nghệ số cho nhân viên, từ đó quy trình chuyển đổi số sẽ diễn ra nhanh chóng và có hiệu quả, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp (Senadjki & cộng sự, 2023). Katsaros & cộng sự (2020) cũng đã khẳng định rằng quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp không thành công là do doanh nghiệp đó thiếu đội ngũ lãnh đạo có tầm nhìn vượt thời gian và rõ ràng về chuyển đổi số. Các nghiên cứu khác của Bengtsson & Johansson (2021) và Sonmez & Adiguzel (2020) cũng đã ủng hộ cho mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp của tầm nhìn chiến lược của lãnh đạo đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với sự tác động trực tiếp từ năng lực lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và tác

động gián tiếp thông qua chuyển đổi số (H1a và H2), các chuyên gia được phỏng vấn cũng đã cho rằng doanh nghiệp với lãnh đạo có năng lực số tốt sẽ có khả năng tiếp cận vốn và công nghệ nhiều hơn, dẫn đến các quy trình chuyển đổi số nhanh chóng và hiệu quả hơn, từ đó giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Một số nghiên cứu trước đây cũng đã chứng minh cho mối quan hệ này như nghiên cứu của Le Van Chien & cộng sự (2023), Senadjki & cộng sự (2023). Trong đó Le Van Chien & cộng sự (2023) đã khẳng định đối với các doanh nghiệp khai thác than ở Việt Nam thì năng lực lãnh đạo số ảnh hưởng gián tiếp đến hiệu quả kinh doanh thông qua quá trình chuyển đổi số. Các nghiên cứu khác của Chen & Hao (2022) và Persson & Manas (2021) cũng đã có những kết luận tương đồng về mối quan hệ này.

Ảnh hưởng của kinh nghiệm lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số (H1b và H3) được giải thích rằng trải nghiệm kỹ thuật số của các nhà lãnh đạo ảnh hưởng đáng kể đến sự thành công của quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp theo nhiều cách khác nhau. Các nhà lãnh đạo có kinh nghiệm kỹ thuật số không chỉ đổi mới bản thân mà còn sở hữu bí quyết kỹ thuật số và động lực để giúp nhân viên của họ trở nên có năng lực số tốt hơn (Azevedo & Almeida, 2021). Các nhà lãnh đạo kỹ thuật số dày dạn kinh nghiệm thường có thể đề xuất và thúc đẩy số hóa hơn nữa và cá nhân hóa các sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty họ, từ đó tăng quy trình chuyển đổi và triển khai kỹ thuật số (Senadjki & cộng sự, 2023).

Các nghiên cứu thực nghiệm ủng hộ giả thuyết H5 về ảnh hưởng của khả năng dự báo lãnh đạo số đến chuyển đổi số của doanh nghiệp như công trình của Bhatia & cộng sự (2021). Nghiên cứu này nhấn mạnh tầm quan trọng của lãnh đạo số trong việc dự đoán và dự báo quỹ đạo chuyển đổi số của công ty. Hơn nữa, Chen & Hao (2022) cũng đã củng cố quan điểm rằng khả năng của một nhà lãnh đạo để thấy trước tương lai của chuyển đổi số là rất quan trọng trong việc định hình hành trình chuyển đổi số thành công của một tổ chức. Nghiên cứu này không chỉ ra được mối quan hệ trực tiếp giữa khả năng dự báo của lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả này có thể được giải thích rằng lãnh đạo nếu chỉ sở hữu khả năng dự báo mà không được đặt trong bối cảnh rộng hơn về văn hoá, định hướng và đặc biệt là nguồn lực của doanh nghiệp thì không đủ để thúc đẩy hiệu quả kinh doanh (Senadjki & cộng sự, 2023).

5. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu này đã phân tích ảnh hưởng của lãnh đạo số đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số dựa trên khung lý thuyết lãnh đạo chuyển đổi. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng các nhân tố thuộc về lãnh đạo số đều có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua chuyển đổi số. Bên cạnh đó, năng lực, tầm nhìn và kinh nghiệm lãnh đạo số cũng tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả cũng cho thấy chuyển đổi số là yếu tố thúc đẩy tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của lãnh đạo số trong việc thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, mang lại hiệu quả kinh doanh cao cho doanh nghiệp, tác giả có một số khuyến nghị đối với lãnh đạo doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá như sau:

Thứ nhất, lãnh đạo doanh nghiệp cần hiểu về các công nghệ mới nổi, xu hướng thị trường và mong đợi của khách hàng để xác định một tầm nhìn số hấp dẫn cho doanh nghiệp của mình. Bằng cách diễn đạt tầm nhìn này, lãnh đạo doanh nghiệp sẽ có thể truyền cảm hứng cho đội ngũ của mình, tạo ra một mục tiêu và cung cấp một lộ trình để đạt được mục tiêu số một cách hiệu quả nhất.

Thứ hai, để đáp ứng điều kiện chuyển đổi số, lãnh đạo phải đáp ứng các điều kiện về năng lực chuyển đổi số và cam kết chuyển đổi số. Trong đó, để doanh nghiệp chuyển đổi số có hiệu quả, không lãng phí thời gian, chi phí, lãnh đạo doanh nghiệp cần có suy nghĩ rõ ràng về kết quả mà doanh nghiệp muốn đạt được; xác định các lĩnh vực cần cải thiện, ưu tiên đầu tư và phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.

Thứ ba, lãnh đạo doanh nghiệp phải học tập không ngừng để thành thạo sử dụng các thiết bị và ứng dụng số cũng như có kinh nghiệm trong việc quản lý thay đổi và đảm bảo quá trình chuyển đổi số diễn ra một cách trôi chảy.

Thứ tư, lãnh đạo doanh nghiệp cần tạo ra một văn hóa sẵn sàng số, thúc đẩy tính linh hoạt, sự cộng tác và học tập liên tục để thúc đẩy chuyển đổi số thành công trong doanh nghiệp của mình. *Cuối cùng*, lãnh đạo doanh nghiệp cũng cần tận dụng sự hỗ trợ từ các chuyên gia về chuyển đổi số, từ phía các hiệp hội, cũng như các chính sách hỗ trợ chuyển đổi số của chính phủ đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa để tăng cường các nguồn lực cho chuyển đổi số thành công, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

- Artüz, S.D. & Bayraktar, O. (2021), 'The effect of relation between digital leadership practice and learning organization on the perception of individual performance', *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (40), 97–120.
- Azevedo, A. & Almeida, A.H. (2021), 'Grasp the challenge of digital transition in SMEs-a training course geared towards decision-makers', *Education Sciences*, 11 (4), 151, DOI: 10.3390/educsci11040151.
- Baker, G. (2000), 'The use of performance measures in incentive contracting', *American Economic Review*, 90 (2), 415–420.
- Bengtsson, S. & Johansson, S. (2021), 'A phenomenology of news: understanding news in digital culture', *Journalism*, 22 (11), 2873-2889, DOI: 10.1177/1464884919901194.
- Bhatia, S., Olivola, C.Y., Bhatia, N. & Ameen, A. (2021), 'Predicting leadership perception with large scale natural language data', *The Leadership Quarterly*, 33 (5), 101535, DOI: 10.1016/j.leaqua.2021.101535.
- Bùi Văn Huyền, Đỗ Thị Mẫn & Đỗ Tuấn Vũ (2023), 'Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp: Tình huống nghiên cứu tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Thanh Hoá', *Tạp chí khoa học thương mại*, 177, 69–80.
- Chen, C. L., Lin, Y. C., Chen, W. H., Chao, C. F. & Pandia, H. (2021), 'Role of government to enhance digital transformation in small service business', *Sustainability*, 13(3), 1028, DOI: 10.3390/su13031028.
- Chen, P. & Hao, Y. (2022), 'Digital transformation and corporate environmental performance: the moderating role of board characteristics', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29 (5), 1757-1767, DOI: 10.1002/csr.2324.
- Chen, Y. Y. K., Jaw, Y. L. & Wu, B. L. (2016), 'Effect of digital transformation on organisational performance of SMEs: Evidence from the Taiwanese textile industry's web portal', *Internet Research*, 26(1), 186-212.
- Cichosz, M. (2018), 'Digitalization and competitiveness in the logistics service industry', *E-mentor*, 77 (5), 73-82.
- De Araujo, L.M., Priadana, S., Paramarta, V. & Sunarsi, D. (2021), 'Digital leadership in business organizations', *International Journal of Educational Administration, Management, and Leadership*, 2 (1), 45-56, DOI: 10.51629/ijeamal.v2i1.18.
- Gebayew, C., Hardini, I. R., Panjaitan, G. H. A. & Kurniawan, N. B. (2018), 'A systematic literature review on digital transformation', *Proceedings of the 2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*, 260-265.
- Guo, L. & Xu, L. (2021), 'The effects of digital transformation on firm performance: Evidence from China's manufacturing sector', *Sustainability*, 13 (22), 12844.
- Gurumurthy, R., Schatsky, D. & Camhi, J. (2020), 'Uncovering the connection between digital maturity and financial performance', *Deloitte Insights*, 23.
- Hair Jr, J. F., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2014), *Multivariate Data Analysis*, Pearson, New Jersey.
- Hu, Q. (2020), 'The mechanism and performance of enterprise digital transformation', *Zhejiang Academic Journal*, 2, 146–154.
- Katsaros, K.K., Tsirikas, A.N. & Kosta, G.C. (2020), 'The impact of leadership on firm financial performance: the mediating role of employees' readiness to change', *Leadership and Organization Development Journal*, 41 (3), 333-347, DOI: 10.1108/loj-02-2019-0088.
- Ladkin, D. & Patrick, C.B. (2022), 'Whiteness in leadership theorizing: a critical analysis of race in Bass' transformational leadership theory', *Leadership*, 18(2), 205-223, DOI: 10.1177/17427150211066442.
- Le, V. C., Nguyen, D. T., Pham, K. T. & Nguyen, T. H. N. (2023), 'The Impact of Digital Leadership on Organizational Performance: A Study in Vietnam's coal Mining Companies', *Inżynieria Mineralna*, 1(2)(52), 121–130, DOI: 10.29227/IM-2023-02-20.
- Lyman, B., Biddulph, M.E., Hopper, V.G., Horton, M.K., Mendon, C.R., Thorum, K.C. & Smith, E.L. (2021), 'Creating a work environment conducive to organizational learning', *The Journal of Continuing Education in Nursing*, 52(6), 281-285, DOI: 10.3928/00220124-20210514-07.

-
- Persson, J. & Manas, K. (2021), 'Towards the new normal: digital transformation through digital leadership and digital transformation strategies', Master Thesis, Linnaeus University, Sweden.
- Sasmoko, S., Mihardjo, L., Alamsjah, F. & Elidjen, E. (2019), 'Dynamic capability: The effect of digital leadership on fostering innovation capability based on market orientation', *Management Science Letters*, 9(10), 1633–1644.
- Senadjki A., Yong H. N. A., Ganapathy T. & Ogbeibu S. (2023), 'Unlocking the potential: the impact of digital leadership on firms' performance through digital transformation', *Journal of Business and Socioeconomic Development*, 4(2), 161-177, DOI: 10.1108/JBSED-06-2023-0050.
- Sheninger, E.C. (2019), *Digital leadership: Changing paradigms for changing times* (Second Edition), A joint publication of Corwin ICLE.
- Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hoá (2023), *Báo cáo tình hình phát triển doanh nghiệp năm 2023 và kế hoạch phát triển doanh nghiệp năm 2024*, Thanh Hóa.
- Sonmez Cakir, F. & Adiguzel, Z. (2020), 'Analysis of leader effectiveness in organization and knowledge sharing behavior on employees and organization', *Sage Open*, 10(1), 215824402091463, DOI: 10.1177/2158244020914634.
- Soon, C.C. & Salamzadeh, Y. (2021), 'The impact of digital leadership competencies on virtual team effectiveness in mnc companies in Penang, Malaysia', *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 8(2), 219-253.
- Teng, X., Wu, Z. & Yang, F. (2022), 'Impact of the Digital Transformation of Small-and Medium-Sized Listed Companies on Performance: Based on a Cost-Benefit Analysis Framework', *Journal of Mathematics*, 2022(1), 1504499.
- Venkatraman, N. (1989), 'Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality and measurement', *Management Science*, 35(8), 942-962.
- Wolff, J.A. & Pett, T.L. (2006), 'Small-firm performance: modeling the role of product and process improvements', *Journal of Small Business Management*, 44(2), 268-284.

PHÂN PHỐI LỢI ÍCH TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM CÁ BÈ VẪU NUÔI LỒNG NỔI TRÊN BIỂN TẠI KHU VỰC NAM TRUNG BỘ

Nguyễn Thị Nga
Đại học Nha Trang
Email: ngant@ntu.edu.vn

Mã bài: JED-1811
Ngày nhận: 14/06/2024
Ngày nhận bản sửa: 07/08/2024
Ngày duyệt đăng: 13/08/2024
DOI: 10.33301/JED.VI.1811

Tóm tắt:

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bè vầu nuôi lồng nổi trên biển tại khu vực Nam Trung Bộ. Nghiên cứu tiến hành khảo sát trực tiếp 230 mẫu cho 6 tác nhân tham gia gồm hộ nuôi, thương lái, nhà bán buôn, nhà bán lẻ đại diện cho 05 tỉnh gồm: Bình Thuận, Ninh Thuận, Khánh Hòa, Phú Yên và Bình Định trong giai đoạn 2020-2022. Kết quả nghiên cứu cho thấy thị trường tiêu thụ cá bè vầu hiện nay 100% tiêu thụ trong nước, và việc phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi chưa cân xứng, đặc biệt giữa hộ nuôi và thương lái, cụ thể hộ nuôi có đóng góp giá trị tăng thêm cao hơn so với thương lái nhưng tỷ suất lợi nhuận thu được so với chi phí bỏ ra thấp hơn nhiều. Nghiên cứu đề xuất giải pháp giúp chuỗi giá trị sản phẩm cá bè vầu phát triển bền vững trên cơ sở điều chỉnh dòng chảy lợi ích tương xứng sự đóng góp giữa các tác nhân.

Từ khóa: Cá bè vầu, chuỗi giá trị, Nam Trung Bộ, phân phối lợi ích.

Mã JEL: D61, L6, Q22

Distributing benefits in the value chain of giant trevally product raised in floating cages on the sea in the South Central region

Abstract:

The objective of this study is to analyze the distribution of benefits among actors participating in the value chain of giant trevally raised in floating cages on the sea in the South Central region. The research conducted a direct survey of 230 samples for 6 actors, including farmers, traders, wholesalers, and retailers representing 05 provinces, including Binh Thuan, Ninh Thuan, Khanh Hoa, Phu Yen, and Binh Dinh, for the period 2020-2022. The results reveal that the current fish consumption market is 100% domestic, and the distribution of benefits among actors in the chain is not symmetrical, especially between farmers and traders. Farmers have a higher added value contribution than traders, but the profit-cost ratio compared to costs is much lower. The study proposes several suggestions to help the value chain of giant trevally develop sustainably on the basis of adjusting the flow of benefits to match the contributions among actors.

Keywords: Giant trevally, value chain, South Central region, distributional benefits

JEL Codes: D61, L6, Q22

1. Giới thiệu

Cá bè vầu thuộc loài cá khế với tên khoa học là *Caranx ignobilis* Forsskal, 1775. Cá bè vầu (CBV) là đối tượng nuôi biển có giá trị kinh tế cao nhờ giá bán cao, tăng trưởng nhanh, dễ nuôi, ít bệnh, ăn tạp thích nghi tốt với điều kiện nuôi nhốt tại Việt Nam. Khác với các loài cá nuôi biển khác, cá bè vầu có thịt trắng, thơm ngon, săn chắc, chứa nhiều chất dinh dưỡng nên được rất nhiều người tiêu dùng ưa thích và chấp nhận trên thị trường. Do vậy trong những năm gần đây, cá bè vầu đã và đang trở thành đối tượng nuôi hấp dẫn ở nước ta, đặc biệt tại các tỉnh thuộc Nam Trung Bộ và được đánh giá là đối tượng nuôi tiềm năng phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Để phát triển bền vững ngành nuôi cá bè vầu tại Nam Trung Bộ, các vấn đề cần quan tâm hàng hiện nay như: dòng chảy sản phẩm vật chất trong chuỗi giá trị (CGT) cá bè vầu giữa các tác nhân được luân chuyển qua những kênh nào? Dòng chảy tài chính/phân phối lợi ích (PPLI) (chi phí, doanh thu, tỷ suất lợi nhuận, giá trị gia tăng) giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị được thể hiện ra sao? và đã có sự cân bằng về lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bè vầu hay chưa?. Để giải đáp vấn đề trên, việc nghiên cứu chuỗi giá trị thông qua phân tích, đánh giá dòng chảy sản phẩm, phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bè vầu là một trong những nội dung có ý nghĩa quan trọng và cần thiết nhằm đảm bảo chuỗi phát triển bền vững, đạt hiệu quả kinh tế. Trên cơ sở phân tích, đánh giá cho phép xác định được những tác nhân nào cần sự thay đổi hay hỗ trợ cần thiết để nâng cao năng lực và tạo sự cân bằng hợp lý lợi ích giữa các tác nhân. Từ đó giúp cho tác nhân tham gia chuỗi nâng cao vị thế cạnh tranh và tạo nhiều giá trị gia tăng cho chính tác nhân và toàn chuỗi giá trị đối tượng nuôi này.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Liên quan các nghiên cứu thực hiện về chuỗi giá trị/chuỗi cung ứng tại Việt Nam, các lý thuyết về chuỗi thường được áp dụng khá phổ biến như: Lý thuyết về phương pháp luận thúc đẩy chuỗi giá trị của GTZ (2007), lý thuyết chuỗi giá trị toàn cầu của (Gereffi, 1994, 1999; Gereffi & Korzeniewicz, 1994; Kaplinsky & Morris, 2001). Các lý thuyết này có nhiều điểm tương đồng, đặc biệt là đều phù hợp cho bối cảnh nghiên cứu - phát triển nông nghiệp tại Việt Nam. Để phân tích phân phối lợi ích nhận được của từng tác nhân tham gia hay toàn chuỗi giá trị cá bè vầu nuôi biển tại Nam Trung Bộ, lý thuyết chuỗi giá trị của GTZ năm 2007 được sử dụng phục vụ nghiên cứu. Theo lý thuyết này, chuỗi giá trị bao gồm tất cả các hoạt động liên quan cần thiết để biến đổi sản phẩm từ lúc bắt đầu chỉ là khái niệm, và trải qua nhiều giai đoạn sản xuất khác nhau đến khách hàng cuối cùng thông qua trung gian phân phối (doanh nghiệp, thương lái, bán buôn, bán lẻ). Trên cơ sở vận dụng lý thuyết này, nghiên cứu tiến hành thực hiện với nội dung chính như: (1) lập sơ đồ cấu trúc chuỗi giá trị bằng việc mô tả dòng chảy sản phẩm qua từng tác nhân (hộ nuôi (HN), thương lái (TL), nhà bán buôn (NBB), nhà bán lẻ (NBL)) và (2) phân tích kinh tế chuỗi vào dựa vào chỉ tiêu lợi nhuận bình quân (LNBQ), doanh thu bình quân (DTBQ), chi phí sản xuất bình quân (CPSXBQ), chi phí bình quân tăng thêm (CPBQTT), giá trị gia tăng (GTGT), tỷ trọng lợi nhuận bình quân của các tác nhân tham gia chuỗi và toàn chuỗi giá trị sản phẩm nuôi này.

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Để đánh giá về phát triển bền vững các sản phẩm trong lĩnh vực thủy sản bằng việc phân tích sự đóng góp lợi ích của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Hiện nay có khá nhiều các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước đã được thực hiện như Meixell & Gargeya (2005) đề cập phân tích chuỗi giá trị toàn cầu, nhóm tác giả nhấn mạnh cấu trúc chuỗi giá trị nên được xem xét lại hàng năm cùng với việc xác định những thay đổi cần thiết để đáp ứng những nhu cầu kinh doanh trong tình hình mới (Chopra & Meindl, 2007; Mabert & Venkataramanan, 1998). «Nghiên cứu chuỗi giá trị tôm biển khai thác của Mexico xuất khẩu vào thị trường Mỹ» của nhóm tác giả (Dubay & cộng sự, 2010), kết quả nghiên cứu xác định được quá trình phân phối lợi nhuận và chi phí giữa các tác nhân trong chuỗi nhưng chưa chỉ ra được tầm quan trọng của mỗi liên kết/hợp tác giữa các tác nhân tham gia chuỗi. «Nền kinh tế của nuôi trồng thủy sản cá hồi: Chia sẻ giá trị và hỗ trợ xã hội cho nuôi trồng thủy sản ở Na Uy» của Misund & cộng sự (2023), nghiên cứu cho rằng lợi ích kinh tế tạo ra chưa được chia sẻ công bằng trong cộng đồng hoạt động sản xuất, để ngành nuôi cá hồi tiếp tục và mở rộng cần có sự ủng hộ và chấp nhận từ xã hội và được phân bổ công bằng lợi ích kinh tế trong cộng đồng nuôi cá hồi. Nguyễn Thị Phương Thảo (2015) với “Nghiên cứu chuỗi cung ứng mặt hàng cá biển fillet thịt trắng trên địa bàn thành phố Nha Trang”, nghiên cứu vận dụng mô hình kết quả thực hiện cấu trúc thị

trường - SCP (Structure - Conduct - Performance) để phân tích chuỗi, kết quả nghiên cứu cho thấy công ty chế biến xuất khẩu thủy sản đóng góp giá trị gia tăng lớn nhất, lợi nhuận biên cũng cao nhất. Nghiên cứu “Chuỗi cung ứng mặt hàng tôm thẻ chân trắng tại chi nhánh công ty trách nhiệm hữu hạn Thông Thuận, tỉnh Ninh Thuận” của Nguyễn Thị Kim Anh & cộng sự (2019), kết quả cho thấy người nông dân có lợi nhuận khá cao, nhưng rủi ro của nghề nuôi tôm là rất lớn. “Phân phối lợi ích trong chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ” của Nguyễn Thị Nga & Trần Đình Thao (2019), nghiên cứu chỉ ra rằng chuỗi cung ứng này đang thiếu sự liên kết, sự phân phối lợi ích chưa cân xứng giữa các tác nhân như thương lái, công ty chế biến xuất khẩu thủy sản đóng góp giá trị gia tăng vào chuỗi thấp nhưng có được lợi ích rất cao, trong khi hộ nuôi đóng góp giá trị gia tăng cao nhưng lợi ích nhận được là rất thấp (Nguyễn Phú Sơn & cộng sự, 2019). “Nghiên cứu chuỗi giá trị cá Tra ở tỉnh Tiền Giang» của Phan Phùng Phú (2023), nghiên cứu chỉ ra chuỗi giá trị cá tra có 2 kênh chủ yếu: nội địa chiếm 5% và xuất khẩu chiếm 95% tổng sản lượng; phân phối lợi ích giữa các tác nhân khá hài hòa, phù hợp với vai trò và chức năng của mỗi tác nhân trong chuỗi. Như vậy, các công trình nghiên cứu trên đã phản ánh phân phối lợi ích giữa các tác nhân ở những phạm vi nghiên cứu nhất định, trong nỗ lực tìm kiếm, đến nay chưa có công trình nghiên cứu nào về phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ. Để đánh giá về sự phát triển bền vững chuỗi giá trị cá bẹ vầu nuôi biển tại Nam Trung Bộ, việc xem xét các vấn đề đặt ra ở trên, đặc biệt quá trình phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị này là rất cần thiết.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu sơ cấp được tiến hành khảo sát trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bẹ vầu tại 05 tỉnh đại diện Nam Trung Bộ gồm: Bình Thuận, Ninh Thuận, Khánh Hòa, Phú Yên và Bình Định. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện được sử dụng trong nghiên cứu này với tổng cỡ mẫu 230, cụ thể: 150 HN, 20 thương lái, 15 nhà bán buôn, 45 nhà bán lẻ gồm: 15 nhà hàng (NH) và 15 khách sạn (KS), 5 siêu thị (ST), 5 cửa hàng (CH), 5 chợ (C) trong 03 năm từ năm 2021 đến năm 2022.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp hạch toán chi phí: Nghiên cứu sử dụng phương pháp hạch toán chi phí để xác định chi phí sản xuất bình quân, doanh thu bình quân, lợi nhuận bình quân của từng tác nhân trên cơ sở quy đổi về cùng đơn vị tính cho 1kg cá bẹ vầu nguyên liệu (VND/kg).

Phương pháp phân tích chuỗi: Xác định mô hình cấu trúc chuỗi dựa trên kênh phân phối giữa các tác nhân tham gia, phân tích hoạt động tạo giá trị gia tăng và phân phối lợi ích giữa các tác nhân.

Hệ thống chỉ tiêu phân tích được sử dụng trong nghiên cứu gồm:

Cấu trúc chuỗi giá trị cá bẹ vầu: Dòng chảy hàng hóa, dòng chảy tài chính/kinh tế giữa các tác nhân được dựa trên sản lượng mua bán bình quân trong 3 năm của từng tác nhân tham gia chuỗi.

$$\text{Tổng CPSXBQ} = \text{CPSXBQ} + \text{CPBQTT}$$

$$\text{LNBQ} = \text{Tổng DTBQ} - \text{Tổng CPSXBQ}$$

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận bình quân trên Tổng CPSXBQ} = \text{LNBQ} / \text{Tổng CPSXBQ}$$

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận bình quân trên Tổng CPBQTT} = \text{LNBQ} / \text{Tổng CPBQTT}$$

$$\text{Tỷ trọng lợi nhuận bình quân} = \text{LNBQ của từng tác nhân} / \text{LNBQ của tất cả các tác nhân trong cùng kênh}$$

Phần trăm phân bổ GTGT = (Giá mua, bán bình quân của tác nhân sau - Giá mua, bán bình quân của tác nhân trước) / Giá mua, bán bình quân của tác nhân cuối cùng.

Phân phối lợi ích giữa các tác nhân dựa trên LNBQ/Tổng CPSXBQ, LNBQ/ Tổng CPBQTT, Tỷ trọng LNBQ.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

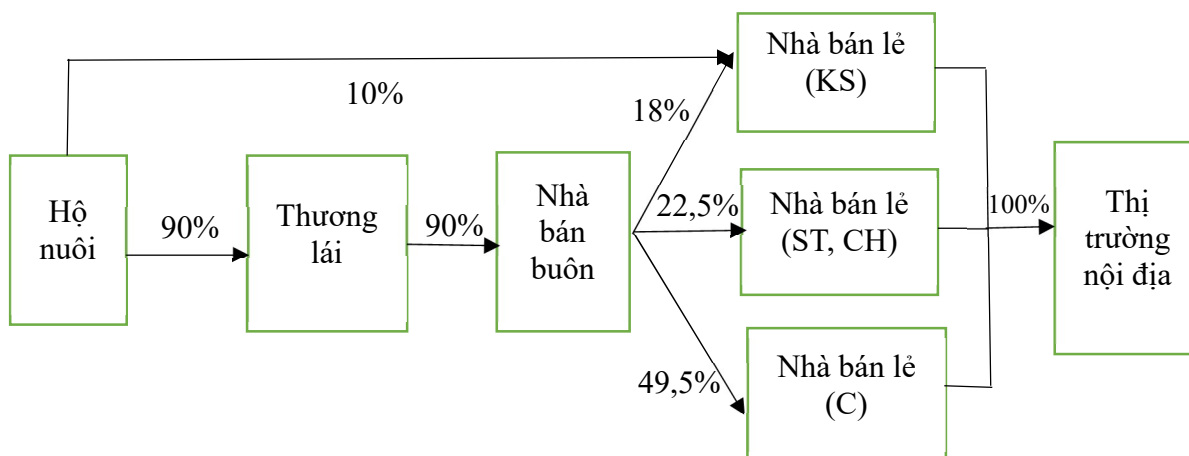
4.1.1. Cấu trúc chuỗi giá trị cá bẹ vầu

Chuỗi giá trị sản phẩm cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ cung cấp một bức tranh tổng thể với dòng chảy sản phẩm vật chất thể hiện thông qua 02 kênh gồm: Kênh 1: HN - Nhà bán lẻ (NH, KS); Kênh 2: Hộ nuôi -

Thương lái - Nhà bán buôn - Nhà bán lẻ (NH, KS, ST, CH, C).

Đối với kênh 1: Sản phẩm cá bẹ vầu được sản xuất và phân phối từ hộ nuôi đến nhà bán lẻ (NH, KS). Với kênh phân phối này nhà bán lẻ (NH, KS) sẽ tổ chức thu mua cá trực tiếp tại hộ nuôi chiếm khoảng 10%, sau đó cá được bảo quản và vận chuyển bằng xe chuyên dụng về NH, KS làm nguyên liệu chế biến thành các món ăn phục vụ khách hàng. Mặc dù chiếm một phần khá nhỏ trong tổng sản lượng sản xuất cá bẹ vầu của hộ nuôi nhưng đây là một nguồn tiêu thụ ổn định và thường xuyên cho hộ nuôi về sản phẩm này.

Hình 1: Chuỗi giá trị sản phẩm cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ



Nguồn: Kết quả điều tra năm 2023

Đối với kênh 2: thương lái sẽ tiến hành thu mua cá bẹ vầu trực tiếp từ hộ nuôi chiếm khoảng 90%, dựa trên sản lượng cá bẹ vầu thu mua, thương lái phân phối lại cho những nhà bán buôn. Nhà bán buôn sẽ đến một điểm tập kết của thương lái để lấy cá về bán cho nhà bán lẻ, với phương tiện vận chuyển bằng xe ô tô, xe máy và sản phẩm cá bẹ vầu được ướp đá. Đối với nhà bán lẻ (NH, KS) chiếm khoảng 18%, nhà bán lẻ (ST, CH) chiếm khoảng 22,5% và nhà bán lẻ (C) chiếm khoảng 49,5%. Như vậy, dòng chảy sản phẩm vật chất của cá bẹ vầu chỉ tồn tại 02 kênh và được tiêu thụ 100% tại thị trường trong nước (Hình 1).

4.1.2. Phân tích chi phí và lợi nhuận

Hộ nuôi: lợi nhuận bình quân hộ nuôi cá bẹ vầu thương phẩm nhận được từ nhà bán lẻ (NH, KS) và thương lái lần lượt tại kênh 1 và kênh 2 đều giống nhau. Cụ thể, lợi nhuận bình quân trên 1 kg cá bẹ vầu của hộ nuôi nhận được khi bán trực tiếp cho hai tác nhân này là 17.000 đ/kg trong năm 2020, năm 2021 và 2022, hộ nuôi đều đạt được lần lượt là 22.000 đ/kg và 27.000 đ/kg. Để sản xuất ra 1 kg cá bẹ vầu thương phẩm hộ nuôi phải đầu tư chi phí sản xuất bình quân trong năm 2020 là 125.000 đ/kg, 118.000 đ/kg vào năm 2021 và 2022 là 114.000 đ/kg. Nhìn chung, lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá bẹ vầu thương phẩm hộ nuôi đạt được khi tiêu thụ cho thương lái, nhà bán lẻ (NH, KS) đều tăng, năm 2020 tăng so với năm 2021 là 29,41%; năm 2022 tăng so với năm 2021 là 22,73% (Bảng 1). Đây là hai tác nhân tiêu thụ sản lượng cá bẹ vầu của hộ nuôi sản xuất, trong đó thương lái tiêu thụ đến tới 90% còn lại 10% thuộc nhà bán lẻ (NH, KS). Nguyên nhân lợi nhuận bình quân tăng đều từ năm 2020 đến 2022 cho các hộ nuôi bởi sản phẩm nuôi này được rất nhiều khách ưa chuộng như thịt trắng, săn chắc, thơm ngon. Đây là tín hiệu tốt và tiềm năng về thị trường đầu ra cho sản phẩm cá bẹ vầu, cùng với đó tỷ lệ sống của loài cá này rất cao, trên khoảng 80%. Bên cạnh những ưu thế có được, thì trong thực tế hộ nuôi còn gặp khó khăn trong hoạt động nuôi cá bẹ vầu thương phẩm cũng như thị trường tiêu thụ. Vậy để đánh giá lợi nhuận bình quân thu được của từng hộ nuôi cần phải đi phân tích, đánh giá những yếu tố tác động liên quan khác như: kỹ thuật nuôi, hiệu quả kinh tế nuôi để tìm hiểu cơ hội nâng cao lợi nhuận cho hộ nuôi cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ.

Thương lái: Hoạt động mua, bán cá bè vầu thương phẩm của thương lái chỉ diễn ra giữa thương lái với nhà bán buôn được phản ánh thông qua doanh thu bình quân, chi phí sản xuất bình quân và lợi nhuận bình quân trong năm 2020, 2021 và 2022 như: chi phí sản xuất bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu thương phẩm năm 2020 là 154.000 đ/kg, năm 2021 là 152.000 đ/kg và 155.000 đ/kg của năm 2022. Như vậy, chi phí sản xuất bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu thương phẩm năm 2021 giảm so với năm 2020 khoảng 1,3% trong khi đó năm 2022 tăng 1,97% so với năm 2021. Đối với doanh thu bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu thương phẩm tăng đều qua các năm, 170.000 đ/kg của năm 2020, và 172.000 đ/kg và 175.000 đ/kg lần lượt của năm 2021 và năm 2022 hay mức tăng tương ứng của năm 2021 so với năm 2020 là 1,18% và 1,74% của năm 2022 so với năm 2021. Do đó, lợi nhuận bình quân thu được từ nhà bán buôn là 16.000 đ/kg; 20.000 đ/kg; và 20.000 đ/kg lần lượt cho các năm 2020, 2021 và 2022 hay mức tăng tương ứng năm 2021 so với 2020 là 25%, năm 2022 so với 2021 chỉ tiêu này giữ nguyên (Bảng 1). Tóm lại, thực hiện phép tính so sánh lợi nhuận bình quân của thương lái thu được so với nhà bán buôn tính trên 1 kg qua các năm 2020, 2021 và 2022 cho thấy lợi nhuận bình quân của thương lái cao hơn rất nhiều so với nhà bán buôn. Nguyên nhân thương lái mua số lượng lớn, các chi phí phục vụ hoạt động mua, bán bỏ ra không nhiều, giá mua thấp từ hộ nuôi thấp, giá bán cho nhà bán buôn cao dẫn đến lợi nhuận bình quân thu được cao.

Nhà bán buôn: Trong chuỗi giá trị sản phẩm này, nhà bán buôn cũng là tác nhân quan trọng, bởi lẽ 90% thương lái thu mua đều phân phối cho nhà bán buôn. Hoạt động mua bán giữa nhà bán buôn và nhà bán lẻ được phản ánh như: doanh thu bình quân năm 2020 và 2021 đều đạt 185.000 đ/kg và năm 2022 đạt 190.000 đ/kg hay mức tăng năm 2022 so với 2021 là 2,7%, trong khi đó năm 2021 so với 2020 giữ nguyên không đổi. Chi phí sản xuất bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu qua các năm đều tăng, năm 2020 là 173.000 đ/kg, năm 2021 là 175.000 đ/kg và năm 2022: 178.000 đ/kg hay mức tăng của năm 2021 so với 2020 là 1,16%; và năm 2022 so với 2021 là 1,71%. Như vậy, lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu thành phẩm năm 2020 là 12.000 đ/kg; năm 2021 là 10.000 đ/kg; và năm 2022 là 12.000 đ/kg. Với số liệu tính toán cho thấy lợi nhuận bình quân năm 2021 có giảm so với 2020 là 16,67% trong khi đó năm 2022 tăng so với 2021 là 20% (Bảng 1). Nguyên nhân dẫn đến lợi nhuận bình quân của tác nhân này trong năm 2021 giảm do đã phát sinh thêm các chi phí bảo quản, vận chuyển thu mua cá bè vầu.

Nhà bán lẻ (NH, KS): Là tác nhân trung gian phân phối cuối cùng trong chuỗi giá trị sản phẩm cá bè vầu tại Nam Trung Bộ. Hoạt động mua, bán cá bè vầu được diễn ra với khách hàng trên thị trường nội địa như: doanh thu bình quân nhà bán lẻ (KS, NH) thu được tăng đều qua các năm 2020, 2021, 2022 lần lượt là 300.000 đ/kg; 320.000 đ/kg và 325.000 đ/kg hay mức tăng năm 2021 so với năm 2020 là 6,67% và 1,56% là mức tăng của năm 2022 so với 2021. Chi phí sản xuất bình quân tính trên 1 kg cá thu mua là 245.000 đ/kg vào năm 2020; 247.000 đ/kg vào năm 2021; và 258.000 đ/kg vào năm 2022 hay mức tăng chi phí sản xuất bình quân tính trên 1 kg cá năm 2021 so với 2020 là 0,82% và năm 2022 tăng so với 2021 là 4,45%. Dựa trên doanh thu bình quân và chi phí sản xuất bình quân tính cho 1 kg cá bè vầu, nhà bán lẻ (KS, NH) thu được lợi nhuận bình quân lần lượt qua 03 năm 2020, 2021 và 2022 là 55.000 đ/kg, 73.000 đ/kg và 67.000 đ/kg (Bảng 1).

Nhà bán lẻ (ST, CH): Mỗi quan hệ mua, bán giữa nhà bán lẻ (ST, CH) với khách hàng, doanh thu bình quân 1 kg cá thu được năm 2020 là 205.000 đ/kg, năm 2021 là 210.000 đ/kg và năm 2022 là 220.000 đ/kg hay mức tăng của năm 2022 so với 2021 là 4,76%. Tổng chi phí sản xuất bình quân 1 kg cá trong 2 năm 2020 và 2021 đều là: 187.000 đ/kg, năm 2022 là 193.000 đ/kg hay mức tăng năm 2022 so với 2021 là 3,21%, chỉ tiêu này giữ nguyên năm 2021 so với 2020. Lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá bè vầu, nhà bán lẻ (ST, CH) thu được lần lượt qua năm 2020, 2021, 2022 là 18.000 đ/kg, 23.000 đ/kg, 27.000 đ/kg hay mức tăng lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá của năm 2021 so với 2020 là 27,78%, và năm 2022 so với 2021 là 17,39% (Bảng 1).

Nhà bán lẻ (C): Đối với hoạt động mua, bán giữa nhà bán lẻ (C) với khách hàng, lợi nhuận bình quân thu được tính trên 1 kg cá đều đạt 13.000 đ/kg cho năm 2020, 2021, và 18.000 đ/kg cho năm 2022. Như vậy, lợi nhuận bình quân năm 2021 so với 2020 không đổi trong khi đó lợi nhuận bình quân năm 2022 tăng so với 2021 là 38,46%. Với lợi nhuận bình quân đạt được này doanh thu bình quân trên 1 kg cá bè vầu năm 2020, 2021 đều đạt 200.000 đ/kg, trong năm 2022 đạt 210.000 đ/kg. Chi phí sản xuất bình quân năm 2020 và 2021 đều là 187.000 đ/kg và 192.000 đ/kg là chi phí sản xuất bình quân năm 2022 (Bảng 1).

Qua kết quả phân tích chi phí sản xuất bình quân, lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá nhà bán lẻ (NH, KS), (ST, CH) và (C) cho thấy lợi nhuận bình quân của nhà bán lẻ (NH, KS) đạt cao nhất. Nguyên nhân, lợi nhuận bình quân cho 1 kg cá nhà bán lẻ (NH, KS) thu được cao hơn là do bên cạnh mua tận gốc và bán tận ngọn, nhà bán lẻ (NH, KS) còn chế biến thành những món ăn chín ngon và đa dạng phục vụ khách hàng. Nhưng nhìn chung lợi nhuận bình quân 1 kg cá bè vầu qua 03 năm: 2020, 2021 và 2022 của các nhà bán lẻ vẫn đạt lợi nhuận bình quân tính trên 1 kg cá khá cao và tăng đều qua các năm.

Bảng 1: Chi phí – lợi nhuận giữa các tác nhân chuỗi giá trị cá bè vầu

ĐVT: 1000VND/kg

Các khoản mục	Năm			Chênh lệch (%)	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Hộ nuôi – Thương lái					
Doanh thu bình quân	142	140	141	98,59	100,71
Chi phí sản xuất bình quân	125	118	114	94,40	96,61
Lợi nhuận bình quân	17	22	27	129,41	122,73
Hộ nuôi – Nhà bán lẻ (NH, KS)					
Doanh thu bình quân	142	140	141	98,59	100,71
Chi phí sản xuất bình quân	125	118	114	94,40	96,61
Lợi nhuận bình quân	17	22	27	129,41	122,73
Thương lái – Nhà bán buôn					
Doanh thu bình quân	170	172	175	101,18	101,74
Chi phí sản xuất bình quân	154	152	155	98,70	101,97
Lợi nhuận bình quân	16	20	20	125	100
Nhà bán buôn – Nhà bán lẻ					
Doanh thu bình quân	185	185	190	100	102,70
Chi phí sản xuất bình quân	173	175	178	101,16	101,71
Lợi nhuận bình quân	12	10	12	83,33	120
Nhà bán lẻ (NH, KS) – Nhà bán buôn					
Doanh thu bình quân	300	320	325	106,67	101,56
Chi phí sản xuất bình quân	245	247	258	100,82	104,45
Lợi nhuận bình quân	55	73	67	132,73	91,78
Nhà bán lẻ (NH, KS) – hộ nuôi					
Doanh thu bình quân	300	320	325	106,67	101,56
Chi phí sản xuất bình quân	202	202	209	100	103,47
Lợi nhuận bình quân	98	118	116	120,41	98,31
Nhà bán lẻ (ST, CH) – Khách hàng					
Doanh thu bình quân	205	210	220	102,44	104,76
Chi phí sản xuất bình quân	187	187	193	100	103,21
Lợi nhuận bình quân	18	23	27	127,78	117,39
Nhà bán lẻ NGU – khách hàng					
Doanh thu bình quân	200	200	210	100	105
Chi phí sản xuất bình quân	187	187	192	100	102,67
Lợi nhuận bình quân	13	13	18	100	138,46

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2023

4.1.3. Phân phối lợi ích giữa các tác nhân

Kênh 1: Hộ nuôi – Nhà bán lẻ (NH, KS): Phân bổ giá trị gia tăng và tỷ suất lợi nhuận giữa các tác nhân thuộc kênh 1 là sự đóng góp giá trị gia tăng của hộ nuôi trong mối quan hệ mua, bán với nhà bán lẻ (NH, KS). Nhà bán lẻ đóng góp giá trị gia tăng cao hơn hộ nuôi trong cả 03 năm (2020-2022) lần lượt từ 53% đến 47% nên tỷ suất LNBQ/CPSXBQ tác nhân này nhận được cũng cao gấp 3,5 lần, đồng thời tỷ trọng lợi nhuận bình quân của họ nhận được (81,2% - 85,2%) cũng cao hơn so với hộ nuôi (14,8% - 18,9%). Nguyên nhân do hoạt động tạo ra giá trị gia tăng của nhà bán lẻ (NH, KS) chỉ tốn chi phí chế biến thức ăn, chi phí phục vụ,... do vậy không phát sinh nhiều chi phí bình quân tăng thêm trong khi đó giá bán cho khách hàng gần gấp đôi giá thu mua từ hộ nuôi (Bảng 2).

Kênh 2: Hộ nuôi - Thương lái - Nhà bán buôn - Nhà bán lẻ (NH, KS, ST, CH, và C): Hoạt động phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong kênh 2 cho thấy, khi xét về đóng góp giá trị gia tăng trong mối quan hệ giữa hộ nuôi và thương lái, trong 03 năm (2020-2022), hộ nuôi đóng góp giá trị gia tăng cao hơn thương lái, cụ thể từ 43 đến 47%, do vậy tỷ suất LNBQ/CPSXBQ của hộ nuôi lần lượt trong 3 năm là 14%, 19% và 24% cũng cao hơn rất nhiều so với tác nhân thương lái năm 2020 là 10%, 2021 là 13% và 2022 là 14%. Tuy nhiên, nếu nhìn nhận một cách sâu sắc thực tại về mối quan hệ giữa hai tác nhân này, mặc dù hộ nuôi đóng góp giá trị gia tăng cao hơn thương lái trong 03 năm (2020 – 2022) lần lượt 47%; 44% và 43% và chỉ nhận về tỷ suất LNBQ/CPBQTT kỳ lần lượt 14%, 19% và 24%, trong khi đó thương lái đóng góp giá trị gia tăng năm 2020: 9%; 2021: 10%; 2022: 10% nhưng lại nhận được tỷ suất LNBQ/CPBQTT trong 03 năm là 10%, 13%, 14%. Số liệu này cho thấy sự phân phối lợi ích đang tồn tại không cân xứng giữa hộ nuôi và thương lái. Do vậy, trong những năm tới nếu giá bán trên thị trường của cá bẹ vẫn không cao hơn như hiện nay, năng suất, chất lượng cá bẹ vẫn giảm, tổng chi phí sản xuất bình quân cho nuôi cá bẹ vẫn có chiều hướng tăng thì hoạt động phân phối lợi ích này có thể sẽ tiếp tục bất lợi cho hộ nuôi. Tương tự như mối quan hệ trên, sự đóng góp giá trị gia tăng của tác nhân thương lái đạt được năm 2020 là 9%, 2021 và 2022 đều là 10% cao hơn nhà bán buôn trong năm 2020 là 5%, 2021 là 4% và 2022 là 5% nên tỷ trọng lợi nhuận bình quân của thương lái cũng nhận được (2020 là 12%; 2021 là 12,4%; 2022 là 11,7%) cao hơn so với nhà bán buôn (2020 là 9,2%; 2021 là 6,2%; 2022 là 7%). Nguyên nhân là với các loại chi phí (chi phí vận chuyển, bảo quản, ...) thương lái bỏ ra thấp hơn so với giá bán cho nhà bán buôn. Cuối cùng, đóng góp giá trị gia tăng trong mối quan hệ mua bán giữa nhà bán buôn và nhà bán lẻ, nhà bán buôn đóng góp giá trị gia tăng từ 4% đến 5% trong năm 2020 đến năm 2022, thấp hơn trong cùng thời gian này so với nhà bán lẻ lần lượt 8% đến 42%, đặc biệt nhà bán lẻ (C) nên tỷ suất LNBQ/CPBQTT của nhà bán buôn thấp hơn rất nhiều so với nhà bán lẻ (Bảng 2). Nguyên nhân do hoạt động phân phối cá bẹ vẫn của nhà bán buôn phải vận chuyển đến cho rất nhiều nhà bán lẻ nên họ phải bỏ ra nhiều chi phí phát sinh liên quan hoạt động cung cấp cá (Bảng 2).

Bảng 2: Phân phối lợi ích giữa các tác nhân chuỗi giá trị cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ

Tác nhân	2020				2021				2022			
	LNB Q/CP SXBQ	LNB Q/CP BQT T	Phân bổ GTGT	Tỷ trọng LNBQ	LNB Q/CP SXBQ Q	LNBQ /CPB QTT	Phân bổ GTGT	Tỷ trọng LNBQ	LNB Q/CP SXBQ	LNB Q/CP BQT T	Phân bổ GTGT	Tỷ trọng LNB Q
Kênh 1												
HN	14%	-	47%	14,8%	19%	-	47%	15,7%	24%	-	43%	18,9%
NBL (NH KS)	49%	163%	53%	85,2%	58%	190%	53%	84,3%	56%	171%	57%	81,2%
Kênh 2												
HN	14%	-	47%	13%	19%	-	44%	13,7%	24%	-	43%	15,8%
TL	10%	133%	9%	12%	13%	167%	10%	12,4%	14%	143%	10%	11,7%
NBB	7%	400%	5%	9,2%	6%	333%	4%	6,2%	7%	400%	5%	7%
NBL (NH, KS)	22%	92%	38%	42%	29%	118%	42%	45,3%	26%	99%	42%	39,2%
NBL (ST, CH)	9%	900%	9%	13,7%	12%	1150%	12%	14,3%	14%	900%	14%	15,8%
NBL (C)	7%	650%	8%	9,9%	7%	650%	8%	8,1%	9%	600%	9%	10,5%

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2023

4.2. Thảo luận

Hoạt động phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá bẹ vầu tại Nam Trung Bộ cho thấy tác nhân hộ nuôi có đóng góp giá trị gia tăng thấp hơn nhà bán lẻ (NH, KS) nên tỷ suất LNBQ/CPSXBQ họ nhận lại được cũng thấp hơn nhà bán lẻ (Kênh 1 tại Bảng 2). Kết quả nghiên cứu này tương đồng với nghiên cứu của Nguyễn Thị Nga & Trần Đình Thao (2019) khi nói về phân phối lợi ích giữa hộ nuôi và công ty chế

biến xuất khẩu thủy sản trong chuỗi cung ứng cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ, nhà bán lẻ (NH, KS) mặc dù vị trí tác nhân thể hiện trong mối quan hệ mua bán với hộ nuôi khác nhau (chuỗi giá trị cá bè vầu là nhà bán lẻ, chuỗi cung ứng cá hồng Mỹ là công ty chế biến xuất khẩu thủy sản) nhưng cả hai tác nhân này đều là nhà mua tận gốc bán tận ngọn nên chi phí thu mua thấp hơn từ các nguồn thu mua khác cộng với CPQBTT thấp nên nhà bán lẻ đạt được lợi ích cao hơn hộ nuôi giống như trong mối quan hệ giữa hộ nuôi và công ty chế biến xuất khẩu thủy sản.

Trái với hoạt động phân phối lợi ích trong kênh 1, hoạt động phân phối lợi ích giữa hộ nuôi với các tác nhân tham gia trong kênh 2 cho thấy, hộ nuôi có đóng góp giá trị gia tăng cao nhất nên tỷ trọng lợi nhuận hộ nuôi nhận được cũng cao. Tuy nhiên như đã phân tích ở trên, hoạt động phân phối lợi ích giữa họ thực sự vẫn chưa tương xứng với đóng góp, đặc biệt là hộ nuôi. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thị Nga & Trần Đình Thao (2019). Sự tương đồng này được lý giải như sau: cũng giống như cá hồng Mỹ, hoạt động nuôi thả cá bè vầu tại Nam Trung Bộ, 100% hộ nuôi thả nuôi lồng truyền thống, nhỏ lẻ, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm chủ hộ, thiếu thông tin thị trường đầu ra và chịu nhiều rủi ro trong quá trình nuôi như dịch bệnh, thời tiết xấu, giá bán phụ thuộc hoàn toàn vào người thu mua.

Thương lái đóng góp giá trị gia tăng cao hơn nên nhận về tỷ trọng lợi nhuận bình quân cao hơn so với nhà bán buôn. Trong mối quan hệ mua bán này họ là người có quyền lực định giá cho cả hộ nuôi và nhà bán buôn nên ưu thế sẽ thuộc về họ. Tuy nhiên, nếu so sánh với mối quan hệ này với mối quan hệ giữa thương lái với công ty chế biến xuất khẩu thủy sản trong chuỗi giá trị cá hồng Mỹ (Nguyễn Thị Nga & Trần Đình Thao, 2019), lợi ích thương lái nhận được so với nhà bán buôn vẫn thấp hơn nhiều trong mối quan hệ với công ty chế biến xuất khẩu thủy sản. Đây có thể là một điểm yếu lớn trong chuỗi giá trị cá bè vầu đó là thương lái chưa thiết lập mối quan hệ mua bán với công ty chế biến xuất khẩu thủy sản để mở rộng thị trường xuất khẩu cá bè vầu.

Nhà bán buôn tạo ra giá trị gia tăng thấp hơn các nhà bán lẻ nên tỷ trọng lợi nhuận bình quân họ nhận được thấp hơn các nhà bán lẻ. Kết quả nghiên cứu này phù hợp nghiên cứu của Nguyễn Thị Nga & Trần Đình Thao (2019).

Tựu chung lại, để gia tăng giá trị gia tăng và lợi ích cho tất cả các tác nhân và cả toàn chuỗi giá trị cá bè vầu nuôi biển tại Nam Trung Bộ, mỗi tác nhân cần phải làm tốt chức năng nhiệm vụ chuyên biệt đồng thời chủ động tìm kiếm và thiết lập mối liên kết với các tác nhân khác theo cả chiều dọc, chiều ngang để khai thác lợi thế từ đối tượng nuôi mới và tiềm năng này.

5. Kết luận và giải pháp

5.1. Kết luận

Chuỗi giá trị cá bè vầu nuôi biển tại Nam Trung Bộ gồm các tác nhân quan trọng như hộ nuôi, thương lái, nhà bán buôn, nhà bán lẻ (NH, KS, ST, CH, C) với hai kênh gồm: kênh 1: Hộ nuôi - Nhà bán lẻ, chiếm 10% dòng sản phẩm vật chất; kênh 2: Hộ nuôi - Thương lái - Nhà bán buôn - Nhà bán lẻ, chiếm 90% dòng sản phẩm vật chất, và được tiêu thụ 100% tại thị trường nội địa; hoạt động phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi hiện nay đều có đóng góp giá trị gia tăng và nhận được tỷ trọng lợi nhuận so với chi phí bỏ ra. Tuy nhiên, tỷ trọng lợi nhuận họ đạt được chưa cân xứng với sự đóng góp giá trị gia tăng, đặc biệt hộ nuôi và thương lái (Bảng 2). Trên thực tế, theo thời gian cấu trúc chuỗi giá trị cá bè vầu nuôi biển có thể thay đổi để phù hợp các dòng chảy, đặc biệt dòng chảy sản phẩm vật chất khi xuất hiện tác nhân mới. Do vậy, kết quả nghiên cứu này chỉ có giá trị mang lại tại thời điểm nghiên cứu, trong tương lai cần có các nghiên cứu tiếp theo để phản ánh đầy đủ về cấu trúc và phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm nuôi này.

5.2. Giải pháp

5.2.1. Đối tác nhân

Hộ nuôi: Cần chủ động tham gia liên kết ngang (hộ nuôi) hình thành nên những hội nuôi cá bè vầu như kiểu tổ hợp tác xã để thực hiện hoạt động liên kết trong tất cả các khâu về mọi mặt từ khâu đầu vào, các công đoạn nuôi cá thương phẩm, công tác phòng ngừa và điều trị bệnh để tăng năng suất, chất lượng cũng như khâu phân phối sản phẩm. Và liên kết dọc (thương lái, nhà bán buôn) để gia tăng đầu mỗi tiêu thụ cũng như nắm bắt đầy đủ về thông tin thị trường đầu ra cá bè vầu thương phẩm. Đồng thời tiếp cận công ty chế

biến xuất khẩu thủy sản để đưa sản phẩm này vào thị trường nhập khẩu nước ngoài trong những năm tới. Bởi vì, vấn đề tiêu thụ cá bè vẫn là một vấn đề khó khăn hiện nay của hộ nuôi, nguyên nhân hiện nay chỉ có thị trường tiêu thụ trong nước, đồng thời các thông tin về chất lượng, phẩm cấp, kích cỡ, giá bán còn chưa thông suốt giữa tác nhân, thậm chí còn không nắm rõ. Do vậy, đòi hỏi hộ nuôi cần học hỏi, trau dồi nâng cao trình độ kiến thức không chỉ trong nuôi thủy sản mà còn cả thông tin đáp ứng được thị trường đầu ra.

Thương lái: Cần phải thiết lập các mối quan hệ mật thiết với hộ nuôi, thương lái, người bán buôn theo cả chiều dọc và chiều ngang trong chuỗi, đặc biệt trong những năm tới tìm kiếm và tiếp cận được các công ty chế biến xuất khẩu thủy sản để mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm cá bè vầu. Bởi lẽ, khi công ty chế biến xuất khẩu thủy sản tham gia chuỗi với tư cách là một tác nhân, đây sẽ là cơ hội lớn để mở rộng thị trường tiêu thụ cá bè vầu, đặc biệt thị trường xuất khẩu. Thương lái phải đáp ứng đầy đủ, tức thời, chính xác những thông tin về thời gian thu hoạch cá thương phẩm, kích cỡ cá cần thu mua, giá thu mua, cũng như các hoạt động hỗ trợ về vốn cho hộ nuôi phục vụ nuôi cá bè vầu thương phẩm nếu hộ nuôi có nhu cầu. Sử dụng các phương tiện vận chuyển cá chuyên dụng từ điểm thu mua đến nơi phân phối đảm bảo chất lượng để đáp ứng cho các công đoạn tiếp theo của quá trình tiêu thụ cá đến khách hàng cuối cùng.

Nhà bán buôn: Hoạt động mua, bán cá bè vầu muốn mang lại lợi nhuận cao đòi hỏi những nhà bán buôn cần chủ động tham gia vào mối quan hệ hợp tác với thương lái, nhà bán buôn, thậm chí chủ động thiết lập mối quan hệ mua bán với hộ nuôi trong những năm tới. Nhờ các mối quan hệ hợp tác này sẽ cho phép nhà bán buôn chủ động nắm bắt được đầy đủ các thông tin về thời gian thu mua, chất lượng cá, kích cỡ cá thu mua, giá cả, thị trường tiêu thụ. Trên cơ sở đó có những phương án thu mua tốt nhất để đem lại hiệu quả trong hoạt động kinh doanh.

Nhà bán lẻ: Cũng giống như các tác nhân trên để nhận được lợi nhuận mong muốn, nhà bán lẻ cần chủ động liên kết các nguồn cung cấp nhà bán buôn, thậm chí thương lái về thời gian thu mua, địa điểm, trọng lượng cá thu mua, giá cả, phương tiện vận chuyển và bảo quản cá để cá được đảm bảo chất lượng tươi ngon phục vụ khách hàng.

5.2.2. Đối với cơ quan nhà nước

Thực hiện quy hoạch diện tích nuôi cá bè vầu theo hướng phát triển bền vững, hiệu quả

Để phát triển bền vững ngành nuôi cá bè vầu trước hết cần thực hiện chính sách quy hoạch và quy hoạch lại các vùng nuôi như giao mặt nước nuôi. Đồng thời, tương ứng với từng mô hình nuôi, quy trình nuôi sẽ ban hành những quy định cụ thể về điều kiện bảo vệ môi trường tại vùng nuôi và xung quanh khu vực nuôi. Hay những hộ nuôi phải đảm bảo đủ điều kiện mới cấp phép nuôi. Đối với những hộ đã nuôi, sẽ tiến hành rà soát, đối chiếu và yêu cầu bổ sung các điều kiện đúng quy định mới được tiếp tục nuôi hoặc mở rộng diện tích nuôi.

Tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn, kiểm tra và giám sát để bảo đảm chất lượng sản phẩm nuôi và môi trường nuôi

Trong thực tế những năm qua công tác quản lý đối ngành nuôi thủy sản từ phía cơ quan nhà nước nói chung, cá bè vầu nói riêng còn rất nhiều hạn chế và bất cập như công tác cảnh báo môi trường. Để phát huy tốt vai trò của cơ quan quản lý nhà nước đối với nuôi sản phẩm cá bè vầu đáp ứng tiêu thụ trong thị trường nội địa cũng như hướng tới xuất khẩu trong những năm tới, cần: (i) Tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn và nâng cao nhận thức cho các tác nhân về đáp ứng đầy đủ truy xuất nguồn gốc; (ii) Hạn chế sử dụng hóa chất và kháng sinh, xử lý triệt để chất xả thải ra môi trường, ... (iii) Cuối cùng, cần xây dựng chế tài xử lý nghiêm các hành vi cố tình vi phạm của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị đối tượng nuôi này.

Tăng cường hỗ trợ xây dựng thương hiệu và mở rộng quy mô thị trường tiêu thụ

Việc mở rộng thị trường, mở rộng quy mô thị trường, đặc biệt thị trường xuất khẩu. Bên cạnh sự cố gắng của tất cả các tác nhân tham gia chuỗi, thì các cơ quan nhà nước cần phải hỗ trợ các tác nhân tham gia chuỗi, ngoài việc hỗ trợ trong nghiên cứu sâu về thị trường nội địa như chế biến sản phẩm phù hợp với thị hiếu khách hàng, cơ quan nhà nước cần có sự đánh giá khả năng xây dựng thương hiệu sản phẩm cá bè vầu. Trên cơ sở đó đề xuất cơ chế và chính sách thích hợp nhằm hỗ trợ thực hiện các hoạt động quảng bá thương hiệu, tiếp thị đến nhà phân phối lớn, hệ thống siêu thị trong nước và hướng tới thị trường nước ngoài.

Lời thừa nhận/Cảm ơn: Nghiên cứu này là sản phẩm của đề tài Khoa học Công nghệ cấp bộ của Bộ giáo dục và Đào tạo số: CT2022.05.TSN.01”.

Tài liệu tham khảo

- Chopra, S., & Meindl, P. (2007), *Supply chain management. Strategy, planning & operation*, Springer.
- Dubay, K., Tokuoka, S., & Gereffi, G. (2010), *A value chain analysis of the Sinaloa, Mexico shrimp fishery*, Durham Duke University, Durham.
- Gereffi, G. (1994), *The Organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks*. In *Commodity Chains and Global Capitalism*, Gereffi, G. & Korzeniewicz, M. (eds), Praeger, London.
- Gereffi, G. (1999), *A commodity chains framework for analysing global industries*, In: Institute of Development Studies, Duke University, USA.
- Gereffi, G., & Korzeniewicz, M. (1994), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, London.
- GTZ. (2007), *ValueLinks Manual. The Methodology of Value Chain Promotion*, Published on CD-Rom, Eschborn, Germany.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001), *A handbook for Value Chain research*, International Development Research Centre (IDRC), Ottawa, Canada.
- Mabert, V. A., & Venkataramanan, M. (1998), ‘Special research focus on supply chain linkages: challenges for design and management in the 21st century.’ *Decision sciences*, 29(3), 537-552.
- Meixell, M. J., & Gargeya, V. B. (2005), ‘Global supply chain design: A literature review and critique’, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41(6), 531-550.
- Misund, B., Olsen, M. S., Osmundsen, T. C., & Tveterås, R. (2023), ‘The political economy of salmon aquaculture: Value sharing and societal support for aquaculture in Norway’, *Marine Resource Economics*, 38(4), 365-390.
- Nguyễn Phú Sơn, Lê Văn Gia Nhỏ, Nguyễn Thị Thu An, Nguyễn Thùy Trang, & Lê Bửu Minh Quân (2019), ‘Chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng vùng ở Tây Nam Bộ’, *Tạp chí Khoa học Công nghệ Nông nghiệp Việt Nam*, 11(108), 188-195.
- Nguyễn Thị Kim Anh, Nguyễn Thị Trâm Anh, & Huỳnh Minh Thuật (2019), ‘Chuỗi cung ứng mặt hàng tôm thẻ chân trắng tại Chi nhánh Công ty TNHH Thông Thuận, tỉnh Ninh Thuận’, *Kinh tế và dự báo*, 33, 87-90.
- Nguyễn Thị Nga, & Trần Đình Thao (2019), ‘Phân phối lợi ích trong chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ’, *Tạp chí Kinh tế và phát triển*, 263, 63-73.
- Nguyễn Thị Phương Thảo (2015), ‘Nghiên cứu chuỗi cung ứng mặt hàng cá biển fillet thịt trắng trên địa bàn thành phố Nha Trang’, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Nha Trang.
- Phan Phùng Phú (2023), ‘Nghiên cứu chuỗi giá trị cá Tra ở tỉnh Tiền Giang’, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế.