

## CONTENTS

1. Impacts of social capital and climate change on migration in rural area of Vietnam 1  
*Huynh Ngoc Chuong, Nguyen Chi Hai*
2. Factors affecting the profitability of consumer goods enterprises: Study of enterprises listed on the Vietnam stock exchange 13  
*Nguyen Khanh Linh, Phan Thi Hang Nga*
3. Effect of non-interest income on profit: Evidence in Vietnamese commercial bank 27  
*Nguyen Quoc Anh, Tang My Sang*
4. Determinants affecting the profitability of commercial banks listed on the stock market of Vietnam 42  
*Ho Thi Lam, Nguyen Ngoc Hoang Anh*
5. Factors of board of directors' characteristics influence on performance of listed commercial bankers in Vietnam 57  
*Nguyen Kim Quoc Trung, Nguyen Minh Hang*
6. The relationship between financial management and the operational efficiency of small and medium-sized enterprises in Ho Chi Minh City 70  
*Vo Thi Thu Ha, Nguyen Thi Kieu Oanh, Vo Thi Truc Dao, Chu Thi Thuong, Le Van Tuan*
7. Customer expectations regarding last mile delivery for the case buying electronic categories on e-commerce platform at Ho Chi Minh City 79  
*Tran Thi Anh Hong, Do Thi Huyen Trang, Truong Thi Minh Ly, Thai Kim Phung*
8. Relationship between service quality, adoption of online information and brand trust through brand image in residential real estate project developers in Vietnam 89  
*Ta Van Thanh, Lam Ngoc Thuy, Nguyen Dong Trieu, Ho Thi Thao Nguyen, Tran Ba Duy Linh*
9. Factors affecting online purchase intention of consumer electronics: A study of Quang Binh province 101  
*Le Thi Minh Duc, Nguyen Thi Yen, Le Thi Hoai Thuong, Le Hoang Thuy Vy*
10. Assessment of the impact of the new rural program to improve the income of the s'tieng ethnic minority households in Hung Phuoc commune, Bu Dop district, Binh Phuoc province 115  
*Pham Trung Hau, Tran Hoai Nam*

## MỤC LỤC

1. Ảnh hưởng của vốn xã hội và biến đổi khí hậu đến di cư ở khu vực nông thôn Việt Nam 1  
*Huỳnh Ngọc Chương, Nguyễn Chí Hải*
2. Các yếu tố tác động đến lợi nhuận của doanh nghiệp hàng tiêu dùng: Nghiên cứu các doanh nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam 13  
*Nguyễn Khánh Linh, Phan Thị Hằng Nga*
3. Tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của ngân hàng thương mại Việt Nam 27  
*Nguyễn Quốc Anh, Tăng Mỹ Sang*
4. Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam 42  
*Hồ Thị Lam, Nguyễn Ngọc Hoàng Anh*
5. Các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam 57  
*Nguyễn Kim Quốc Trung, Nguyễn Minh Hằng*
6. Mối quan hệ giữa quản lý tài chính và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh 70  
*Võ Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Kiều Oanh, Võ Thị Trúc Đào, Chu Thị Thương, Lê Văn Tuấn*
7. Nghiên cứu sự mong đợi về dịch vụ giao hàng chặng cuối khi mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử của khách hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh 79  
*Trần Thị Ánh Hồng, Đỗ Thị Huyền Trang, Trương Thị Minh Lý, Thái Kim Phụng*
8. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến và niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu tại các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở tại Việt Nam 89  
*Tạ Văn Thành, Lâm Ngọc Thùy, Nguyễn Đông Triều, Hồ Thị Thảo Nguyên, Trần Bá Duy Linh*
9. Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng: Trường hợp nghiên cứu tại tỉnh Quảng Bình 101  
*Lê Thị Minh Đức, Nguyễn Thị Yến, Lê Thị Hoài Thương, Lê Hoàng Thúy Vy*
10. Đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến cải thiện thu nhập hộ đồng bào dân tộc S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước 115  
*Phạm Trung Hậu, Trần Hoài Nam*



## IMPACTS OF SOCIAL CAPITAL AND CLIMATE CHANGE ON MIGRATION IN RURAL AREA OF VIETNAM

Huynh Ngoc Chuong<sup>1\*</sup>, Nguyen Chi Hai<sup>1</sup>

<sup>1</sup>University of Economics and Law

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.313</p> <p><i>Received:</i> July 01, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> September 29, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Climate chang; Migration; Sustainable livelihoods; Vietnam rural households.</p>	<p>Migration and labor mobility is a major topic of research in the world and Vietnam. In particular, migration from rural areas to big cities in Vietnam has become a trend of livelihood strategy for rural households. This study aimed to examine the effects of climate change as well as the interaction between climate change and the livelihood capitals on household migration decisions. The data in this study are used from the Viet Nam Access to Resources Household Survey (VARHS) which applied the Tobit regression model. The results show a clear and certainty effect of climate change that directly increases the migration of households. Meanwhile, livelihood capitals also have a significant impact, especially in the context of climate change. Which, social capital, the index of the connection with those who have migrated, is the factor that has the highest impact on the decision to migrate. From there, the authors give some policy implications to stabilize the migration status of Vietnamese farmers.</p>

\*Corresponding author:

Email: [chuonghn@uel.edu.vn](mailto:chuonghn@uel.edu.vn)



## ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN XÃ HỘI VÀ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU ĐẾN DI CƯ Ở KHU VỰC NÔNG THÔN VIỆT NAM

Huỳnh Ngọc Chương<sup>1\*</sup>, Nguyễn Chí Hải<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Kinh tế-Luật

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.313</p> <p>Ngày nhận: 01/07/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 29/09/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Biến đổi khí hậu; Di cư; Nông hộ Việt Nam; Sinh kế bền vững.</p>	<p>Di cư và dịch chuyển lao động là một chủ đề lớn trong nghiên cứu trên thế giới và Việt Nam. Trong đó, di cư từ các vùng nông thôn ở Việt Nam trở thành một xu thế sinh kế quan trọng của các hộ nông thôn. Mục tiêu của bài nghiên cứu này nhóm tác giả xem xét ảnh hưởng của biến đổi khí hậu trong mối quan hệ tương tác với các nguồn vốn sinh kế đến quyết định di cư của hộ. Dữ liệu trong bài nghiên cứu này được sử dụng từ bộ dữ liệu nguồn lực nông hộ (VARHS) với tiếp cận của mô hình hồi quy tobit dữ liệu bảng. Các kết quả cho thấy, ảnh hưởng rõ ràng và chắc chắn của biến đổi khí hậu trực tiếp thúc đẩy di cư của các nông hộ. Đồng thời, các nguồn vốn sinh kế cũng có tác động đáng kể, đặc biệt trong các bối cảnh biến đổi khí hậu. Trong đó, vốn xã hội với đặc điểm là mối quan hệ kết nối với những người đã di cư là yếu tố tác động lớn nhất đến quyết định di cư của nông hộ. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm ổn định trạng thái di cư của nông hộ Việt Nam.</p>

### 1. Giới thiệu

Việc di cư từ một số nơi nhất định đến nơi khác được xác định chủ yếu là hai yếu tố như yếu tố sinh kế đẩy tại nơi xuất phát và kéo các yếu tố sinh kế tại nơi đến (Lee, 1966). Phương tiện sinh kế là một trong những yếu tố thúc đẩy quan trọng của việc di cư. Người nông dân chủ yếu sống dựa vào nông nghiệp và họ rất dễ bị ảnh hưởng bởi các tác động tiêu cực. Sản xuất nông nghiệp có quá nhiều biến động và ngày

càng giảm sút theo xu hướng. Do vậy, người dân dần đa dạng hóa nguồn sinh kế hoặc chuyển đổi các hoạt động của họ. Nhưng các phương tiện thay thế của sinh kế ở cấp địa phương không đủ để bù đắp cho người nông dân. Hơn nữa, tài sản của hộ gia đình, cơ sở hạ tầng địa phương và thậm chí các hoạt động của Chính phủ không thể cung cấp hỗ trợ thích hợp. Trong tình huống này, dịch chuyển là lựa chọn tốt nhất của người dân đối phó với tình huống bất lợi khi sinh kế bền vững bị ảnh hưởng (Mistri và Das, 2014).

Theo chỉ số rủi ro khí hậu toàn cầu năm 2018, tỉ lệ tử vong do các hiện tượng thời tiết cực đoan ở Việt Nam năm 2016 là 161, đứng thứ

\*Tác giả liên hệ:

Email: [chuonghn@uel.edu.vn](mailto:chuonghn@uel.edu.vn)

11 trên thế giới với giá trị thiệt hại là 4.037.704 triệu USD và giữ vị trí thứ 5 trên tổng nhóm nước có mức thiệt hại cao nhất. Thêm vào đó, thiệt hại bình quân GDP là 0,6782%, đứng thứ 10 trên thế giới. Biến đổi khí hậu trở thành một trong những nhân tố tác động mạnh mẽ và trực tiếp tới các nông hộ, ảnh hưởng mạnh đến sinh kế của nông hộ. Di cư cung cấp một lựa chọn để giảm bớt bất an và nghèo đói mặc dù nó không thể tạo thành một giải pháp thoát nghèo ở nông thôn. Trong khi đó, vốn xã hội là một trong năm loại vốn sinh kế cốt lõi trong cấu trúc kiến tạo nên sinh kế của hộ gia đình. Các loại tài sản sinh kế (5 loại vốn sinh kế theo DFID (1999) hay 6 loại tài sản theo Winters và cộng sự (2001)), vốn xã hội cũng đều được xem là một trong các thành tố cốt lõi ảnh hưởng đến các quyết định sinh kế của hộ và chịu ảnh hưởng lớn bởi các bối cảnh sinh kế (DFID, 1999; Winters và cộng sự, 2001) particularly the livelihoods of the poor. It was developed over a period of several months by the Sustainable Rural Livelihoods Advisory Committee, building on earlier work by the Institute of Development Studies (amongst others. Do đó, để làm rõ tác động của các yếu tố trong ảnh hưởng khí hậu và các trạng thái vốn xã hội của hộ đến một trong các quyết định sinh kế quan trọng của hộ, quyết định di cư.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Di cư và dịch chuyển lao động

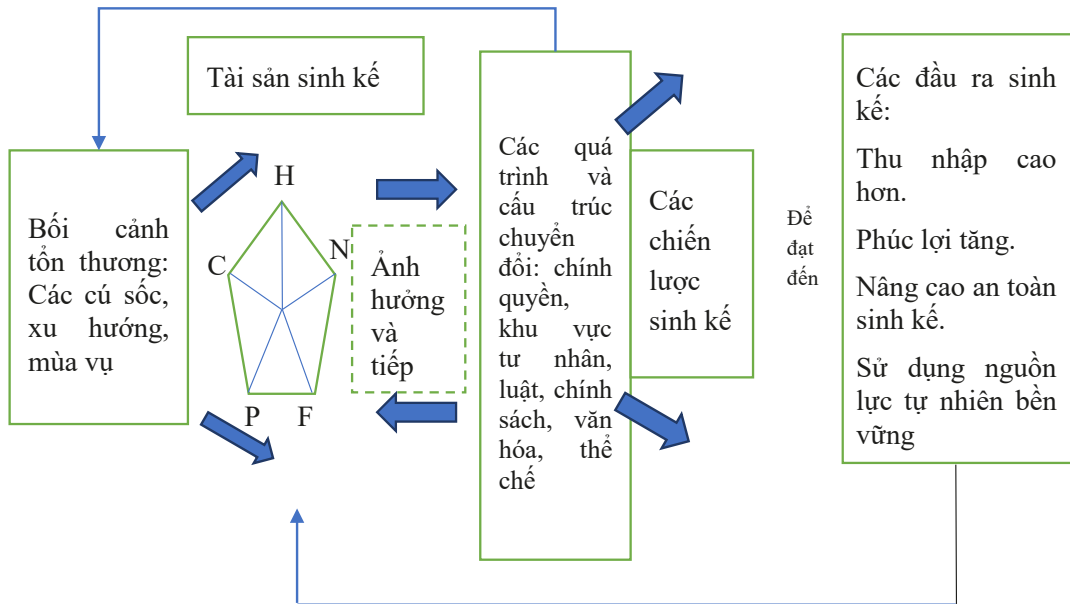
Theo định nghĩa từ tổ chức di cư quốc tế (IOM), di chuyển lao động hay dịch chuyển của người lao động có thể là di chuyển nghề nghiệp (di chuyển dọc theo bậc thang nghề nghiệp), hoặc di chuyển theo địa lý (di chuyển qua các vị trí địa lý). Thuật ngữ “dịch chuyển lao động” có cùng nghĩa với “di cư lao động” nhưng ngày nay được sử dụng thường xuyên hơn để phản ánh bản chất năng động và đa hướng của di cư hiện đại, cho thấy rằng những người di chuyển vì mục đích việc làm có thể làm như vậy nhiều lần, có thể di chuyển qua các quốc gia đến khác nhau và việc làm của họ ở nước ngoài có thể không nhất thiết dẫn đến việc định cư ở một quốc gia khác, giữ nơi cư trú chính của họ ở quốc gia xuất xứ của họ. Sự di cư của cá nhân từ bang này sang bang khác, hoặc trong quốc gia cư trú của chính mình, cho mục đích làm việc gọi là di cư lao động (Brown, 2008).

Di chuyển theo địa lý, ngành, và nghề nghiệp là các thành phần của dịch chuyển lao động được bao gồm trong khái niệm của Mincer và Jovanovic (1979). Do sự dịch chuyển lao động từ khu vực nông nghiệp sang phi nông nghiệp và từ nông thôn ra thành thị, thị trường lao động bắt đầu phát triển và xuất hiện di cư (Cai và cộng sự, 2014; Mincer & Jovanovic, 1981; Su và cộng sự, 2018). Những người di cư được định nghĩa là những người đã rời khỏi chỗ ở từ 6 tháng trở lên. Di cư từ nông thôn ra thành thị là một quá trình phát triển tất yếu trong quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế nông nghiệp sang nền kinh tế công nghiệp (Valtonen, 1996).

### 2.2. Ảnh hưởng của vốn xã hội và biến đổi khí hậu đến di cư

Khung phân tích sinh kế bền vững (DFID) cơ quan phát triển quốc tế Anh đưa ra vào năm 1999, nhấn mạnh đến các bối cảnh sinh kế có thể ảnh hưởng đến sinh kế của hộ. Theo đó, DFID đặc biệt nhấn mạnh và các bối cảnh tổn thương từ các cú sốc, các xu hướng và tính mùa vụ (DFID, 1999). Các cú sốc về sức khỏe, tự nhiên, kinh tế gắn liền với các sự kiện biến đổi khí hậu. Trong đó, DFID cho rằng, các bối cảnh này là dễ tổn thương, đặc biệt đối với các hộ nghèo và nó nằm bên ngoài khả năng kiểm soát của hộ và DFID nhấn mạnh đến các yếu tố tiêu cực trong bối cảnh sống của hộ gia đình tác động đến sinh kế của hộ.

Đồng thời, dưới quan điểm của DFID, nguồn vốn sinh kế của hộ là điều kiện xác định khả năng hộ có thể lựa chọn chiến lược sinh kế cho mình, với 5 loại vốn của hộ bao gồm: vốn con người, vốn xã hội, vốn tự nhiên, vốn vật chất, vốn tài chính. Trong khung phân tích này, vốn xã hội có vai trò khá đặc biệt, quan điểm của DFID cho rằng vốn xã hội không chỉ đóng vai trò là một nguồn tài sản sinh kế cho hộ lựa chọn chiến lược sinh kế mà vốn xã hội còn tác động đến các loại vốn sinh kế còn lại của hộ gia đình. Vốn xã hội trong khung phân tích sinh kế DFID được đề xuất xem xét đo lường ở 3 khía cạnh: mạng lưới (ngang hàng hoặc trên dưới, ngang-dọc), thành viên các tổ chức, các mối quan hệ niềm tin, các hình thức trao đổi.



**Hình 1.** Tóm lược khung phân tích sinh kế bền vững DFID

*Nguồn: DFID (1999)*

Chiến lược sinh kế trong khung phân tích DFID xác định di cư hay dịch chuyển lao động là một chiến lược đáp ứng trước các bối cảnh tổn thương của hộ. Dưới quan điểm của DFID, chiến lược sinh kế của hộ phụ thuộc vào tài sản sinh kế của hộ và các quá trình cấu trúc và chuyển đổi. Trong khi đó, các quá trình cấu trúc và chuyển đổi có thể thúc đẩy, khuyến khích hay cản trở các lựa chọn sinh kế khác nhau của hộ.

Di cư cung cấp một chiến lược sinh kế được lựa chọn để giảm bớt bất an và nghèo đói mặc dù nó không thể tạo thành một giải pháp thoát nghèo ở nông thôn. Việc di cư từ một số nơi nhất định đến nơi khác được xác định bởi chủ yếu là hai loại yếu tố như yếu tố sinh kế đẩy tại nơi xuất phát và kéo các yếu tố sinh kế tại nơi đến (Lee, 1966). Phương tiện sinh kế là một trong những yếu tố thúc đẩy quan trọng của việc di cư. Người nông dân chủ yếu sống dựa vào nông nghiệp và họ rất dễ bị ảnh hưởng bởi các tác động tiêu cực. Sản xuất nông nghiệp có quá nhiều biến động và ngày càng giảm sút theo xu hướng. Do vậy, người dân dần đa dạng hóa nguồn sinh kế hoặc chuyển đổi các hoạt động của hộ. Nhưng các phương tiện thay thế của sinh kế ở cấp địa phương không đủ để bù đắp cho người nông dân. Hơn nữa, tài sản của hộ

gia đình, cơ sở hạ tầng địa phương và thậm chí các hoạt động của Chính phủ không thể cung cấp hỗ trợ thích hợp. Trong tình huống này, dịch chuyển là lựa chọn tốt nhất của người dân đối phó với tình huống bất lợi khi sinh kế bền vững bị ảnh hưởng (Mistri và Das, 2014).

Biến đổi khí hậu tác động đến các nhóm xã hội khác nhau, và nhóm xã hội dễ bị tổn thương nhất là nông dân di cư. Ở góc độ cư trú, người nông dân di cư dễ bị tổn thương nhất bởi tác động của biến đổi khí hậu, đặc biệt đối với các nhóm cư dân thiếu tiếp cận đến những dịch vụ xã hội thiết yếu, cơ sở hạ tầng và thông tin cần thiết để giúp họ thích ứng với sự biến đổi khí hậu, và do đó thúc đẩy họ di cư (UNDP, 2002). Thêm vào đó, một nghiên cứu khác cũng chứng minh việc biến đổi khí hậu đang ảnh hưởng đến di cư thông qua các tác động đến ngành nông nghiệp (Nawrotzki và cộng sự, 2012). Thông qua việc tác động đến năng suất, doanh thu và lợi nhuận của ngành nông nghiệp sẽ thúc đẩy hoạt động di cư như là một chiến lược đối phó trước sự tác động của khí hậu và biến đổi khí hậu (Martin và cộng sự, 2014; Nawrotzki và cộng sự, 2016). Hay trong nghiên cứu của Carrico và Donato (2019) phân tích các mô hình di cư quốc tế từ năm 1971 đến năm 2012, các tác giả đã cho thấy mối quan hệ giữa các khía cạnh

trong biến đổi khí hậu và các mối quan hệ xã hội đến quyết định di cư của các hộ gia đình. Các xác nhận về biến đổi khí hậu có tác động di cư đáng kể, trong đó, chỉ báo về biến đổi khí hậu được các tác giả dựa trên các thông tin về khí tượng, nhiệt độ và lượng mưa (Mariwah và cộng sự, 2019; Peterson & Manton, 2008). Tại Việt Nam, nhiều nghiên cứu cũng xác nhận các mối liên hệ giữa sự sụp đổ của các dạng hình thái sinh kế phụ thuộc vào thời tiết ảnh hưởng đến quyết định di cư của các hộ hoặc mối liên hệ giữa biến đổi khí hậu và di cư thông qua yếu tố cơ trú cũng như sự suy giảm các nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp (Dang và cộng sự, 1997; De Brauw, 2020; De Brauw & Harigaya, 2007; Nguyen và cộng sự, 2019).

### 2.3. Mô hình nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả định hình nền tảng lý thuyết cho việc xác định ảnh hưởng của biến đổi khí hậu lên quyết định di cư của các hộ dựa trên khung phân tích sinh kế bền vững DFID (DFID, 1999). Trong đó, hộ sử dụng các loại vốn sinh kế: (a) Vốn vật chất; (b) Vốn tài chính; (c) Vốn xã hội; (d) Vốn con người; (e) Vốn tự nhiên để hướng đến sinh kế bền vững trong các bối cảnh sống.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi đo lường tình trạng *Biến đổi khí hậu* mà hộ phải đối mặt thông qua số lượng các vấn đề môi trường liên quan đến lũ lụt, hạn hán và bão khi mà hộ gia đình đã từng trải qua trong một năm trước đó. Theo Koubi và cộng sự (2016) và nhiều nghiên cứu khác thì việc xem xét vào tổng số sự kiện đã trải qua, người di cư nhìn chung trải qua các sự kiện bất ngờ (lũ lụt, hạn hán và bão) nhiều hơn so với người không di cư (Gioli và cộng sự, 2014; Koubi và cộng sự, 2016).

Bên cạnh đó, vốn xã hội trong các nghiên cứu sinh kế khác dùng nhiều các chỉ báo đa dạng khác nhau, đôi khi mang tính chỉ báo như: tần suất đi chợ (Kuang và cộng sự, 2019), số chuyến đi thăm hỏi (Alemayehu và cộng sự, 2018), tin vào láng giềng hay số lượng điện thoại di động (Torres và cộng sự, 2018). Trong các nghiên cứu về di cư, vốn xã hội được đo lường dựa trên khía cạnh mạng lưới xã hội, và được đo lường bởi *Mạng lưới xã hội* là một biến giả thể hiện việc gia đình từng có người tham gia di cư trước đây, nhận giá trị là 1 nếu có người thân trong gia đình đã từng dịch chuyển ra khỏi địa

phương và nhận giá trị là 0 nếu trước đó không có ai tham gia dịch chuyển. Mạng xã hội liên kết đóng một vai trò quan trọng trong việc định hình di cư. Đặc biệt, những hộ có thành viên gia đình trực hệ hoặc những người thân khác có kinh nghiệm dịch chuyển thì có khả năng sẽ tham gia di cư đi nơi khác cao hơn đáng kể so với những người không có mối quan hệ đó (Fussell & Massey, 2004).

Vốn con người hay vốn nguồn nhân lực trong nghiên cứu này được đo lường thông qua trình độ học vấn của hộ. *Trình độ học vấn* (vốn con người) được đo lường bằng tỉ số lao động có trình độ trung học cơ sở trở lên so với tất cả lao động trong một hộ gia đình. Những người có trình độ học vấn cao hơn thường có nhiều cơ hội hơn để tìm được một công việc tương đối ổn định ở các khu vực thành thị (De Brauw, 2020; De Brauw & Harigaya, 2007).

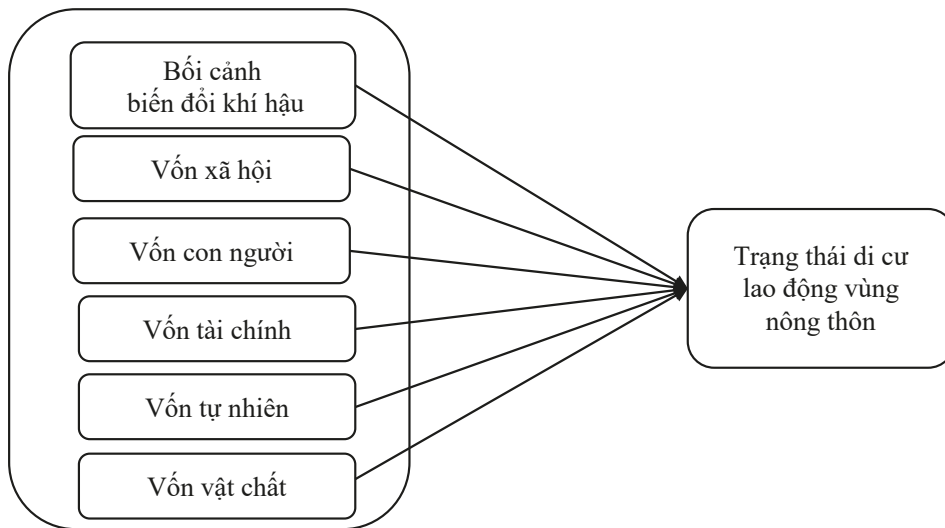
Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng *Diện tích đất* được đo lường bằng diện tích đất bình quân đầu người mà hộ gia đình đang sở hữu như là biến số đại diện cho vốn tự nhiên mà hộ sở hữu. Đây được xem là một đặc điểm liên quan đến tài sản hộ gia đình, điều này sẽ tác động đáng kể đến thu nhập của hộ vì có nhiều đất để sản xuất, thì khả năng di cư sẽ giảm đi do hộ gia đình được đảm bảo vật tư sản xuất trong nông nghiệp. Tuy nhiên, nếu đất đai manh mún, thì khả năng hộ gia đình sẽ tham gia di cư để tìm kiếm mảnh đất màu mỡ hơn để sản xuất.

Vốn vật chất được đại diện bởi biến số khoảng cách đến thị trấn, *khoảng cách đến thị trấn* (vốn vật chất) được đo lường bằng khoảng cách từ nhà hộ đang sinh sống tới thị trấn gần nhất. Khoảng cách càng xa thì có chi phí vận chuyển và các chi phí khác cao hơn nên sẽ làm giảm động lực di cư. Tuy nhiên, bên cạnh đó khoảng cách đến thị trấn càng xa cũng có thể được hiểu rằng, cơ hội việc làm phi nông nghiệp tại địa bàn sẽ thấp hơn, kích thích mọi người tham gia di cư để tìm kiếm việc làm trong lĩnh vực phi nông nghiệp (Davis & Brazil, 2016; Shinbrot và cộng sự, 2019).

Vốn tài chính được đại diện bởi các biến số về: *Thu nhập*. Vốn tài chính này được đo lường bằng thu nhập trong năm và hộ có vay vốn hay không. Trong đó thu nhập có tác động ngược chiều với việc di cư. Vì lao động sẽ tự di chuyển từ nơi có thu nhập thấp đến nơi có thu nhập cao

nên khi sinh kế bị ảnh hưởng, thu nhập ban đầu không còn đáp ứng đủ mức chi tiêu thì họ sẵn

sàng di cư để tìm kiếm công việc tốt hơn (Xu và cộng sự, 2019, 2020).



**Hình 2.** Khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến di cư

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

Do đặc điểm của biến phụ thuộc là các quan sát bị chặn, nhận giá trị bắt đầu từ 0 (0 là không di cư) nên nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tobit (hay mô hình hồi quy kiểm duyệt – censored regression model) được giới thiệu bởi Tobin (McDonald & Moffitt, 1980). Việc sử dụng mô hình hồi quy Tobit trong nghiên cứu này là hoàn toàn hợp lý, cụ thể: chỉ tiêu đánh giá khả năng di cư của hộ gia đình là tỉ lệ người di cư trong hộ so với quy mô mà hộ đang có. Điều này có nghĩa biến phụ thuộc mang giá trị ở trong đoạn [0, 1], tức là sẽ có những hộ không có ai di cư (nhận giá trị bằng 0) hoặc có những hộ có người tham gia di cư (0 ≤ Y ≤ 1). Trong trường hợp này, số liệu của biến phụ thuộc được gọi là số liệu bị kiểm lọc. Mặt khác, khi

biến phụ thuộc nhận giá trị 0 và nhỏ hơn hoặc bằng 1, nghiên cứu có thể xem xét sử dụng mô hình hồi quy Logit dạng bảng hoặc Probit dạng bảng (như các nghiên cứu được đề cập ở trên). Tuy nhiên, thực tế điều tra tại địa bàn nghiên cứu tại 12 tỉnh cho thấy số hộ di cư là rất ít, đa số tỉ lệ là 0 phần trăm, trong khi phần lớn các hộ đều không tham gia di cư.

Vì vậy, việc hồi quy Tobit theo mô hình dữ liệu bảng sẽ sử dụng phương pháp ước lượng hợp lý tối đa MLE (Maximum Likelihood Estimation method) là hợp lý. Dữ liệu trong nghiên cứu này được sử dụng dựa trên bộ dữ liệu tiếp cận nguồn lực của hộ gia đình nông thôn, trong khoảng thời gian điều tra 2012-2018 với số lượng hộ trong mẫu nghiên cứu là 2038 hộ.

**Bảng 3.** Tóm tắt biến số và kỳ vọng tác động trong mô hình Tobit Panel

Nhân tố	Ký hiệu	Đo lường	Nghiên cứu trước	Kỳ vọng dấu
Biến đổi khí hậu	BĐKH	Số lượng các vấn đề môi trường mà hộ gia đình từng gặp phải liên quan đến bão, lũ lụt, hạn hán	Nawrotzki và cộng sự (2016), Koubi và cộng sự (2016)	+
Mạng lưới xã hội	VXH	Là biến giả thể hiện trong hộ gia đình từng có người đi di cư trong năm trước đó	Fussell và Massey (2004)	+



Nhân tố	Ký hiệu	Đo lường	Nghiên cứu trước	Kỳ vọng dấu
Trình độ học vấn	VCN	Tỉ lệ người có học từ trung học cơ sở trở lên trên cho quy mô hộ	De Brauw và cộng sự (2007), Hare (1999), Lindstrom và Lauster (2001), Cerrutti và Massey (2001)	+
Diện tích đất canh tác	VTN	Tổng diện tích đất sử dụng để canh tác của hộ gia đình, đơn vị đo là héc ta (ha)	Atamanov và Van den Berg, (2012), Tan và cộng sự (2006)	+/-
Thu nhập bình quân	VTC	Tổng thu nhập (triệu đồng)	Dingde Xu và cộng sự (2018)	-
Khoảng cách đến thị trấn	VVC	Khoảng cách gần nhất từ hộ gia đình đến thị trấn, đơn vị đo là km	Ma và cộng sự (2016)	+/-
Nhóm biến tương tác				
BĐKH*VXH		Vốn xã hội trong bối cảnh chịu tác động biến đổi khí hậu	DFID (1999), Winters và cộng sự (2001)	+
BĐKH*VCN		Vốn con người trong bối cảnh chịu tác động biến đổi khí hậu		+
BĐKH*VTC		Vốn tài chính trong bối cảnh chịu tác động biến đổi khí hậu		+
BĐKH*VTN		Vốn tự nhiên trong bối cảnh chịu tác động biến đổi khí hậu		+/-
BĐKH*VVC		Vốn vật chất trong bối cảnh chịu tác động biến đổi khí hậu		+

#### 4. Kết quả nghiên cứu

##### 4.1. Thực trạng ảnh hưởng của biến đổi khí hậu đến dịch chuyển lao động ở nông thôn Việt Nam

Bộ dữ liệu VARHS được khảo sát trên 12/63 tỉnh, với 2038 hộ được điều tra lặp lại qua các năm 2012, 2014, 2016, 2018 từ 12 tỉnh trên khắp đất nước Việt Nam, gồm: Hà Tây cũ, Phú Thọ, Lào Cai, Điện Biên, Lai Châu, Nghệ An, Quảng Nam, Khánh Hòa, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng và Long An.

*Về tình hình ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu:* tình hình số hộ bị ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu (liên quan đến bão, lũ lụt và hạn hán) có chiều hướng giảm theo thời gian. Trong đó, số hộ chịu tác động bởi biến đổi khí hậu nhiều nhất là năm 2012 với 264 hộ, năm 2014 là 262 hộ, năm 2016 là 239 hộ và năm 2018 thấp nhất với 235 hộ. Điều này có thể được lý giải là do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu mà sự di cư vào

các năm trước đó của hộ gia đình đã làm giảm đi số hộ gia đình đang chịu tác động bởi các vấn đề liên quan đến bão, lũ lụt và hạn hán.

*Về tỉ lệ di cư qua các năm:* Theo kết quả khảo sát, tỉ lệ di cư qua các năm có xu hướng giảm dần từ năm 2012 với 21% hộ có di cư xuống còn 19% hộ có di cư năm 2018. Điều này là phù hợp với dữ liệu về biến đổi khí hậu, khi số hộ bị ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu càng giảm thì tỉ lệ di cư qua các năm cũng sẽ giảm theo. Từ đó làm nổi bật lên vai trò tác động quan trọng của biến đổi khí hậu đến di cư.

*Về tuổi lao động bình quân hộ gia đình:* Tuổi lao động bình quân hộ gia đình có giá trị trung bình là 38 tuổi, người trẻ tuổi nhất là 16 tuổi và cao tuổi nhất là 65 tuổi. Giá trị này càng lớn thể hiện thể hiện việc hộ gia đình có nhiều lao động lớn tuổi. Và theo thống kê dữ liệu mà nhóm nghiên cứu đã xử lý, độ tuổi lao động bình quân nằm trong khoảng từ 31-50 tuổi qua cả ba năm

là 2012, 2014 và 2016 là độ tuổi có tỉ lệ lao động bình quân đầu người cao nhất và có xu hướng gia tăng qua các năm; trong đó, năm 2012 với 1028 người, năm 2014 là 1030 hộ, năm 2016 là 1095 hộ và 2018 là 1186 hộ. Vì vậy, có thể thấy trong tương lai, nếu không có chính sách hỗ trợ và phát triển trong dài hạn một cách phù hợp, nhóm đối tượng lao động nông thôn này sẽ là nằm trong nhóm lao động lớn tuổi và có thể trở thành gánh nặng cho toàn xã hội.

*Về mức thu nhập bình quân hàng tháng của cả hộ gia đình:* Theo kết quả thu được từ bộ dữ liệu VARHS, hộ gia đình có thu nhập bình quân hàng tháng dưới 700.000 đồng (hộ nghèo, căn cứ Quyết định 59/2015/QĐ-TTg) đang có xu hướng giảm dần qua các năm, từ 467 hộ xuống còn 321 hộ năm 2014, 207 hộ năm 2016 và 143 hộ năm 2018. Tương tự như vậy, số hộ cận nghèo (có thu nhập từ 700.000 đồng đến 1.000.000 đồng, căn cứ Quyết định 59/2015/QĐ-TTg) cũng đang có xu hướng giảm từ 319 hộ, 259 hộ, 209 hộ và chỉ còn 160 hộ lần lượt qua các năm 2012, 2014, 2016 và 2018. Như vậy, từ phân tích ở trên, dịch chuyển lao động đã làm giảm ảnh hưởng của biến đổi khí hậu đến hộ gia đình từ đó góp phần làm gia tăng thu nhập của hộ.

#### 4.2. Kết quả ước lượng và thảo luận

Đối với biến số biến đổi khí hậu, mô hình chỉ ra rằng, việc hộ gia đình gặp vấn đề môi trường (bão, lũ lụt, hạn hán) tăng, gây ảnh hưởng thuận chiều lên tỉ lệ di cư tại mức ý nghĩa thống kê 5% với ( $\beta = 0,0474$ ,  $p = 0,002 < 0,05$ ), tức làm tăng tỉ lệ di cư 0,0474 lần trong hộ nếu gia đình trải qua nhiều sự kiện liên quan đến môi trường. Và ở bất kỳ kịch bản phân tích định lượng nào, biến đổi khí hậu đều thúc đẩy hộ di cư lao động, điều này đúng với kì vọng dấu của các nghiên cứu tương tự (Koubi và cộng sự, 2016; Nawrotzki và cộng sự, 2012).

Tương tự, các ảnh hưởng từ vốn xã hội, vốn con người của hộ gia đình đều có mối tương quan thuận với tỉ lệ di cư tại mức ý nghĩa thống kê 1%, riêng biến số vốn vật chất không có ý nghĩa thống kê. Các biến số trong kết quả ước lượng mô hình 1 (Model1) chiều hướng ảnh hưởng phù hợp với nhiều kết quả nghiên cứu trước. Trong đó, vốn xã hội tăng hay mạng lưới kết nối xã hội tăng thúc đẩy mạnh xu hướng di cư của hộ. Hộ gia đình từng có người thân

đi di cư thì càng làm tăng tỉ lệ di cư lên 0,842 lần so với gia đình không có ai từng tham gia di cư, điều này có thể giải thích được rằng, những người từng có mạng lưới kết nối xã hội tốt sẽ khuyến khích các thành viên khác trong gia đình cùng tham gia di chuyển ra khỏi địa phương sinh sống (Fussell & Massey, 2004).

Trong khi đó, vốn con người của hộ gia đình đều có mối tương quan thuận với tỉ lệ di cư tại mức ý nghĩa thống kê 1%, vốn con người càng cao, xác suất di cư của hộ càng lớn. Đồng thời, trong bất kỳ bối cảnh biến đổi khí hậu nào, những hộ có vốn xã hội và vốn con người cao đều có xu hướng di cư và xác suất di cư tăng cao. Do trình độ thấp, chưa qua đào tạo chuyên môn và nếu có thì chưa phù hợp với nhu cầu công việc nên gây ra nhiều khó khăn cho lao động di cư trong quá trình xin được việc làm phù hợp. Chính vì vậy, có thể thấy những người có trình độ học vấn hoặc có trình độ tay nghề thường dễ thay đổi công việc, do đó họ năng động hơn so với các đối tượng khác. Và tỉ lệ những người lao động lành nghề di cư cũng cao hơn so với các nhóm đối tượng còn lại để có thể tìm kiếm một công việc mang lại thu nhập cao hơn.

Biến số vốn tự nhiên tác động mạnh và có ý nghĩa thống kê ở mức 10%, nếu diện tích đất càng tăng thì càng làm giảm đi tỉ lệ di cư trong hộ. Cụ thể, nếu diện tích đất tăng thêm 1ha thì tỉ lệ di cư giảm 0,03 lần. Tác động này càng mạnh mẽ hơn khi có ảnh hưởng của yếu tố biến đổi khí hậu, vốn tự nhiên thấp và chịu ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu thì tác động này càng thúc đẩy hộ di cư. Biến vốn tự nhiên có tác động ngược chiều tới di cư. Tính dễ bị tổn thương về nguồn vốn tự nhiên được thể hiện thông qua chỉ số về tổng diện tích đất canh tác của mỗi hộ gia đình. Vì diện tích đất canh tác bị hạn chế cùng với nhiều nguyên nhân khác nhau đã làm cho các hộ quyết định di cư để tìm kiếm cơ hội tốt hơn. Di cư do sự thay đổi khí hậu có thể liên quan tới các yếu tố về kinh tế, trong trường hợp này các cá nhân, hộ gia đình sở hữu ít diện tích đất canh tác sẽ di chuyển do sinh kế của họ không còn phù hợp nữa, chẳng hạn đất ngập mặn, đất bạc màu, manh mún nên công việc trồng trọt không còn phù hợp nữa. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đó (Long và cộng sự, 2010; Nguyen và cộng sự, 2020; Tan và cộng sự, 2016).

Kết quả từ bảng 3 cho thấy, biến số vốn tài chính (VTC) thể hiện tổng thu nhập có trong hộ không có ý nghĩa tại mức 10%, cho thấy chưa đủ bằng chứng để khẳng định rằng việc làm tăng hay giảm tỉ lệ di cư phụ thuộc vào thu nhập hộ. Vì lao động sẽ tự di chuyển từ nơi có thu nhập thấp đến nơi có thu nhập cao nên khi sinh kế bị ảnh hưởng, thu nhập ban đầu không còn đáp ứng đủ mức chi tiêu thì họ sẵn sàng di cư để tìm kiếm công việc tốt hơn. Có thể thấy những hộ có mức chi tiêu cao trong khi thu nhập thấp thì hộ gia đình đó lại có mong muốn được di cư để cải thiện mức sống. Hay nói theo cách khác, những hộ gia đình có mức thu nhập càng cao thì xác suất để những hộ này di cư sẽ càng thấp vì họ có thể đảm bảo được sinh kế ở

địa phương và không bị ảnh hưởng quá nhiều bởi gánh nặng chi tiêu. Tuy vậy, trong bối cảnh hộ chịu tác động của biến đổi khí hậu thì tình trạng vốn tài chính thấp sẽ thúc đẩy hộ di cư mạnh mẽ, điều này gắn liền với mục tiêu tìm kiếm, duy trì sinh kế của hộ với tài chính thấp (Long và cộng sự, 2010).

Biến số vốn vật chất không có ý nghĩa thống kê tại mức 10%, điều này có thể giải thích được rằng, việc khoảng cách đến thị trấn dù xa hay gần thì đều có thể mang lại mức sống như nhau hoặc người dân đã quen với điều kiện sống ở địa phương, vì vậy tỉ lệ di cư không bị ảnh hưởng bởi yếu tố này trong khu vực nông thôn Việt Nam.

**Bảng 3.** Kết quả mô hình Tobit dữ liệu bảng

Biến số	Model0	Model1	Model2
BDKH	0,0601**	0,0437**	0,0474**
VXH		0,877***	0,875***
VCN		0,0132***	0,0133***
VTN		-0,0195*	-0,0207*
VTC		-6,87	-5,03
VVC		0,00107	0,00103
BĐKH*VXH			0,110***
BĐKH*VCN			0,0941***
BĐKH*VTC			-0,0386**
BĐKH*VTN			-0,540***
BĐKH*VVC			-0,0959
<b>Chỉ số mô hình</b>			
AIC	7665,9	5635,3	5436,5
BIC	7665,9	5712,3	5527,6
LL	-3828,9	-2810,6	-2705,2

**Ghi chú:** Ký hiệu \*, \*\*, \*\*\* lần lượt có ý nghĩa ở mức 10%, 5% và 1%. AIC, BIC, LL lần lượt là các chỉ số Akaike information criterion (AIC) Schwarz's Bayesian information criterion (BIC), log-likelihood.

Biến đổi khí hậu (BĐKH) có tác động cùng chiều tới di cư. Di cư có thể là một phương tiện cứu cánh quan trọng trong lựa chọn sinh kế của hộ khi đứng trước các biến động của môi trường sinh kế (DFID, 1999). Vì điều đó mà biến đổi khí hậu càng tăng, mức độ thay đổi trong bối cảnh sống càng mạnh và chiến lược sinh kế dựa trên di cư sẽ càng được lựa chọn nhằm đáp ứng nhu cầu sinh kế của hộ. Khi hiện tượng biến đổi khí hậu xảy ra có thể làm những đối tượng bị ảnh hưởng và việc họ rời bỏ nhà

của là một giải pháp, ít nhất là trong một giai đoạn tạm thời. Trong giai đoạn đầu và chuyển tiếp của các cú sốc và áp lực khí hậu, di cư lúc này là một giải pháp thích ứng để giúp các hộ gia đình bị ảnh hưởng đối phó với tác động của biến đổi khí hậu.

Dưới bối cảnh sinh kế thay đổi do biến đổi khí hậu, vốn con người, vốn tự nhiên và vốn xã hội là ba nguồn vốn sinh kế ảnh hưởng đến quyết định di cư lao động của hộ. Trong đó, các

yếu tố trong vốn tự nhiên gắn liền với các ảnh hưởng của biến đổi khí hậu và với mức độ giới hạn đối với hầu hết nông hộ tại Việt Nam, do tính chất nhỏ lẻ trong canh tác nông nghiệp chiếm chủ yếu. Trong khi đó, vốn con người mang tính tích cực hơn trong tác động đến lựa chọn di cư của hộ. Dù vậy, trong phạm vi nghiên cứu các nông hộ cho thấy, ảnh hưởng của vốn con người lên di cư lao động của hộ còn thấp và việc hỗ trợ tăng cường vốn con người là một chiến lược trung-dài hạn hơn là các chính sách mang tác động trực tiếp trong ngắn hạn.

Văn hóa làng xã cùng các giá trị truyền thống trong mạng lưới xã hội Việt Nam luôn gắn liền với nguồn vốn xã hội. Theo đó, vốn xã hội có thể là một cứu cánh trong các trạng thái mà hộ đối diện với các nguồn vốn sinh kế bị tổn thương hay có mức vốn sinh kế thấp. Biến đổi khí hậu đã làm hưởng rất lớn đến nguồn sinh kế của người dân, đặc biệt là các hộ nông dân ở khu vực nông thôn. Di cư là một cơ chế quan trọng để đối phó với căng thẳng khí hậu. Các nghiên cứu đã nhấn mạnh về tình trạng di cư bắt buộc ở nhiều trường hợp dân số di cư hàng loạt ở các khu vực khác nhau (Yulmardi và cộng sự, 2020; Zhang và cộng sự, 2017). Đứng trước bối cảnh này, vốn xã hội cao có thể giúp hộ di cư thuận lợi, tránh các bất an và rủi ro trong quá trình di cư cũng như thuận lợi hòa nhập vào môi trường mới. Bởi vì, một bộ phận không nhỏ không muốn người thân trong gia đình phải di cư tới nơi khác, nhưng trong bối cảnh thị trường việc làm tại địa phương chưa đủ tốt đã thôi thúc hành động di cư của những thành viên còn lại. Những người di cư vẫn thường giữ liên lạc với cộng đồng và gia đình ở nơi người đó ra đi. Sau một thời gian, nếu người di cư có được những điều kiện cơ bản thuận lợi đảm bảo được cuộc sống cho gia đình và người thân có ý định đoàn tụ gia đình thì việc di cư hoàn toàn có thể xảy ra. Trong mối quan hệ với vốn xã hội và vốn con người, biến đổi khí hậu có thể thúc đẩy các hộ có hai loại vốn này cao gia tăng xác suất di cư đáng kể, điều này giải thích ảnh hưởng của biến đổi khí hậu tác động mạnh đến các hộ có mối quan hệ xã hội và có năng lực tìm kiếm sinh kế mới, từ đó thúc đẩy họ di cư để đạt đến các mục tiêu sinh kế (Jagger và cộng sự, 2012; Xu và cộng sự, 2015).

## 5. Kết luận và khuyến nghị

### 5.1. Kết luận

Trong bài nghiên cứu này, nhóm tác giả đã xem xét và đánh giá ảnh hưởng của biến đổi khí hậu và vai trò của vốn xã hội, đây là một trong những yếu tố tác động trực tiếp đến dịch chuyển lao động ở khu vực nông thôn Việt Nam. Từ năm 2012-2018, tình hình biến đổi khí hậu của Việt Nam có nhiều thay đổi và quy mô ngày càng nhân rộng. Điều này đang tác động rất lớn tới bộ phận dân cư làm tăng tỉ lệ tham gia di cư ở khu vực nông thôn Việt Nam, nơi phát triển kinh tế chủ yếu nhờ nông nghiệp và phụ thuộc rất lớn vào yếu tố khí hậu tự nhiên. Các kết quả lượng hóa đã xác định mức độ tác động của các yếu tố đến việc dịch chuyển lao động nông thôn và chỉ ra rằng, trong bối cảnh biến đổi khí hậu, ảnh hưởng của vốn xã hội có tác động lớn nhất tới quyết định di cư của hộ gia đình.

Nhóm dân cư thuộc khu vực nông thôn là nhóm xã hội dễ bị tổn thương và sinh kế của họ bị ảnh hưởng khi chịu tác động từ những biến đổi khí hậu của môi trường bên ngoài, đây là một trong những nguyên nhân thúc đẩy quá trình dịch chuyển lao động từ khu vực nông thôn đến thành thị. Các hộ nông dân sử dụng di cư như là một giải pháp để ứng phó trước những tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu gây ra.

### 5.2. Khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra ảnh hưởng của biến đổi khí hậu không chỉ có ảnh hưởng trực tiếp mà thông qua các sự sụt giảm các yếu tố vốn sinh kế đến hộ gia đình, sự suy giảm các yếu tố vốn sinh kế làm các ảnh hưởng này trầm trọng hơn. Điều này gợi ý các chính sách hỗ trợ với các mạng lưới an sinh cần thiết trong các khu vực chịu ảnh hưởng của biến đổi khí hậu. Bên cạnh đó, mạng lưới xã hội là một cứu cánh quan trọng hỗ trợ người dân ứng phó với thay đổi khí hậu. Điều này gợi ý chính sách hình thành các mô hình hỗ trợ những hộ di cư để làm giảm mức độ ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, hạn chế các biến động sinh kế và các vấn đề xã hội ảnh hưởng không chỉ đến hộ mà còn đến các địa phương gắn liền với trạng thái người di cư đi và đến.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này đã chỉ ra các kết quả quan trọng trong ảnh hưởng của mạng lưới xã hội và

biến đổi khí hậu đến di cư lao động của các hộ vùng nông thôn. Tuy vậy, nghiên cứu này vẫn chưa dừng một vài hạn chế có thể phát triển trong định hướng nghiên cứu tiếp theo. Các kết quả có thể được xác nhận hay cải thiện hơn nếu có thêm các biến số về bối cảnh địa phương như mức độ đô thị hóa hay sự phát triển công nghiệp tại các vùng nông thôn. Bên cạnh đó, việc sử dụng bộ dữ liệu điều tra VARHS để ước lượng cho các kết quả mang tính hậu nghiệm, cần có thêm các nghiên cứu điều tra về ý định di cư lao động tại các địa phương để so sánh, đối chiếu với các kết quả trên. Đây cũng là định

hướng quan trọng trong các nghiên cứu về di cư lao động tại Việt Nam trong tương lai.

### Danh mục từ viết tắt

DFID: Department for International Development – Cơ quan phát triển quốc tế Anh

### Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Kinh tế - Luật / ĐHQG TP.HCM trong Đề tài mã số: CS/2021-12

### Tài liệu tham khảo

- Alemayehu, M., Beuving, J., & Ruben, R. (2018). Risk Preferences and Farmers' Livelihood Strategies: A Case Study from Eastern Ethiopia. *Journal of International Development*, 30(8), 1369-1391. <https://doi.org/10.1002/jid.3341>
- Atamanov, A., & Van Den Berg, M. (2012a). Rural Nonfarm Activities in Central Asia: A Regional Analysis of Magnitude, Structure, Evolution and Drivers in the Kyrgyz Republic. *Europe-Asia Studies*, 64(2), 349-368. <https://doi.org/10.1080/09668136.2011.642581>
- Atamanov, A., & Van Den Berg, M. (2012b). International labour migration and local rural activities in the Kyrgyz Republic: determinants and trade-offs. *Central Asian Survey*, 31(2), 119-136. <https://doi.org/10.1080/02634937.2012.671992>
- Brown, O. (2008). *Migration and climate change*. <https://www.un-ilibrary.org/docserver/fulltext/9789213630235/26de4416-en.pdf>
- Cai, R., Esipova, N., Oppenheimer, M., & Feng, S. (2014). International migration desires related to subjective well-being. *IZA Journal of Migration*, 3(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/2193-9039-3-8>
- Carrico, A. R., & Donato, K. (2019). Extreme weather and migration: Evidence from Bangladesh. *Population and Environment*, 41(1), 1-31. <https://doi.org/10.1007/s11111-019-00322-9>
- Cerrutti, M., & Massey, D. S. (2001). On the auspices of female migration from Mexico to the United States. *Demography*, 38(2), 187-200.
- Dang, A., Goldstein, S., & McNally, J. (1997). Internal Migration and Development in Vietnam. *International Migration Review*, 31(2), 312-337. <https://doi.org/10.1177/019791839703100203>
- Davis, J., & Brazil, N. (2016). Migration, Remittances and Nutrition Outcomes of Left-Behind Children: A National-Level Quantitative Assessment of Guatemala. *PLoS One*, 11(3), 1-17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0152089>
- De Brauw, A. (2020). Seasonal migration and agricultural production in Vietnam. In *Migration, Transfers and Economic Decision Making among Agricultural Households*, 114-139. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003061229>
- De Brauw, A., & Harigaya, T. (2007). Seasonal migration and improving living standards in Vietnam. *American Journal of Agricultural Economics*, 89(2), 430-447. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8276.2006.00989.X>
- DFID. (1999). Sustainable Livelihoods Guidance Sheets, section 2.1. Department for International Development (DFID). *Departement for International Development*, 26. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Fussell, E., & Massey, D. S. (2004). The limits to cumulative causation: International migration from Mexican urban areas. *Demography*, 41(1), 151-171. <https://doi.org/10.1353/DEM.2004.0003>
- Gioli, G., Khan, T., Bisht, S., & Scheffran, J. (2014). Migration as an Adaptation Strategy and its Gendered Implications: A Case Study From the Upper Indus Basin. *Mountain Research and Development*, 34(3), 255-265.
- Hare, D. (1999). 'Push' versus 'pull' factors in migration outflows and returns: Determinants of migration status and spell duration among China's rural population. *The Journal of Development Studies*, 35(3), 45-72.
- Jagger, P., Shively, G., & Arinaitwe, A. (2012). Circular migration, small-scale logging, and household livelihoods in Uganda. *Population and Environment*, 34(2), 235-256. <https://doi.org/10.1007/s11111-011-0155-z>
- Koubi, V., Spilker, G., Schaffer, L., & Böhmelt, T. (2016). The role of environmental perceptions in migration decision-making: evidence from both migrants and non-migrants in five developing countries. *Population and Environment*, 38(2), 134-163. <https://doi.org/10.1007/S11111-016-0258-7>
- Kuang, F., Jin, J., He, R., Wan, X., & Ning, J. (2019). Influence of livelihood capital on adaptation strategies: Evidence from rural households in Wushen Banner, China. *Land Use Policy*, 89(8), 104228. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104228>
- Lee, E. S. (1966). *A theory of migration*. *Demography*, 3(1), 47-57. <https://doi.org/10.2307/2060063>
- Lindstrom, D. P., & Lauster, N. (2001). Local Economic Opportunity and the Competing Risks of Internal and US Migration in Zacatecas, Mexico I. *International migration review*, 35(4), 1232-1256.
- Long, N., Ye, J., & Wang, Y. (Eds.). (2010). Rural Transformations and Development China in Context. *The Everyday Lives of Policies*, 395. <https://doi.org/10.1080/00472336.2011.610629>

- Ma, X., Heerink, N., van Ierland, E., & Shi, X. (2016). Land tenure insecurity and rural-urban migration in rural China. *Papers in Regional Science*, 95(2), 383-406.
- Mariwah, S., Evans, R., & Antwi, K. B. (2019). Gendered and generational tensions in increased land commercialisation: Rural livelihood diversification, changing land use, and food security in Ghana's Brong-Ahafo region. *Geo: Geography and Environment*, 6(1), e00073. <https://doi.org/10.1002/geo2.73>
- Martin, M., Billah, M., Siddiqui, T., Abrar, C., Black, R., & Kniveton, D. (2014). Climate-related migration in rural Bangladesh: a behavioural model. *Population and Environment*, 36(1), 85-110. <https://doi.org/10.1007/s11111-014-0207-2>
- McDonald, J., & Moffitt, R. (1980). The Uses of Tobit Analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 62(2), 318-21. <https://doi.org/10.2307/1924766>
- Mincer, J., & Jovanovic, B. (1979). *Labor Mobility and Wages* (No. 0357). National Bureau of Economic Research, Inc.
- Mincer, J., & Jovanovic, B. (1981). *Labor Mobility and Wages* (pp. 21-64). National Bureau of Economic Research, Inc. <https://nyuscholars.nyu.edu/en/publications/labor-mobility-and-wages>
- Mistri, A., & Das, B. (2014). Assets disparities among social groups: A cross sectional analysis of Census 2011. *Social Change*, 44(1), 1-20. <https://doi.org/10.1177/0049085713514673>
- Nawrotzki, R. J., Hunter, L. M., & Dickinson, T. W. (2012). Rural livelihoods and access to natural capital: Differences between migrants and non-migrants in Madagascar. *Demographic Research*, 26, 661-700. <https://doi.org/10.4054/DemRes.2012.26.24>
- Nawrotzki, R. J., Runfolo, D. M., Hunter, L. M., & Riosmena, F. (2016). Domestic and International Climate Migration from Rural Mexico. *Human Ecology*, 44(6), 687-699. <https://doi.org/10.1007/s10745-016-9859-0>
- Nguyen, D. L., Grote, U., & Nguyen, T. T. (2019). Migration, crop production and non-farm labor diversification in rural Vietnam. *Economic Analysis and Policy*, 63(C), 175-187. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eap.2019.06.003>
- Nguyen, T. T., Nguyen, T. T., & Grote, U. (2020). *Weather shocks, credit and production efficiency of rice farmers in Vietnam* (No. wp-017). Leibniz Universitaet Hannover, Institute of Development and Agricultural Economics, Project TVSEP.
- Peterson, T. C., & Manton, M. J. (2008). Monitoring changes in climate extremes: A tale of international collaboration. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 89(9), 1266-1271. <https://doi.org/10.1175/2008BAMS2501.1>
- Shinbrot, X. A., Jones, K. W., Rivera-Castañeda, A., López-Báez, W., & Ójima, D. S. (2019). Smallholder Farmer Adoption of Climate-Related Adaptation Strategies: The Importance of Vulnerability Context, Livelihood Assets, and Climate Perceptions. *Environmental Management*, 63(5), 583-595. <https://doi.org/10.1007/s00267-019-01152-z>
- Su, F., Saikia, U., & Hay, I. (2018). Relationships between livelihood risks and livelihood capitals: A case study in Shiyang River Basin, China. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su10020509>
- Tan, M., Li, X., Yan, J., Xin, L., & Sun, L. (2016). Length of stay in urban areas of circular migrants from the mountainous areas in China. *Journal of Mountain Science*, 13(5), 947-956. <https://doi.org/10.1007/s11629-015-3477-y>
- Tan, S., Heerink, N., & Qu, F. (2006). Land fragmentation and its driving forces in China. *Land use policy*, 23(3), 272-285.
- Torres, B., Günter, S., Acevedo-Cabra, R., & Knoke, T. (2018). Livelihood strategies, ethnicity and rural income: The case of migrant settlers and indigenous populations in the Ecuadorian Amazon. *Forest Policy and Economics*, 86(C), 22-34. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2017.10.011>
- Valtonen, K. (1996). Bread and tea: A study of the integration of low-income immigrants from other Caribbean territories into Trinidad: IMR IMR. *The International Migration Review*, 30(4), 995-1019. <https://doi.org/10.1177/019791839603000406>
- Winters, P., Corral, L., & Gordillo, G. (2001). Rural Livelihood Strategies and Social Capital in Latin America: Implications for Rural Development Projects. *Working Paper Series in Agricultural and Resource Economics*, 2001(6), 1-28.
- Xu, D., Deng, X., Guo, S., & Liu, S. (2019). Sensitivity of Livelihood Strategy to Livelihood Capital: An Empirical Investigation Using Nationally Representative Survey Data from Rural China. *Social Indicators Research*, 144(1), 113-131. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-2037-6>
- Xu, D., Liu, E., Wang, X., Tang, H., & Liu, S. (2018). Rural households' livelihood capital, risk perception, and willingness to purchase earthquake disaster insurance: evidence from southwestern China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph15071319>
- Xu, D., Ma, Z., Deng, X., Liu, Y., Huang, K., Zhou, W., & Yong, Z. (2020). Relationships between land management scale and livelihood strategy selection of rural households in china from the perspective of family life cycle. *Land*, 9(1), 1-15. <https://doi.org/10.3390/land9010011>
- Xu, D., Zhang, J., Xie, F., Liu, S., Cao, M., & Liu, E. (2015). Influential factors in employment location selection based on "push-pull" migration theory--a case study in Three Gorges Reservoir area in China. *Journal of Mountain Science*, 12(6), 1562-1581. <https://doi.org/10.1007/s11629-014-3371-z>
- Yulmardi, Y., Amir, A., & Junaidi, J. (2020). Household livelihoods strategies of descendants of transmigrants in Jambi Province, Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 6118-6133.
- Zhang, B., Druijven, P., & Strijker, D. (2017). Does ethnic identity influence migrants' settlement intentions? Evidence from three cities in Gansu Province, Northwest China. *Habitat International*, 69(2017), 94-103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2017.09.003>



## FACTORS AFFECTING THE PROFITABILITY OF CONSUMER GOODS ENTERPRISES: STUDY OF ENTERPRISES LISTED ON THE VIETNAM STOCK EXCHANGE

Nguyen Khanh Linh<sup>1\*</sup>, Phan Thi Hang Nga<sup>2</sup>

<sup>1</sup>University of Bedfordshire

<sup>2</sup>University of Finance – Marketing

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.339</p> <p><i>Received:</i> September 12, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> October 15, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Consumer goods company; Firm characteristics; Macroeconomic factors; Profitability; Vietnamese listed company.</p>	<p>Consumer goods are one of the most potential and important markets of Vietnam. To further nurture the growth of this market, improving the firm profitability of consumer goods companies is essential. This research examines the influence of macroeconomic drivers and firm-specific aspects on profitability, proxied by ROA and ROE, of listed consumer goods companies in Vietnam. The study used POOL, FEM, REM, and GLS models to study 79 listed companies on HNX and HOSE from 2016 to 2020. The regression result showed that both macroeconomics and firm-specific factors have a significant impact on the profitability of studied firms. The macroeconomic factors are the GDP rate, interest rate, inflation rate, and exchange rate. The firm characteristics include firm size, leverage, and liquidity. Research's implication is that firm managers and policymakers should consider both macroeconomics and firm-specific factors in their decision-making process, especially interest rate and financial leverage.</p>

*\*Corresponding author:*

Email: [nguyenkhanhlinh.mba@gmail.com](mailto:nguyenkhanhlinh.mba@gmail.com)



## CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP HÀNG TIÊU DÙNG: NGHIÊN CỨU CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN SÀN CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Nguyễn Khánh Linh<sup>1\*</sup>, Phan Thị Hằng Nga<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Bedfordshire, Vương Quốc Anh

<sup>2</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.339</p> <p>Ngày nhận: 12/09/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 15/10/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Doanh nghiệp hàng tiêu dùng; Doanh nghiệp niêm yết; Đặc điểm doanh nghiệp; Lợi nhuận; Yếu tố kinh tế vĩ mô.</p>	<p>Thị trường hàng tiêu dùng là một trong những thị trường quan trọng của Việt Nam. Để tiếp tục phát triển thị trường tiềm năng này, cải thiện tình hình hoạt động và khả năng sinh lời của các doanh nghiệp thuộc ngành hàng là cực kỳ quan trọng. Nghiên cứu này nhằm xem xét các tác động khả dĩ các yếu tố kinh tế vĩ mô và đặc điểm doanh nghiệp đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng tiêu dùng, được đo bằng tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE). Nghiên cứu sử dụng các mô hình hồi quy dữ liệu dạng bảng POOL, REM, FEM và phương pháp GLS để nghiên cứu trên 79 doanh nghiệp niêm yết trên HNX và HOSE trong giai đoạn 2016-2020. Kết quả ước lượng cho thấy, năng sinh lời của doanh nghiệp ngành hàng tiêu dùng niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam chịu ảnh hưởng bởi cả yếu tố kinh tế vĩ mô và đặc điểm doanh nghiệp. Các yếu tố vĩ mô đặc trưng gồm tăng trưởng GDP, tỷ lệ lạm phát, lãi suất và tỷ giá hối đoái. Các yếu tố đặc điểm doanh nghiệp thể hiện quy mô, đòn bẩy tài chính và tính thanh khoản doanh nghiệp. Khuyến nghị các nhà quản lý doanh nghiệp nên quan tâm đến cả các yếu tố kinh tế vĩ mô và đặc điểm doanh nghiệp khi đưa ra quyết định, đặc biệt là lãi suất và đòn bẩy tài chính doanh nghiệp.</p>

### 1. Giới thiệu

Thị trường hàng tiêu dùng cuối ở Việt Nam đang chứng kiến những bước phát triển mạnh mẽ trong những năm qua. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê Việt Nam (2022), tỷ lệ tăng

trưởng 9 tháng đầu năm 2022 của ngành hàng này đã đạt ngưỡng 7,26%, đóng góp 44,46% vào tốc độ tăng trưởng chung của nền kinh tế Việt Nam. Thị trường hàng tiêu dùng hứa hẹn sẽ tiếp tục là một trong những thị trường quan trọng của Việt Nam trong thời gian tới. Để tiếp tục phát triển thị trường tiềm năng này, cải thiện tình hình hoạt động và khả năng sinh lời của các doanh nghiệp thuộc ngành hàng là cực kỳ

\*Tác giả liên hệ:

Email: [nguyenkhanhlinh.mba@gmail.com](mailto:nguyenkhanhlinh.mba@gmail.com)



quan trọng. Các nghiên cứu thực nghiệm đã phát hiện ra một số yếu tố có ảnh hưởng đáng chú ý đến lợi nhuận kinh doanh như các chỉ số phản ánh sự tăng trưởng và mức độ hoạt động của nền kinh tế, cũng như các chỉ số tiền tệ (Bhayani, 2010; Nanda & Panda, 2018; Bui và cộng sự, 2020). Các nhà nghiên cứu đã nghiên cứu các đặc điểm của doanh nghiệp như quy mô doanh nghiệp và các chỉ số tài chính, cũng như tác động của chúng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp (Hall & Weiss, 1967; Saeed và cộng sự, 2013; Dioha và cộng sự, 2018; Mukras, 2015).

Mặc dù, các yếu tố quyết định lợi nhuận kinh doanh đã được nghiên cứu thực nghiệm trên toàn thế giới, tuy nhiên ngành hàng tiêu dùng ở Việt Nam vẫn chưa được chú ý do tính chất non trẻ của thị trường này. Trong khi đó, các nghiên cứu từ những ngành khác lại không thể áp dụng vào ngành tiêu dùng vì sự khác biệt trong tính chất ngành (Izedonmi & Abdullahi, 2011). Để lấp đầy khoảng trống đó, nghiên cứu sẽ điều tra xem các yếu tố kinh tế vĩ mô và đặc điểm của doanh nghiệp có mối quan hệ nào với khả năng sinh lời hay không, được đo lường bằng tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết tại Việt Nam. Từ đó, nghiên cứu cung cấp thêm các bằng chứng về ảnh hưởng của các yếu tố vĩ mô và các đặc điểm doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động của sản xuất kinh doanh hàng tiêu dùng ở Việt Nam.

## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Lý thuyết nền tảng

*Quan điểm nguồn lực.* Quan điểm Nguồn lực của Wernerfelt (1984) giải thích mối liên hệ giữa hoạt động và nguồn lực bên trong của doanh nghiệp. Lý thuyết cho rằng, các nguồn lực nội bộ cung cấp cho doanh nghiệp những lợi thế cạnh tranh để tăng hiệu quả hoạt động (Wernerfelt, 1984). Để duy trì tính bền vững của các lợi thế cạnh tranh, Barney (1986) và Mahoney và Pandian (1992) cho rằng, các nguồn lực cần phải thỏa mãn bốn đặc điểm sau: (1) Có giá trị cao, (2) Có tính khan hiếm, (3) Khó tái tạo, và (4) Khó thay thế. Quan điểm Nguồn lực là một trong những nền tảng của

nghiên cứu này vì lý thuyết đó giúp mô tả ảnh hưởng của các đặc tính nội bộ, ví dụ như quy mô và cấu trúc tài chính đến khả năng sinh lợi của doanh nghiệp.

*Lý thuyết về cơ cấu nguồn vốn doanh nghiệp.* Lý thuyết trật tự phân hạng và lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn cung cấp hai cách giải thích khác nhau về tác động của đòn bẩy đối với hoạt động của doanh nghiệp. Lý thuyết trật tự phân hạng (Myers, 1984) đề xuất một trật tự phân cấp, ưu tiên huy động vốn từ các nguồn nội bộ hơn các nguồn bên ngoài. Lý thuyết cho rằng, việc huy động vốn từ các nguồn bên ngoài có thể đắt hơn do phải cộng thêm chi phí bù cho thông tin không cân xứng giữa người cho vay và người đi vay (Baskin, 1989). Lý thuyết được hỗ trợ bởi nghiên cứu của Titman và Wessels (1988) và Shyam-Sunder và Myers (1999).

Mặt khác, lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn (Myers & Majluf, 1984) lại ủng hộ lợi ích của nợ đối với tài chính doanh nghiệp khi cho rằng, lá chắn từ khấu trừ thuế từ việc sử dụng nợ làm cho việc huy động vốn từ nợ rẻ hơn đối với các doanh nghiệp. Nghiên cứu của Marsh (1982) và Hovakimian và cộng sự (2001) đã ủng hộ lý thuyết này. Kết luận, mặc dù hai lý thuyết đối lập nhau, nhưng chúng đều giúp giải thích và dự đoán ảnh hưởng của chi phí vay nợ đến chi phí hoạt động và tiếp đó là khả năng sinh lợi dựa vào cấu trúc tài chính của doanh nghiệp.

*Giả thuyết Kinh tế vĩ mô.* Giả thuyết Kinh tế vĩ mô tập trung mô tả mối liên hệ giữa các yếu tố kinh tế vĩ mô và hoạt động của doanh nghiệp. Giả thuyết này dựa trên giả định rằng, các biến số kinh tế vĩ mô, chẳng hạn như tỷ lệ GDP, lãi suất và tỷ lệ lạm phát, ảnh hưởng lẫn nhau và ảnh hưởng đến hoạt động của một doanh nghiệp (Mwangi, 2013). Ví dụ, nghiên cứu của Fama và Schwert (1977) đã chứng minh rằng có mối quan hệ qua lại giữa tỷ lệ lạm phát và lãi suất cho vay hàng năm. Nghiên cứu này được phát triển dựa trên giả thuyết này và được tiến hành theo lập luận kinh tế rằng, mọi thứ đều có sự phụ thuộc vào nhau (Muchir, 2012).

*Lý thuyết chi phí đẩy.* Năm 1767, James Stewart đã đề xuất học thuyết đầu tiên về lý thuyết chi phí đẩy, giải thích sự gia tăng lạm phát do sự gia tăng trong chi phí và cạnh tranh.

Việc tăng lương do công đoàn đòi hỏi sẽ làm tăng chi phí sản xuất; do đó, các doanh nghiệp phải tăng giá sản phẩm để tỷ suất lợi nhuận kỳ vọng của họ (Steuart, 1767). Khi này, giá cả tăng ở một số ngành, đặc biệt là các ngành cung cấp đầu vào cho ngành khác, sẽ tạo ra xu hướng tăng giá tương tự ở các ngành phía sau và ảnh hưởng lan truyền đến toàn bộ nền kinh tế (Totonchi, 2011). Ở mức độ hợp lý, lạm phát gia tăng sẽ thúc đẩy các hoạt động kinh doanh sản xuất (Bùi và cộng sự, 2020). Nhưng khi lạm phát không được kiểm soát mà tăng cao, sức mua của người dân sẽ bị ảnh hưởng tiêu cực, thậm chí có thể dẫn đến suy thoái kinh tế. Dựa trên lý thuyết này, lạm phát luôn có tác động đáng kể đến chi phí hoạt động kinh doanh sản xuất của doanh nghiệp và sức mua của người dân; từ đó, ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng sinh lợi của doanh nghiệp.

*Lý thuyết tiền tệ.* Lý thuyết tiền tệ giải thích vai trò quản lý của Chính phủ trong việc kiểm soát mức độ hoạt động kinh tế thông qua nguồn cung tiền bắt đầu từ các kênh ngân hàng (Stiglitz và cộng sự, 2003). Có hai cách chính mà chính sách tiền tệ có thể tác động đến hoạt động của doanh nghiệp: đó là thông qua tác động đến tỷ lệ dự trữ bắt buộc và lãi suất (Stiglitz và cộng sự, 2003). *Thứ nhất*, khi tỷ lệ dự trữ bắt buộc thay đổi, nguồn cung tiền ra thị trường sẽ bị ảnh hưởng ngược chiều: tỷ lệ dự trữ bắt buộc tăng sẽ giới hạn khả năng cho vay của ngân hàng, từ đó giảm lượng cung tiền. *Thứ hai*, khi lãi suất thay đổi, chi phí vay nợ sẽ có biến động cùng chiều. Nghĩa là khi lãi suất tăng, chi phí trả lãi cho các khoản nợ trở nên đắt đỏ hơn, từ đó ảnh hưởng đến chi phí của doanh nghiệp và các quyết định mở rộng sản xuất trên vốn vay. Qua hai kênh này, chính sách tiền tệ có ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của doanh nghiệp (Adrian & Shin, 2010).

*Lý thuyết ngang giá sức mua.* Lý thuyết ngang giá sức mua nhận định giá trị của hàng hóa đồng nhất phụ thuộc vào giá trị đồng tiền của quốc gia đó, dựa trên các giả định rằng chi phí giao dịch không tồn tại, hàng hóa được giao dịch là đồng nhất và không có rào cản (Cassel, 1918). Theo đó, khi sức mua là tương đương giữa các

quốc gia thì tỷ giá hối đoái giữa các đồng tiền của các quốc gia này sẽ ở mức cân bằng. Điều này cho thấy sức mạnh của đồng tiền có ý nghĩa rất lớn đối với chi phí và doanh thu của hoạt động xuất nhập khẩu của một quốc gia.

## 2.2. Bằng chứng Thực nghiệm

Ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế vĩ mô đến lợi nhuận của các doanh nghiệp đã được nghiên cứu rộng rãi trên toàn thế giới (McNamara & Duncan, 1995; Mwangi, 2013; Issah & Antwi, 2017; Romus và cộng sự, 2020; Baariu & Peter, 2021). Các nghiên cứu này đã nghiên cứu ảnh hưởng của một số động lực kinh tế vĩ mô đối với lợi tức tài sản của các doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác nhau tại Nigeria, Vương quốc Anh, Australia, Indonesia và Kenya. Tuy vậy, các biến được chọn và kết quả giữa các nghiên cứu không đồng nhất. Nghiên cứu của Romus và cộng sự (2020), chẳng hạn, phát hiện ra rằng tỷ lệ GDP có mối liên hệ đáng kể đến lợi nhuận của các doanh nghiệp Indonesia trong khi lãi suất hầu như không đóng vai trò gì trong việc ảnh hưởng đến các biến phụ thuộc. Từ một góc nhìn khác, khi nghiên cứu các ngân hàng Kenya, Baariu và Peter (2021) đã nghiên cứu rằng tất cả các biến được nghiên cứu, cụ thể là tỷ lệ GDP, tỷ lệ lạm phát và lãi suất, đều có ảnh hưởng đáng kể đến ROA.

Các nghiên cứu của Atsango (2018), Blažková và Dvoutelý (2018), Dioha và cộng sự (2018), Kartiningsih và Daryanto (2020), Chabachib và cộng sự (2020), Le và cộng sự (2020) và Nguyen và Tran (2021) đã cố gắng khám phá mối quan hệ giữa các đặc tính của doanh nghiệp đến lợi nhuận. Tuy nhiên, các kết quả đều khác nhau đáng kể giữa các nghiên cứu. Ví dụ, kết quả từ Kartiningsih và Daryanto (2020) cho thấy rằng tất cả các biến được chọn, bao gồm số năm hoạt động của doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, đòn bẩy tài chính và tính thanh khoản, đều ảnh hưởng rõ nét đến lợi nhuận bán hàng của các doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống Indonesia. Trong khi đó, Dioha và cộng sự (2018) kết luận rằng chỉ quy mô doanh nghiệp, tăng trưởng doanh số và đòn bẩy tài chính mới có tác động đáng kể đến hoạt động của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng Nigeria.

Các xu hướng tương tự cũng được quan sát thấy trong các nghiên cứu về tác động của các yếu tố kinh tế vĩ mô và các khía cạnh đặc tính của doanh nghiệp đối với lợi nhuận. Chẳng hạn như các nghiên cứu ở Pakistan (Hussain, 2015), Ấn Độ (Nanda & Panda, 2018), Việt Nam (Bùi và cộng sự, 2020), Croatia (Pervan và cộng sự, 2019) và Nga (Tsvetkova và cộng sự, 2021). Không chỉ vậy, có một sự đa dạng hoá đáng chú ý trong các yếu tố được nghiên cứu giữa các nghiên cứu nói trên. Hơn nữa, hầu hết trong số những nghiên cứu này đều hoặc là chỉ tập trung vào các động lực kinh tế vĩ mô, hoặc là chỉ đặc tính cụ thể của doanh nghiệp. Ví dụ, các nghiên cứu của Hussain (2015), Nanda và Panda (2018), Bui và cộng sự (2020) và Tsvetkova và cộng sự (2021) tập trung nhiều hơn vào các đặc điểm của doanh nghiệp hơn là các động lực kinh tế vĩ mô. Trong khi đó, nghiên cứu của Pervan và cộng sự (2019) tập trung vào các yếu tố kinh tế vĩ mô hơn là các yếu tố nội bộ doanh nghiệp. Hơn nữa, những nghiên cứu có cùng chủ đề này trên các doanh nghiệp hàng tiêu dùng ở Việt Nam còn hạn chế do phần lớn các nghiên cứu của Việt Nam tập trung chủ yếu vào lĩnh vực sản xuất, cụ thể là nghiên cứu của Lê và cộng sự (2020), Nguyễn và Trần (2021).

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Dữ liệu

Đối tượng của nghiên cứu này bao gồm tất cả các doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) và Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) tại Việt Nam trong giai đoạn 2016-2020. Cỡ mẫu bao gồm 79 doanh nghiệp đang hoạt động được quan sát trong 5 năm, cung cấp tổng cộng 395 quan sát. Dữ liệu được thu thập là dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo tài chính được lưu trữ trên tvsi.com và Dữ liệu Mở của Ngân hàng Thế giới.

#### 3.2. Mô hình và Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu này áp dụng mô hình thống kê và hồi quy dữ liệu dạng bảng, bao gồm POOL,

FEM, REM, và phương pháp ước lượng GLS để xem xét mối quan hệ giữa các yếu tố kinh tế vĩ mô và các đặc điểm của doanh nghiệp được chọn đối với tình hình hoạt động của doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết tại Việt Nam. Nghiên cứu sẽ thực hiện phân tích trên phần mềm STATA15. Các bước phân tích được trình bày như sau: (1) thống kê mô tả; (2) phân tích hồi quy bằng các mô hình POOL, FEM, REM; (3) kiểm định tính phù hợp của mô hình để lựa chọn; (4) kiểm tra giả định về phương sai sai số không đổi và sự độc lập giữa các đơn vị chéo đều bị vi phạm; và (5) sử dụng phương pháp GLS để khắc phục các sai phạm của các mô hình.

Mô hình Hồi quy được ứng dụng trong nghiên cứu này được dựa trên mô hình trong nghiên cứu của Egbunike và Okerekeoti (2018), như được nêu dưới đây:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 * FS_{it} + \beta_2 * CR_{it} + \beta_3 * DR_{it} + \beta_4 * IntR_t + \beta_5 * InfR_t + \beta_6 * GDPR_t + \beta_7 * ExcR_t + e_{it}$$

$$ROE_{it} = \beta_0 + \beta_1 * FS_{it} + \beta_2 * CR_{it} + \beta_3 * DR_{it} + \beta_4 * IntR_t + \beta_5 * InfR_t + \beta_6 * GDPR_t + \beta_7 * ExcR_t + e_{it}$$

#### Ghi chú:

$ROA_{it}$  = Tỷ suất sinh lời của tài sản doanh nghiệp i trong năm t;

$ROE_{it}$  = Tỷ suất sinh lời trên vốn cổ phần doanh nghiệp i trong năm t;

$FS_{it}$  = Quy mô doanh nghiệp i trong năm t;

$CR_{it}$  = Đòn bẩy tài chính doanh nghiệp i trong năm t;

$DR_{it}$  = Tính thanh khoản doanh nghiệp i trong năm t;

$IntR_t$  = Lãi suất trong năm t;

$InfR_t$  = Lạm phát trong năm t;

$GDPR_t$  = Tỷ lệ Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trong năm t;

$ExcR_t$  = Tỷ giá hối đoái trong năm t.

#### 3.3. Mô tả biến

Tên biến	Các xác định biến	Kỳ vọng dấu	Các nghiên cứu hiện có
<b>Biến phụ thuộc</b>			
Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)	$ROA = \frac{\text{Thu nhập ròng}}{\text{Bình quân tổng tài sản}}$		Egbunike và Okerekeoti (2018); Khatab và cộng sự (2011); Le và cộng sự (2020)
Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)	$ROE = \frac{\text{Thu nhập ròng}}{\text{Bình quân vốn chủ sở hữu}}$		Egbunike và Okerekeoti (2018); Khatab và cộng sự (2011); Le và cộng sự (2020)
<b>Biến phụ thuộc</b>			
Quy mô doanh nghiệp (FS)	$FR = Ln(\text{tổng tài sản})$	+	Egbunike và Okerekeoti (2018); Chen và cộng sự (2007); Ghazali (2010)
Đòn bẩy tài chính (CR)	$CR = \frac{\text{Tổng nợ phải trả}}{\text{Tổng tài sản}}$	+/-	Egbunike và Okerekeoti (2018); Dioha và cộng sự (2018); Kartiningsih và Daryanto (2020)
Tính thanh khoản (DR)	$DR = \frac{\text{Tài sản lưu động}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$	+/-	Egbunike và Okerekeoti (2018); Dioha và cộng sự (2018); Kartiningsih và Daryanto (2020)
Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR)	Sự thay đổi hàng năm của tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam.	+	Egbunike và Okerekeoti (2018); Issah và Antwi (2017); Romus và cộng sự (2020)
Lãi suất (IntR)	Sự thay đổi hàng năm của lãi suất cho vay chính thức.	-	Egbunike và Okerekeoti (2018); Issah và Antwi (2017); Romus và cộng sự (2020)
Tỷ lệ lạm phát (InfR)	Sự thay đổi hàng năm của chỉ số giá tiêu dùng.	+	Egbunike và Okerekeoti (2018); Issah và Antwi (2017); Romus và cộng sự (2020)
Tỷ giá hối đoái (ExcR)	Tỷ giá trao đổi ngoại tệ của Việt Nam đồng (VND, đ) với đô la Hoa Kỳ (US\$).	+	Bailliu và Bouakez (2004); Bodnar và Gentry (1993); Yeboah và Takacs (2019)

### 3.4. Xây dựng giả thuyết

GDP cho biết tổng sản lượng nội địa được sản xuất bởi một quốc gia. Dựa trên lý thuyết về các chỉ số kinh tế trùng hợp (Mitchell & Burns, 1938), Tỷ lệ tăng trưởng GDP phản ánh trạng thái hiện tại và tương lai của hoạt động kinh tế vĩ mô. Những thay đổi trong tỷ lệ tăng trưởng GDP sẽ gây ra những thay đổi về phía cung theo chiều hướng tương tự (Mwangi, 2013). Tỷ lệ tăng trưởng GDP gia tăng cũng ảnh hưởng tích cực đến sức mua của người tiêu dùng, dẫn đến tăng nhu cầu sản phẩm và lợi nhuận của doanh nghiệp (Bui và cộng sự, 2020). Giải thích này phù hợp với bằng chứng thực nghiệm hiện có

của Mwangi (2013), Pervan và cộng sự (2019), Bui và cộng sự (2020) và Romus và cộng sự (2020). Trong khi đó, các sản phẩm của ngành hàng trong nghiên cứu này là mặt hàng tiêu dùng đại trà, mặt hàng mà có thể được hưởng lợi trực tiếp từ tăng trưởng GDP. Do đó, nghiên cứu này mong muốn đạt được kết quả sau:

*Giả thuyết H1: Tốc độ tăng trưởng GDP ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời.*

Lãi suất là chi phí phải trả cho việc sử dụng vốn vay hoặc tài sản. Theo lý thuyết của nền kinh tế tiền tệ, lãi suất ảnh hưởng đến mặt cầu và mặt cung bằng cách tác động đến các hoạt

động kinh tế (Stiglitz và cộng sự, 2003). Lãi suất cao hơn làm tăng chi phí sản xuất và giảm các hoạt động như đầu tư (Bhayani, 2010; Mwangi, 2013; Romus và cộng sự, 2020), dẫn đến giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Do đó, giả thuyết sau được kỳ vọng sẽ đạt được:

*Giả thuyết H2: Lãi suất ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lời.*

Tỷ lệ lạm phát thể hiện sự biến động trong chỉ số giá tiêu dùng (CPI), trong đó các mức độ khác nhau của chỉ số này dẫn đến các tác động khác nhau. Bui và cộng sự (2020) cho rằng tỷ lệ lạm phát ở mức trung bình thúc đẩy các hoạt động kinh tế, chẳng hạn như đầu tư, nhằm tăng năng suất và chất lượng sản phẩm. Trong khi mức lạm phát cao có thể phá hủy các hoạt động kinh tế và suy thoái tài chính. Tuy nhiên, các doanh nghiệp có thể giảm thiểu hậu quả của lạm phát cao nếu họ dự đoán được những biến động của nó (Mwangi, 2013; Pervan và cộng sự, 2019). Từ đó, các doanh nghiệp có thể ước tính giá trị tiền tệ trong tương lai và sức mua của người tiêu dùng. Do đó, họ có thể linh hoạt quản lý chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm để đạt được lợi nhuận cao nhất (Pervan và cộng sự, 2019). Căn cứ vào tình hình kiểm soát lạm phát đang được giữ ở mức ổn định ở Việt Nam (Tổng cục thống kê, 2022), tác giả có giả thuyết sau:

*Giả thuyết H3: Tỷ lệ lạm phát ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời.*

Tỷ giá hối đoái là tỷ giá quy đổi từ đồng tiền của quốc gia này với quốc gia khác và được xem là công cụ hữu hiệu để đo lường sức mua của đồng nội tệ. Theo Bailliu và Bouakez (2004), Tỷ giá hối đoái có thể ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp trên ba phương diện: giá hàng nhập khẩu, chi phí sản xuất và lạm phát. Khi đồng nội tệ yếu, chi phí nhập khẩu và sản xuất dựa trên nguyên vật liệu nhập khẩu sẽ gia tăng; từ đây kéo theo lạm phát gia tăng và sức mua của người tiêu dùng sẽ giảm sút nếu lạm phát trở nên quá cao. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu sẽ được hưởng lợi khi giá hàng xuất khẩu rẻ sẽ tăng nhu cầu và sức mua ở những thị trường quốc tế nơi có đồng tiền mạnh hơn. Để đánh giá ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái, cần thiết phải xem xét thêm đặc tính của ngành hàng và doanh nghiệp bởi các hoạt động xuất nhập khẩu của mỗi ngành hàng và doanh nghiệp là

khác nhau (Bodnar & Gentry, 1993). Xem xét thực trạng cán cân nghiêng về nhập khẩu của Việt Nam nói chung và của ngành hàng tiêu dùng nói riêng (Tổng cục thống kê, 2022), Từ đây, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*Giả thuyết 4: Tỷ giá hối đoái ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lời.*

Quy mô doanh nghiệp được định nghĩa là nguồn lực doanh nghiệp sở hữu, bao gồm tài sản, công nghệ và sở hữu trí tuệ (Kumar và cộng sự, 1999). Quy mô lớn hơn cung cấp cho phép các doanh nghiệp tiếp cận nhiều nguồn lực hơn để tiến hành nhiều hoạt động vận hành hơn, thu hút nhiều đầu tư hơn và đạt được hiệu quả cao hơn (Mathur & Kenyon, 1997; Majumdar, 1997; Chabachib và cộng sự, 2020). Ngoài ra, quy mô doanh nghiệp lớn hơn cho phép các doanh nghiệp tận dụng lợi thế theo quy mô, nơi các doanh nghiệp được hưởng lãi suất thấp hơn và tỷ lệ chiết khấu cao hơn cho các giao dịch số lượng lớn của họ (Nanda & Panda, 2018). Không chỉ vậy, những lợi thế này lại cho phép các doanh nghiệp lớn giảm chi phí sản xuất, nâng cao nguồn tài chính và tạo ra nhiều lợi nhuận hơn so với các doanh nghiệp nhỏ hơn. Giải thích này được hỗ trợ bởi nghiên cứu trước đây của Nanda và Panda (2018), Chabachib và cộng sự (2020), Kartiningsih và Daryanto (2020) và Nguyen và Tran (2021). Do đó, nghiên cứu hy vọng sẽ tạo ra kết quả sau:

*Giả thuyết 5: Quy mô doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến lợi nhuận.*

Các doanh nghiệp có thể vay từ các nguồn lực bên ngoài để tài trợ phát triển và đảm bảo cho các hoạt động điều hành của doanh nghiệp (Kartiningsih & Daryanto, 2020). Mối liên hệ giữa đòn bẩy tài chính và khả năng sinh lời của doanh nghiệp được giải thích bằng lý thuyết Trật tự Phân hạng và Đánh đổi Cấu trúc vốn. Lý thuyết Trật tự Phân hạng (Myers, 1984) cho rằng việc vay nợ đắt hơn so với huy động nguồn lực bên trong do thông tin không cân xứng. Do đó, phụ thuộc nhiều vào nợ có thể cho thấy sức khỏe tài chính kém và ảnh hưởng tiêu cực đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Lập luận này được hỗ trợ bởi các tài liệu nghiên cứu hiện có của Doğan (2013) và Nanda và Panda (2018). Mặt khác, lý thuyết Đánh đổi Cấu trúc vốn (Myers & Majluf, 1984) giải thích mối quan hệ thuận

chiều giữa tỷ lệ nợ và hiệu quả tài chính. Lý thuyết ủng hộ rằng các doanh nghiệp có mức nợ cao hơn sẽ được hưởng các lá chắn thuế lớn hơn đối với các khoản nợ, dẫn đến giảm chi phí hoạt động. Nghiên cứu của Stierwald (2010), Bhayani (2010) và Atsango (2018) cũng cho kết quả tương tự. Do đó, nghiên cứu đưa ra hai giả thuyết như sau:

*Giả thuyết 6a: Đòn bẩy doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời.*

*Giả thuyết 6b: Đòn bẩy doanh nghiệp ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lời.*

Tính thanh khoản phản ánh khả năng áp dụng các nghĩa vụ ngắn hạn bằng tài sản lưu động của một doanh nghiệp (Chabachib và cộng sự, 2020). Có hai trường phái tranh luận về ảnh hưởng của tính thanh khoản đối với hoạt động của doanh nghiệp. Một bên cho rằng tính thanh khoản ảnh hưởng tích cực đến lợi nhuận vì một doanh nghiệp có tính thanh khoản cao có thể giảm chi phí lãi vay và khả năng phá sản (Novita & Sofie, 2015; Malik, 2011). Do đó, mức độ thanh khoản cao cho thấy tình trạng tài chính khoẻ mạnh, đồng thời khiến doanh nghiệp trở nên hấp dẫn đối với các nhà đầu tư

(Kartorningsih & Daryanto, 2020). Mối quan hệ này đã được chứng minh qua nghiên cứu của Nguyen và Tran (2021) và Nanda và Panda (2018). Trong khi các nhà nghiên cứu khác ủng hộ lập luận ngược lại, khi tính thanh khoản cao ảnh hưởng tiêu cực đến lợi nhuận vì trong lúc các doanh nghiệp giữ một lượng lớn tài sản nhàn rỗi họ sẽ không thể tạo ra nhiều lợi nhuận hơn từ chúng (Bhayani, 2010). Hơn nữa, các doanh nghiệp phải trả một khoản chi phí cao hơn để duy trì tài sản nhàn rỗi (Nanda & Panda, 2018). Vì những lý do này, tác giả đưa ra hai giả thuyết như sau:

*Giả thuyết 7a: Tính thanh khoản có ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời.*

*Giả thuyết 7b: Tính thanh khoản ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lời.*

**4. Kết quả và thảo luận**

**4.1. Thống kê mô tả**

Mẫu nghiên cứu gồm 395 quan sát của 79 doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2020 được trình bày trong Bảng 1.

**Bảng 1.** Tóm tắt bảng thống kê mô tả

	Đơn vị tính	Trung bình	Trung vị	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA)	%	8,482	6,420	-18,990	54,150	7,909
Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)	%	15,877	12,550	-95,320	81,480	14,754
Quy mô doanh nghiệp (FS)	Tỷ đồng	13,959	13,900	10,600	18,570	1,530
Đòn bẩy tài chính (CR)	%	0,475	0,480	0,040	0,970	0,177
Tính thanh khoản (DR)	%	1,827	1,480	0,500	10,380	1,217
Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR)	%	7,351	7,372	6,960	7,708	0,300
Lãi suất (IntR)	%	3,149	3,221	2,668	3,540	0,361
Tỷ lệ lạm phát (InfR)	%	6,006	6,810	2,910	7,080	1,580
Tỷ giá hối đoái (ExcR)	1000đ	22,633	22,602	21,935	23,208	461,545

Kết quả thống kê (Bảng 1) cho thấy, các doanh nghiệp thuộc mẫu nghiên cứu có các đặc điểm chung như *quy mô tương đối lớn, cấu trúc đòn bẩy tài chính cân bằng, và khả năng thanh khoản tốt*. Các chỉ số đo lường hiệu quả hoạt

động kinh doanh được giữ ở mức khá tốt là 8,482% ở tỷ suất sinh lời của tài sản và 15,877% ở tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu. Tuy vậy, có mức độ chênh lệch đáng kể giữa các doanh nghiệp hàng tiêu dùng, lên đến 7,909 điểm lệch

chuẩn cho tỷ suất sinh lời của tài sản và 14,754 điểm lệch chuẩn cho tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu. Tỷ lệ tăng trưởng GDP trong giai đoạn 2016-2020 có sự khác biệt đáng kể, trong đó mức tối thiểu là 2,91% do trong giai đoạn này tình hình tăng trưởng GDP của Việt Nam sụt giảm vì ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19. Trong khi đó, lãi suất, tỷ lệ lạm phát, và tỷ giá

hối đoái có ít sự thay đổi, với độ lệch chuẩn của lãi suất là 0,30, tỷ lệ lạm phát là 0,36, và tỷ giá hối đoái là 461,545 đồng.

**4.2. Phân tích hồi quy**

Kết quả phân tích bằng các mô hình hồi quy POOL, FEM, REM và GLS được trình bày ở bảng 2 và 3 như sau:

**Bảng 2.** Kết quả Hồi quy mô hình ROA

Biến phụ thuộc: ROA	Mô hình hồi quy			
	POOL	FEM	REM	GLS
Quy mô doanh nghiệp (FS)	0,302 [-1,22]	0,247 [-0,19]	0,374 [-0,84]	0,342 [-1,64]
Đòn bẩy tài chính (CR)	-20,17*** [-6,82]	-15,21*** [-3,76]	-16,37*** [-5,17]	-13,39*** [-7,70]
Tính thanh khoản (DR)	-0,349 [-0,81]	1,093** [-2,34]	0,703* [-1,68]	0,0688 [-0,21]
Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR)	0,346 [-0,96]	0,409* [-1,87]	0,391* [-1,79]	0,158* [-1,66]
Lãi suất (IntR)	-1,7 [-0,21]	-1,746 [-0,35]	-1,718 [-0,35]	3,406* [-1,68]
Tỷ lệ lạm phát (InfR)	0,243 [-0,15]	0,178 [-0,18]	0,188 [-0,2]	0,57 [-1,36]
Tỷ giá hối đoái (ExcR)	0,000247 [-0,04]	0,000549 [-0,16]	0,000431 [-0,12]	-0,00299** [-2,20]
<b>Hằng số</b>	<b>18,54</b>	<b>7,649</b>	<b>9,69</b>	<b>48,29***</b>
<b>Độ phù hợp mô hình</b>	<b>F(7, 387)</b>	<b>F(7,309)</b>	<b>Wald chi2 (7)</b>	<b>Wald chi2 (7)</b>
Thống kê F/ Wald chi2	11,26***	8,25***	71,27***	118,4***
<b>Lựa chọn mô hình</b>				
<b>Kiểm định ảnh hưởng cố định</b> (Wald test) F(78, 309)	9,8***			
<b>Kiểm định Hausman</b> (Hausman test) (chi2(6))	3,9			
<b>Kiểm định phương sai sai số thay đổi</b> chibar2(01)	312,21***			
<b>Kiểm định tương quan chuỗi</b> ALM(lambda=0)	46,95***			

**Ghi chú:** Ký hiệu \*\*\*, \*\* và \* lần lượt biểu thị cho mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%.  
Thống kê t trong ngoặc [ ].

**Bảng 3.** Kết quả Hồi quy mô hình ROE

Biến phụ thuộc: ROE	Mô hình hồi quy			
	POOL	FEM	REM	GLS
Quy mô doanh nghiệp (FS)	0,218 [-0,43]	2,726 [-0,84]	0,453 [-0,56]	0,611 [-1,47]
Đòn bẩy tài chính (CR)	-13,28** [-2,22]	-18,31* [-1,78]	-12,92* [-1,81]	-9,678*** [-2,94]
Tính thanh khoản (DR)	-0,811 [-0,93]	0,995 [-0,84]	0,202 [-0,21]	-0,24 [-0,52]
Tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR)	0,726 [-0,99]	0,89 [-1,59]	0,793 [-1,43]	0,462** [-2,49]
Lãi suất (IntR)	1,963 [-0,12]	0,74 [-0,06]	1,62 [-0,13]	7,076* [-1,81]
Tỷ lệ lạm phát (InfR)	2,85 [-0,88]	2,747 [-1,12]	2,82 [-1,15]	2,191*** [-2,72]
Tỷ giá hối đoái (ExcR)	-0,00225 [-0,19]	-0,00175 [-0,20]	-0,00191 [-0,22]	-0,00615** [-2,35]
<b>Hằng số</b>	43,74	4,96	32,9	87,79***
<b>Độ phù hợp mô hình</b>	F(7, 387)	F(7,309)	Wald chi2 (7)	Wald chi2 (7)
Thống kê F/ Wald chi2	1,48*	2,34**	14,48**	38,51***
<b>Lựa chọn mô hình</b>				
<b>Kiểm định ảnh hưởng cố định</b> (Wald test) F(78, 309)	4,7***			
<b>Kiểm định Hausman</b> (Hausman test) (chi2(6))		3,59		
<b>Kiểm định phương sai sai số thay đổi</b> chibar2(01)			138,77***	
<b>Kiểm định tương quan chuỗi</b> ALM(lambda=0)			62,38***	

**Ghi chú:** Ký hiệu \*\*\*, \*\* và \* lần lượt biểu thị cho mức ý nghĩa 1%; 5% và 10%.  
Thống kê t trong ngoặc [ ].

Chỉ số thống kê F và Wald từ Bảng 2 và 3 đều cho thấy, cả ba mô hình POOL, FEM và REM là phù hợp, khi tất cả chỉ số thống kê của cả ba mô hình đều có giá trị  $Prob < \alpha = 10\%$ . Kiểm định Wald giữa FEM và POOL cho ra kết quả  $F(78, 309) = 11,26$  và  $F(78,309) = 4,7$  (bảng 2 và 3) với giá trị  $Prob > F = 0,0000 (< \alpha = 1\%)$ . Điều này thể hiện rằng, có sự khác biệt đặc trưng giữa các doanh nghiệp hàng tiêu dùng; vì vậy, mô hình FEM sẽ được lựa chọn trong kiểm định này. Sau đó, kiểm định Hausman giữa FEM và REM đã kết luận rằng, mô hình REM có tính phù hợp cao hơn FEM, khi kết quả  $(chi2(6)) = 3,9$

và  $(chi2(6)) = 3,59$  (bảng 4.4 và 4.5) đều mang giá trị  $Prob > chi2 (> \alpha = 5\%)$ . Thế nên, mô hình REM sẽ được lựa chọn trong kiểm định này.

Tiếp theo, kiểm định Lagrange multiplier (Breusch & Pagan, 1980) được sử dụng trên mô hình REM để xem xét phương sai thay đổi và tương quan chuỗi. Kết quả cho thấy, giá trị  $chibar2(01)$  có  $Prob > chi2$  nhỏ hơn 1%, và  $ALM(\lambda = 0)$  có  $Pr > chi2(1)$  nhỏ hơn 1% ở cả hai bảng 2 và 3. Từ đó, nghiên cứu kết luận rằng, có tồn tại hiện tượng phương sai sai số thay đổi và tự tương quan (phụ thuộc giữa các



đơn vị chéo) – hai hiện tượng này sẽ bào mòn tính hiệu quả của mô hình REM. Theo Beck và Katz (1995), phương pháp ước lượng bình phương tối thiểu tổng quát (GLS) sẽ là phương pháp phù hợp nhất, giúp cải thiện sự chệnh lệch và độ hiệu quả của kết quả ước lượng trong điều kiện các giả định về hiện tượng phương sai sai số là không đổi và độc lập giữa các đơn vị chéo bị vi phạm. Cho nên, nghiên cứu sẽ triển khai phương pháp GLS để kiểm tra mối tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

#### 4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Theo kết quả hồi quy, các yếu tố kinh tế vĩ mô cho thấy, có tác động đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Các biến vĩ mô được nghiên cứu bao gồm tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR), lãi suất (IntR) và tỷ giá hối đoái (ExcR) đều có tác động mang ý nghĩa thống kê đến cả ROA và ROE của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết Việt Nam. Cụ thể như sau:

Tác động của biến *tỷ lệ tăng trưởng GDP* (GDPR) có hệ số 0,158 với giá trị  $P=0,098$  đối với biến ROA, và có hệ số 0,462 với giá trị  $P=0,013$  đối với ROE. Điều này cho thấy, tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR) có tác động thuận chiều đến khả năng sinh lời (ROA và ROE) của doanh nghiệp được nghiên cứu; từ đó, giả thuyết 1 được chấp nhận. Kết quả này phù hợp với đặc tính của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng. Khi nền kinh tế tăng trưởng, sức mua và nhu cầu mua sắm hàng tiêu dùng của người dân cũng tăng theo, dẫn đến doanh thu tăng cao cho các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng. Các nghiên cứu thực nghiệm cũng ủng hộ kết quả này (Mwangi, 2013; Pervan và cộng sự, 2019; Bui và cộng sự, 2020; Romus và cộng sự, 2020).

Đối với biến ROA và ROE, *Lãi suất* (IntR) có đều tác động dương ở mức ý nghĩa  $P<0,1$ . Hệ số tương quan với ROA nằm ở mức 3,406 và hệ số hồi quy với ROE nằm ở mức 7,076. Như vậy, Lãi suất gia tăng sẽ ảnh hưởng đến ROA và ROE tăng theo. Đây là một kết quả bất ngờ của nghiên cứu, đi ngược lại với đa số những nghiên cứu thực nghiệm đi trước (Bhayani, 2010; Mwangi, 2013; Romus và cộng sự, 2020). Vì vậy, nghiên cứu này đề xuất một cách giải thích cho kết quả này, đó là khả năng sinh lợi của thị trường hàng tiêu dùng Việt

Nam quá lớn, từ đó doanh thu có thể bù đắp được chi phí vay nợ kể cả khi lãi suất tăng cao.

Biến *tỷ lệ lạm phát* (InfR) cho thấy tác động đáng kể đến chỉ số ROE ở mức ý nghĩa  $P=0,007$  và hệ số hồi quy là 2,191; trong khi đó lại không quan sát được tác động đáng kể của biến này với chỉ số ROA. Như vậy, kết quả nghiên cứu chấp nhận giả thuyết 3. Lý do đằng sau mối quan hệ này là chỉ số giá tiêu dùng tăng có thể làm tăng lợi nhuận cho mỗi sản phẩm bán ra. Từ đó, các doanh nghiệp hàng tiêu dùng được khuyến khích nâng cao năng suất và đầu tư để tăng lợi nhuận. Kết quả này được thống nhất với các nghiên cứu thực nghiệm đã được đề cập (Mwangi, 2013; Pervan và cộng sự, 2019; Bui và cộng sự, 2020).

Tác động giữa *Tỷ giá hối đoái* (ExcR) và *Khả năng sinh lợi* (ROA và ROE) được tìm thấy đều có mức ý nghĩa  $P < 0,05$ . Trong đó, hệ số hồi quy giữa ExcR và ROA là -0,003 còn hệ số giữa ExcR và ROE là -0,006. Như vậy, giả thuyết 4 được chấp nhận, khi tỷ giá hối đoái (ExcR) có tác động ngược chiều đến ROA và ROE. Khi tỷ giá hối đoái tăng, giá trị của đồng nội tệ sẽ giảm so với đồng đô Hoa Kỳ, từ đó khiến việc nhập khẩu hàng hoá và nguyên vật liệu sản xuất trở nên đắt đỏ hơn. Với tính chất của ngành hàng tiêu dùng vẫn dựa vào nguồn cung từ nhập khẩu, kết quả đã phản ánh đúng thực trạng tại Việt Nam và phù hợp với kết quả nghiên cứu của Yeboah và Takacs (2019).

Kết quả hồi quy cũng cho thấy, có tác động của đặc điểm doanh nghiệp đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Tuy nhiên, từng biến khác nhau, bao gồm đòn bẩy tài chính (CR), quy mô doanh nghiệp (FS) và tính thanh khoản (DR) sẽ có những tác động khác nhau. Cụ thể như sau:

Biến *Đòn bẩy tài chính* (CR) có tác động mạnh mẽ nhất đến ROA và ROE với giá trị  $P$  lần lượt là 0,000 và 0,003. Hệ số hồi quy của biến CR là -13,39 với biến ROA và -9,678 với biến ROE. Phát hiện này chấp nhận giả thuyết 6b và bác bỏ giả thuyết 6a. Kết quả này phù hợp với lý thuyết Đánh đổi Cấu trúc vốn, khi sự bất cân xứng về thông tin sẽ làm gia tăng thêm chi phí cho việc vay nợ từ nguồn bên ngoài (Baskin, 1989), từ đó làm giảm lợi nhuận thu được. Các nghiên cứu thực nghiệm đều ủng hộ cho kết quả này (Doğan, 2013; Nanda & Panda, 2018).

Các biến còn lại, bao gồm quy mô doanh nghiệp (FS) và tính thanh khoản (DR), đều không thể hiện tác động có ý nghĩa thống kê đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp được nghiên cứu. Từ đây, giả thuyết 5, 7a và 7b bị bác bỏ. Phát hiện này đi ngược lại với các lý thuyết về quan điểm dựa trên nguồn lực và tính thanh khoản cũng như là với các nghiên cứu thực nghiệm đi trước. Có hai hướng để giải thích cho kết quả này. *Thứ nhất*, khả năng sinh lợi của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng không dựa vào quy mô hay thanh khoản vì đặc tính riêng biệt của ngành hàng trong việc phân phối nguồn lực để hoạt động kinh doanh. *Thứ hai*, mẫu điều tra của nghiên cứu còn nhỏ nên chưa cung cấp đủ bằng chứng để chứng minh mối tương quan giữa các biến FS, DR với ROA, ROE.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### 5.1. Kết luận

Khả năng sinh lời là một chỉ tiêu cần thiết để đạt được mục tiêu cuối cùng của quản lý tài chính. Các tài liệu học thuật gần đây đã xác định các động lực kinh tế vĩ mô và các đặc tính của doanh nghiệp là những yếu tố có thể quyết định lợi nhuận (Nanda & Panda, 2018; Bui và cộng sự, 2020; Dioha và cộng sự, 2018; Mukras, 2015). Nghiên cứu này xem xét mối quan hệ giữa các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô, các yếu tố nội bộ doanh nghiệp đến khả năng sinh lời, tính theo ROA và ROE, của các doanh nghiệp hàng tiêu dùng niêm yết tại Việt Nam. Quy mô doanh nghiệp (FS), đòn bẩy tài chính (CR), tính thanh khoản (DR), tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR), tỷ lệ lạm phát (InfR), lãi suất (IntR) và tỷ giá hối đoái (ExcR) được sử dụng làm các biến độc lập cho ROA và ROE.

Kết quả hồi quy cho thấy, các yếu tố kinh tế vĩ mô được cho thấy, có tác động đáng kể hơn hẳn so với các yếu tố về đặc điểm doanh nghiệp. Cả ba yếu tố là tỷ lệ tăng trưởng GDP (GDPR), tỷ giá hối đoái (ExcR), và tỷ lệ lạm phát (IntR) đều có ảnh hưởng đến chỉ số ROE hoặc cả hai chỉ số khả năng sinh lời. Trong đó, lãi suất (IntR) là biến có tác động mạnh mẽ nhất đến cả ROA và ROE theo chiều dương, và đây cũng là một phát hiện thú vị của nghiên cứu. Đối với các yếu tố đặc điểm doanh nghiệp, nghiên cứu vẫn cho thấy có tác động ý nghĩa của chúng đến với

khả năng sinh lời của doanh nghiệp, tuy nhiên chỉ có yếu tố đòn bẩy tài chính (CR) là có ảnh hưởng mạnh theo chiều âm đến ROA và ROE. Hai yếu tố còn lại là quy mô doanh nghiệp (FS) và tính thanh khoản (DR) không thể hiện tác động có ý nghĩa thống kê.

### 5.2. Hàm ý quản trị

Kết quả từ nghiên cứu này đưa ra một số khuyến nghị sau đây cho các nhà hoạch định chính sách và quản lý doanh nghiệp. Do đòn bẩy tài chính ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận của doanh nghiệp, các nhà quản lý nên xem xét chỉ số này khi ra quyết định. Theo kết quả, đòn bẩy ảnh hưởng tiêu cực đến ROA; do đó, các nhà quản lý doanh nghiệp nên nỗ lực để hạn chế tỷ lệ đòn bẩy trong cấu trúc tài chính. Cuối cùng, mặc dù quy mô doanh nghiệp và tính thanh khoản không cho thấy tác động đáng kể đến ROA và ROE, nhưng các nhà quản lý doanh nghiệp vẫn nên quan tâm đầy đủ đến chúng.

Kết quả về các chỉ số kinh tế vĩ mô cho thấy, các nhà hoạch định chính sách có thể giảm gánh nặng bình ổn lãi suất hàng năm, ít nhất là đối với ngành hàng tiêu dùng, khi nghiên cứu phản ánh mối quan hệ tích cực giữa lãi suất và khả năng sinh lời. Chính phủ và các cơ quan chức năng cũng nên duy trì tính bền vững của tỷ lệ tăng trưởng GDP cao và duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức hợp lý vì những chỉ số này tác động tích cực đến tăng trưởng sản xuất và sự ổn định của các nguồn lực nhập khẩu.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Hạn chế của nghiên cứu này là chỉ bao gồm các doanh nghiệp hàng tiêu dùng được niêm yết trên HNX và HOSE; các doanh nghiệp đại chúng chưa niêm yết chưa được đưa vào nghiên cứu. Thêm nữa, nghiên cứu mới chỉ bao quát dữ liệu trong một khoảng thời gian 5 năm, từ 2016 đến 2020. Cuối cùng, một số kết quả liên quan đến quy mô doanh nghiệp, tính thanh khoản và lãi suất được tìm thấy là đi ngược lại với lý thuyết cũng như các nghiên cứu thực nghiệm trước đó. Do đó, cần có thêm những nghiên cứu sâu hơn để xem xét mối quan hệ chung giữa các chỉ số kinh tế vĩ mô và đặc điểm doanh nghiệp đối với khả năng sinh lời của doanh nghiệp, đặc biệt là đối với ngành hàng tiêu dùng ở Việt Nam.

## Tài liệu tham khảo

- Adrian, T., & Shin, H. S. (2010). Financial intermediaries and monetary economics. In *Handbook of Monetary Economics*, 3, 601-650: Elsevier.
- Atsango, V. L. (2018). *Relationship Between Firm Characteristics and Profitability of Deposit Taking Sacco'S In Kenya*. University of Nairobi.
- Baariu, M. J., & Peter, N. (2021). Relationship Between Selected Macroeconomic Variables and the Financial Performance of Investment Banks in Kenya. *International Journal of Economics and Finance*, 13(11), 1-98.
- Bailliu, J., & Bouakez, H. (2004). Exchange rate pass-through in industrialized countries. *Bank of Canada Review*, 2004(Spring), 19-28.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Baskin, J. (1989). An empirical investigation of the pecking order hypothesis. *Financial Management*, 18(1), 26-35.
- Beck, N., & Katz, J. N. (1995). What to do (and not to do) with time-series cross-section data. *American political science review*, 89(3), 634-647.
- Bhayani, S. J. (2010). Determinant of profitability in Indian cement industry: An economic analysis. *South Asian Journal of Management*, 17(4), 6-20.
- Blažková, I., & Dvouletý, O. (2018). Investigating the differences in entrepreneurial success through the firm-specific factors: Microeconomic evidence from the Czech food industry. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(2), 154-176.
- Bodnar, G. M., & Gentry, W. M. (1993). Exchange rate exposure and industry characteristics: evidence from Canada, Japan, and the USA. *Journal of International Money and Finance*, 12(1), 29-45.
- Breusch, T. S., & Pagan, A. R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Bui, H., Nguyen, D., Tran, D., Hoang, P., Pham, M., & Tran, M. (2020). Determinants influencing the profitability of listed food processing firms in Vietnam. *Accounting*, 6(4), 441-452.
- Cassel, G. (1918). Abnormal deviations in international exchanges. *The Economic Journal*, 28(112), 413-415.
- Chabachib, M., Hersugondo, H., Ardiana, E., & Pamungkas, I. D. (2020). Analysis of company characteristics of firm values: Profitability as intervening variables. *International Journal of Financial Research*, 11(1), 60-70.
- Chen, K. Y., Elder, R. J., & Hsieh, Y.-M. (2007). Corporate governance and earnings management: The implications of corporate governance best-practice principles for Taiwanese listed companies. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 3(2), 73-105.
- Dioha, C., Mohammed, N. A., & Okpanachi, J. (2018). Effect of firm characteristics on profitability of listed consumer goods companies in Nigeria. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(2), 14-31.
- Doğan, M. (2013). Does firm size affect the firm profitability? Evidence from Turkey. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(4), 53-59.
- Egbunike, C. F., & Okerekeoti, C. U. (2018). Macroeconomic factors, firm characteristics and financial performance. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(2), 142-168.
- Fama, E. F., & Schwert, G. W. (1977). Asset returns and inflation. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 115-146.
- Ghazali, N. A. M. (2010). Ownership structure, corporate governance and corporate performance in Malaysia. *International Journal of Commerce and Management*, 20(2), 109-119.
- Hall, M., & Weiss, L. (1967). Firm size and profitability. *The Review of Economics and Statistics*, 49(3), 319-331.
- Hovakimian, A., Opler, T., & Titman, S. (2001). The debt-equity choice. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36(1), 1-24.
- Hussain, I. (2015). Macro economy and profitability of insurance companies: a post crisis scenario in Pakistan. *Pakistan Business Review*, 17(2), 243-263.
- Issah, M., & Antwi, S. (2017). Role of macroeconomic variables on firms' performance: Evidence from the UK. *Cogent Economics and Finance*, 5(1), 1405581.
- Izedonmi, P. F., & Abdullahi, I. B. (2011). The effects of macroeconomic factors on the Nigerian stock returns: A sectoral approach. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(7), 25-29.
- Kartiningih, D., & Daryanto, W. M. (2020). The effect of firm characteristics to profitability of food and beverage companies listed in Indonesia stock exchange. *International Journal of Business, Economics and Law*, 22(1), 69-76.
- Khatib, H., Masood, M., Zaman, K., Saleem, S., & Saeed, B. (2011). Corporate governance and firm performance: A case study of Karachi stock market. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(1), 39.

- Kumar, K., Rajan, R., & Zingales, L. (1999). *What Determines Firm Size?* (No. 2211). CEPR Discussion Papers.
- Le, T., Mai, V., & Nguyen, V. (2020). Determinants of profitability: Evidence from construction companies listed on Vietnam Securities Market. *Management Science Letters*, 10(3), 523-530.
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380.
- Majumdar, S. K. (1997). The impact of size and age on firm-level performance: some evidence from India. *Review of Industrial Organization*, 12(2), 231-241.
- Malik, H. (2011). Determinants of insurance companies profitability: an analysis of insurance sector of Pakistan. *Academic Research International*, 1(3), 315-321.
- Marsh, P. (1982). The choice between equity and debt: An empirical study. *The Journal of Finance*, 37(1), 121-144.
- Mathur, S. S., & Kenyon, A. (1997). *Creating value: shaping tomorrow's business*: Butterworth-Heinemann.
- McNamara, R., & Duncan, K. (1995). *Firm performance and macro-economic variables*: Bond University, School of Business.
- Muchir, H. G. (2012). *The impact of macroeconomic variables on the performance of the Nairobi securities exchange*. University of Nairobi.
- Mukras, M. S. (2015). Financial leverage and performance of listed firms in a frontier market: Panel evidence from Kenya. *European Scientific Journal*, 11(7), 534-550.
- Mwangi, F. K. (2013). *The effect of macroeconomic variables on financial performance of aviation industry in Kenya*. University of Nairobi.
- Myers, S. C. (1984). *Capital Structure Puzzle* (No. 1393). National Bureau of Economic Research, Inc.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- Nanda, S., & Panda, A. K. (2018). The determinants of corporate profitability: an investigation of Indian manufacturing firms. *International Journal of Emerging Markets*, 13(1), 66-86.
- Nguyen, N. M., & Tran, K. T. (2021). Factors influencing business efficiency of steel firms: Evidence from Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(1), 295-304.
- Novita, B. A., & Sofie, S. (2015). Pengaruh struktur modal dan likuiditas terhadap profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 2(1), 13-28.
- Pervan, M., Pervan, I., & Ćurak, M. (2019). Determinants of firm profitability in the Croatian manufacturing industry: evidence from dynamic panel analysis. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 968-981.
- Romus, M., Anita, R., Abdillah, M. R., & Zakaria, N. B. (2020). *Selected firms environmental variables: Macroeconomic variables, performance and dividend policy analysis*. Paper presented at the IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.
- Saeed, M. M., Gull, A. A., & Rasheed, M. Y. (2013). Impact of capital structure on banking performance (A case study of Pakistan). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(10), 393-403.
- Shyam-Sunder, L., & Myers, S. C. (1999). Testing static tradeoff against pecking order models of capital structure. *Journal of Financial Economics*, 51(2), 219-244.
- Steuart, J. (1767). *An Inquiry Into the Principles of Political Economy* (Vol. 1). A. Millar, and T. Cadell.
- Stierwald, A. (2010). *Determinants of Profitability: An Analysis of Large Australian Firms* (No. wp2010n03). Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research, The University of Melbourne.
- Stiglitz, J., Stiglitz, J. E. S., & Greenwald, B. (2003). *Towards a new paradigm in monetary economics*: Cambridge University Press.
- Titman, S., & Wessels, R. (1988). The determinants of capital structure choice. *The Journal of Finance*, 43(1), 1-19.
- Tổng cục Thống kê Việt Nam (2022). *Thông cáo Báo chí tình hình Kinh tế - Xã hội Quý III và 9 tháng năm 2022*. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/09/thong-cao-bao-chi-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iii-va-9-thang-nam-2022/>
- Totonchi, J. (2011, July). Macroeconomic theories of inflation. In *International conference on economics and finance research*, 4(1), 459-462.
- Tsvetkova, L., Bugaev, Y., Belousova, T., & Zhukova, O. (2021). Factors affecting the performance of insurance companies in Russian federation. *Montenegrin Journal of Economics*, 17(1), 209-218.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Yeboah, M., & Takacs, A. (2019). Does Exchange Rate Matter in Profitability of Listed Companies in South Africa? An Empirical Approach. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(6), 171-178.



## EFFECT OF NON-INTEREST INCOME ON PROFIT: EVIDENCE IN VIETNAMESE COMMERCIAL BANK

Nguyen Quoc Anh<sup>1\*</sup>, Tang My Sang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>University of Economics Ho Chi Minh City

<sup>2</sup>Ho Chi Minh City University of Economics and Finance

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.314</p> <p><i>Received:</i> August 03, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> October 10, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Commercial bank; Non-interest income; Profitability.</p>	<p>Non-interest income is one of the important sources of income for the bank because it helps the bank reduce risk and increase operating profit. The study was conducted to find out the impact of non-interest income on the profitability of 22 Vietnamese commercial banks in the period from 2013 to 2022. The authors used FEM, REM methods to analyze the data. The research results show the asset size, the ratio of outstanding loans/total assets, equity-to-total assets ratio and inflation are positively related to risk-adjusted return/return. In contrast, the ratio of operating expenses to total assets, the ratio of customer deposits to total liabilities have negative effects on risk-adjusted profit/return. In addition, bank asset size was found to be positively correlated with bank performance. From the obtained results, the study proposes solutions to increase this income, thereby improving the operational efficiency of the bank. The results of this study contribute to increasing empirical evidence on the contribution of non-interest income to bank profitability in developing countries.</p>

\*Corresponding author:

Email: [quocanh@ueh.edu.vn](mailto:quocanh@ueh.edu.vn)



## TÁC ĐỘNG CỦA THU NHẬP NGOÀI LÃI ĐẾN LỢI NHUẬN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Nguyễn Quốc Anh<sup>1\*</sup>, Tăng Mỹ Sang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Kinh tế TP HCM

<sup>2</sup>Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP HCM

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.314</p> <p>Ngày nhận: 03/08/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 10/10/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Lợi Nhuận; Ngân hàng thương mại; Thu nhập ngoài lãi.</p>	<p>Thu nhập ngoài lãi là một trong những nguồn thu nhập quan trọng của ngân hàng vì giúp ngân hàng giảm rủi ro và tăng lợi nhuận hoạt động. Bài nghiên cứu được thực hiện nhằm tìm hiểu tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của 22 ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn từ 2012 đến 2021. Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp FEM, REM và GMM. Kết quả nghiên cứu cho thấy, quy mô tài sản, tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản, lạm phát có tác động cùng chiều với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Ngược lại, tỷ lệ chi phí hoạt động trên tổng tài sản, tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả có tác động ngược chiều với lợi nhuận trên lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Ngoài ra, quy mô tài sản ngân hàng được tìm thấy có tương quan dương đến hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Từ kết quả thu được, bài nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm gia tăng nguồn thu nhập này từ đó cải thiện hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Kết quả bài nghiên cứu góp phần gia tăng bằng chứng thực nghiệm về sự đóng góp của thu nhập ngoài lãi vào lợi nhuận của ngân hàng tại các quốc gia đang phát triển.</p>

### 1. Giới thiệu

Lợi nhuận luôn là quan trọng của các doanh nghiệp và ngân hàng thương mại cũng không ngoại lệ (Abedifar và cộng sự, 2018). Lợi nhuận càng cao chứng minh hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần. Cơ cấu thu nhập tạo ra lợi nhuận của ngân hàng thương mại cổ phần bao gồm thu nhập lãi và thu nhập ngoài lãi (Hunjra và cộng sự, 2020). Thu nhập

lãi là nguồn thu nhập từ hoạt động kinh doanh chính – cho vay của ngân hàng. Thu nhập ngoài lãi là những nguồn thu nhập không từ hoạt động kinh doanh chính của ngân hàng. Hoạt động cho vay luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro, nếu cho vay không hiệu quả có thể gây suy yếu hoặc thậm chí là phá sản của một ngân hàng. Điều này, đã được chứng minh qua những cuộc khủng hoảng tài chính trên thế giới. Ngành ngân hàng đã và đang phải đối mặt với những thách thức về môi trường ngân hàng mới do cạnh tranh gia tăng, buộc ngành này phải áp dụng chiến lược đa dạng hóa (Hunjra và cộng sự, 2020). Các ngân hàng đa dạng hóa tốt sẽ phân tán được rủi

\*Tác giả liên hệ:

Email: quocanh@ueh.edu.vn

ro (Hoàng Ngọc Tuyến & Võ Thị Hiền, 2010). Thực tế trên thế giới, các ngân hàng thương mại đều chuyển sang gia tăng nguồn thu từ hoạt động kinh doanh các dịch vụ.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã được thực hiện nhằm tìm hiểu tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của các ngân hàng. Các nghiên cứu này được thực hiện cho nước ngoài (Hunjra và cộng sự, 2020; Mostak Ahamed, 2017; Klein & Saidenberg, 2005). Đối với các nghiên cứu trong nước, chủ đề này cũng nhận được sự quan tâm như nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2016), Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017). Tuy nhiên, những nghiên cứu này được thực hiện cho các giai đoạn trước đây và cho các nước phát triển. Nghiên cứu này thực hiện cho một quốc gia đang phát triển với hệ thống ngân hàng hoạt động có nhiều đặc điểm khác biệt.

Trong chiến lược phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Thủ tướng, Chính phủ ban hành vào ngày 8/8/2018, định hướng phát triển ngành là tăng tỷ trọng thu nhập từ hoạt động phi tín dụng trong tổng doanh thu của ngân hàng lên khoảng 16-17%. Trong đó, có đề cập đến vấn đề đa dạng hóa dịch vụ ngân hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng truyền thống, phát triển nhanh dịch vụ ngân hàng hiện đại. Đây là một mắc xích quan trọng để gia tăng thu nhập từ dịch vụ ngoài lãi giảm bớt sự phụ thuộc vào thu nhập lãi của các ngân hàng thương mại cổ phần. Trong nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2016) cho thấy, đa dạng hóa thu nhập giúp gia tăng khả năng sinh lời của các ngân hàng. Do đó, các ngân hàng cần có sự kết hợp hoạt động phi tín dụng và hoạt động tín dụng để gia tăng thu nhập tại ngân hàng. Ngoài ra, nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cũng cho thấy, tăng thu nhập ngoài lãi làm tăng hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

Trước thực trạng nhu cầu về các dịch vụ hiện đại trong xu thế công nghệ phát triển nhanh như hiện nay của khách hàng ngày càng gia tăng, việc cung cấp sản phẩm dịch vụ hiện đại mang lại mức độ thỏa mãn cao là xu thế tất yếu không thể phủ nhận trong nhiều lĩnh vực, ngay cả lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Tận dụng được cơ hội này, ngân hàng sẽ gia tăng được

khoản thu nhập về phí dịch vụ, hoa hồng góp phần tăng lợi nhuận, giảm sự phụ thuộc vào hoạt động kinh doanh chính. Vì vậy, nghiên cứu tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận ngân hàng là yêu cầu tất yếu để minh chứng bằng thực tiễn cho lãnh đạo ngân hàng thấy và từ đó chú trọng đến đa dạng hóa sản phẩm ngân hàng. Bài nghiên cứu được thực hiện nhằm tìm hiểu tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2013-2022, từ đó đề xuất hàm ý quản trị phù hợp cho các ngân hàng.

## 2. Cơ sở lý luận

### 2.1. Thu nhập ngoài lãi

Từ báo cáo tài chính có thể thấy được bên cạnh hoạt động cho vay thì hoạt động dịch vụ, đầu tư, kinh doanh khác cũng mang lại nguồn thu ổn định và an toàn (Klein & Saidenberg, 2005). Do đó, đa dạng hóa thu nhập đang được các ngân hàng quan tâm nhằm mục đích phân tán rủi ro (Hoàng Ngọc Tuyến & Võ Thị Hiền, 2010) và giảm sự lệ thuộc vào nguồn thu nhập chính. Nguồn thu của các hoạt động khác ngoài hoạt động cho vay được gọi là thu nhập ngoài lãi. Sự chênh lệch giữa thu nhập ngoài lãi và chi phí bỏ ra để cung cấp sản phẩm, dịch vụ được gọi là thu nhập thuần ngoài lãi (Hoàng Ngọc Tuyến & Võ Thị Hiền, 2010). Từ các báo cáo thường niên của các ngân hàng, nguồn thu nhập ngoài lãi bao gồm: thu nhập từ hoạt động dịch vụ, thu nhập từ hoạt động kinh doanh đầu tư, thu nhập hoạt động ngoài lãi khác.

### 2.2. Lợi nhuận của ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại được xem như một doanh nghiệp, hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận nên đây là một trong những vấn đề rất quan trọng (Abedifar và cộng sự, 2018). Lợi nhuận là mức chênh lệch giữa số tiền thu được từ hoạt động kinh doanh và chi phí, được xác định trong một giai đoạn nhất định (Hanif và cộng sự, 2012). Lợi nhuận của ngân hàng đến từ các mảng kinh doanh của ngân hàng thương mại. Lợi nhuận là phần chênh lệch giữa tổng thu nhập và tổng chi phí. Trong những chỉ tiêu đo lường khả năng sinh lời của ngân hàng thì tỷ suất sinh lợi trên tài sản (ROA) và tỷ suất sinh lợi trên tổng vốn chủ sở hữu (ROE) là hai chỉ

tiêu quan trọng đánh giá hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

### **2.3. Lợi nhuận điều chỉnh rủi ro**

Khi xem xét đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của một ngân hàng thì lợi nhuận và rủi ro là hai yếu tố được quan tâm. Rủi ro là yếu tố không lường trước gây ra tổn thất và có thể đo lường được dựa vào mức độ và tần suất. Trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, tín dụng mang lại nguồn thu lãi lớn nhưng vẫn mang đến rủi ro. Tương tự, những hoạt động kinh doanh khác ngoài tín dụng đóng vai trò ngày càng lớn trong cơ cấu nguồn thu nhập của ngân hàng nhưng vẫn tiềm ẩn rủi ro. Chẳng hạn, những hoạt động dịch vụ được khách hàng sử dụng dựa vào sự yêu thích, tiện lợi, tính năng luôn được nâng cấp. Những hoạt động ngoài lãi khác như thanh lý và mua bán tài sản nợ thường xảy ra rất lâu. Chính vì vậy, xem xét yếu tố rủi ro và lợi nhuận cùng một lúc là đều cần thiết. Nghiên cứu của Stiroh (2005) đã sử dụng sự chênh lệch giữa lợi nhuận thực tế và lợi nhuận kỳ vọng (lợi nhuận kỳ vọng chính là độ lệch chuẩn của chỉ số ROA, ROE) để đo lường rủi ro của ngân hàng. Đây chính là hệ số lợi nhuận điều chỉnh rủi ro.

### **2.4. Tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của ngân hàng**

Lý thuyết danh mục đầu tư hiện đại được Harry Markowitz phát triển vào năm 1952. Lý thuyết này cho rằng, một nhà đầu tư có thể tối đa hóa lợi nhuận kỳ vọng để giảm rủi ro hoặc biến động lợi nhuận bằng cách đa dạng hóa thu nhập để phòng ngừa rủi ro thị trường cũng như rủi ro tập trung. Lý thuyết này cũng cho rằng, một ngân hàng có đa dạng hóa được hay không phụ thuộc vào các yếu tố tác động đến rủi ro tín dụng và ngân hàng có thể loại bỏ rủi ro tín dụng gây ra bởi các yếu tố vĩ mô thông qua cấu trúc quản trị. Lý thuyết cũng cho rằng, thu nhập ngoài lãi giúp ngân hàng giảm rủi ro tín dụng (Hunjra và cộng sự, 2020). Các nghiên cứu trước đã cho thấy, hai xu hướng tác động khác nhau của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của ngân hàng (Mostak Ahamed, 2017). Xu hướng thứ nhất cho rằng, thông qua việc tận dụng các kỹ năng quản trị và lợi thế theo quy mô, ngân hàng nhận được lợi ích từ đa dạng hóa thu nhập (Meslier và cộng sự, 2014; Pennathur & Vishwasrao, 2014). Xu hướng thứ hai lại cho

rằng, đa dạng hóa thu nhập làm loãng lợi thế cạnh tranh, tăng sự biến động của lợi nhuận (Klein & Saidenberg, 2010).

Bên cạnh thu nhập ngoài lãi, quy mô ngân hàng cũng là một trong những yếu tố được xác định có tác động đến tính ổn định tài chính của các ngân hàng. Trong quá trình thương lượng ký kết hợp đồng với khách hàng, các doanh nghiệp lớn luôn có lợi thế sức mạnh hơn dẫn đến giảm chi phí, cải thiện được sự ổn định chung cho thị trường (Ahmad và cộng sự, 2020). Về bản chất, các doanh nghiệp lớn có khả năng phòng vệ và đa dạng hóa rủi ro tốt hơn so với các doanh nghiệp nhỏ. Chính vì vậy, khả năng khai thác thị trường và chống chọi các yếu tố tác động đến sự tồn tại của các doanh nghiệp này cũng tốt hơn.

Đòn bẩy tài chính của NH thể hiện tổng nợ tính trên tổng tài sản. Hệ số này càng cao thể hiện chu kỳ tín dụng tăng, nếu chu kỳ tín dụng tăng quá mức sẽ góp phần vào sự bùng nổ các chỉ số quan trọng của nền kinh tế vĩ mô ví dụ như bong bóng tài sản và sự sụp đổ hệ thống của các tổ chức tài chính (Finishtya, 2019). Khả năng vỡ nợ của các khoản vay càng lớn, rủi ro tín dụng tiềm năng càng cao. Khi rủi ro tín dụng xảy ra thường xuyên và liên tục sẽ làm ngân hàng sụt giảm doanh thu, lợi nhuận, mất vốn. Nếu những vấn đề này xảy ra lâu dài thì sự ổn định của ngân hàng sẽ bị đe dọa (O'Connell, 2022). Tuy nhiên, nếu các ngân hàng sử dụng đòn bẩy tài chính tốt, có khả năng quản trị rủi ro tín dụng hiệu quả thì sẽ đem lại cho ngân hàng tỷ suất lợi nhuận cao hơn.

Trong quản trị ngân hàng, nguồn vốn đóng vai trò là bộ đệm chống lại các cú sốc thanh khoản, các ngân hàng có nguồn vốn đáp ứng theo chuẩn Basel thì khả năng chịu đựng áp lực về tài chính tốt hơn. Tỷ số này càng cao càng thì ngân hàng càng giảm sự lệ thuộc vào nguồn vốn bên ngoài, nguy cơ đối mặt với việc phá sản khi gặp rủi ro thấp hơn. Các nghiên cứu gần đây đã chứng minh rằng, những ngân hàng có hệ số an toàn vốn cao hơn sẽ đạt hiệu quả kinh doanh cao hơn (Fred Nelson, 2020; Ali & Puaah, 2019).

Theo dòng chảy kinh tế thế giới, kinh tế Việt Nam cũng chịu nhiều ảnh hưởng của xu thế đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch



vụ để nâng cao khả năng cạnh tranh đem lại lợi nhuận cao hơn cho từng thành phần kinh tế. Thị trường tài chính – ngân hàng cũng đi theo xu hướng này. Một số nghiên cứu được công bố rộng rãi tại Việt Nam cũng đã được thực hiện nhằm tìm hiểu về chủ đề này nhưng được thực hiện trong khoảng thời gian sau khủng hoảng. Nghiên cứu của Võ Xuân Vinh và Trần Thị Phương Mai (2015) xem xét đa dạng hóa thu nhập tác động đến lợi nhuận và rủi ro của 37 ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2006-2013 kết luận, nếu chỉ xét đến yếu tố lợi nhuận, các ngân hàng mở rộng các hoạt động kinh doanh tạo nguồn thu nhập ngoài lãi sẽ mang lợi nhuận cao. Nghiên cứu của Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) lấy dữ liệu của 22 ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn từ 2007-2013 cho thấy rằng, việc cho vay ồ ạt mà không có kiểm soát sẽ dẫn đến tỷ lệ nợ xấu cao khi rủi ro xảy ra. Đa dạng hóa là hướng phát triển tốt hiện nay để gia tăng lợi nhuận ngân hàng. Kết quả nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) trên 26 ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2006-2016 cho thấy, thu nhập ngoài lãi có mối tương quan thuận với khả năng sinh lời và khả năng sinh lời có điều chỉnh rủi ro của ngân hàng, tăng nguồn thu từ các hoạt động dịch vụ, kinh doanh đầu tư thì khả năng sinh lời sẽ tăng.

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

#### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa vào cơ sở lý thuyết và thực tiễn hoạt động của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam, bài nghiên cứu sử dụng mô hình nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008) và mô hình nghiên cứu trong bài viết của nhóm tác giả Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) và có điều chỉnh cho phù hợp. Nghiên cứu của các tác giả có nhiều điểm tương đồng với mục tiêu nghiên cứu của bài viết này, mô hình nghiên cứu có dạng như sau:

$$Y_{i,t} = \alpha_1 + \alpha_2 ICOCOM_{i,t} + \alpha_3 ICOTRAD_{i,t} + \alpha_4 ICOOTH_{i,t} + \alpha_5 TA_{i,t} + \alpha_6 LOAN_{i,t} + \alpha_7 EQUITY_{i,t} + \alpha_8 COST_{i,t} + \alpha_9 DTL_{i,t} + \alpha_{10} INF_t + \alpha_{11} GDP_t + \varepsilon_{i,t} \quad (I)$$

Trong đó, biến phụ thuộc là ROA, ROE, đo lường khả năng sinh lời. Nhóm biến lợi nhuận

điều chỉnh rủi ro là SHROA, SHROE đo lường khả năng sinh lời có điều chỉnh rủi ro; Các biến độc lập gồm Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động dịch vụ của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $ICOCOM_{i,t}$ ); Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động kinh doanh, đầu tư của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $ICOTRAD_{i,t}$ ); Tỷ lệ thu nhập thuần từ các hoạt động ngoài lãi khác của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $ICOOTH_{i,t}$ ); Quy mô ngân hàng của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $TA_{i,t}$ ); Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $LOAN_{i,t}$ ); Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $EQUITY_{i,t}$ ); Tỷ lệ chi phí hoạt động trên tổng tài sản của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $COST_{i,t}$ ); Tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  ( $DTL_{i,t}$ ); Tỷ lệ lạm phát tại thời điểm  $t$  ( $INF_t$ ); Tốc độ tăng trưởng kinh tế tại thời điểm  $t$  ( $GDP_t$ ).

Căn cứ vào mô hình nghiên cứu (I), đặc điểm hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam, mục tiêu nghiên cứu và điều kiện về dữ liệu, mô hình được chỉnh sửa cho phù hợp hơn, các mô hình nghiên cứu được xây dựng có dạng như sau:

$$\text{Mô hình (1): } ROA_{i,t} = a_1 + a_2 ICONON_{i,t} + a_3 LOAN_{i,t} + a_4 EQUITY_{i,t} + a_5 COST_{i,t} + a_6 DTL_{i,t} + a_7 GDP_t + a_8 INF_t + \varepsilon_{i,t}$$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc ROA và các biến độc lập gồm ICONON, EQUITY, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

$$\text{Mô hình (2): } ROA_{i,t} = b_1 + b_2 ICOCOM_{i,t} + b_3 ICOTRAD_{i,t} + b_4 ICOOTH_{i,t} + b_5 LOAN_{i,t} + b_6 EQUITY_{i,t} + \alpha_7 COST_{i,t} + \alpha_8 DTL_{i,t} + \alpha_9 GDP_t + \alpha_{10} INF_t + \varepsilon_{i,t}$$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc ROA, các biến độc lập gồm ICONON, ICOTRAD, ICOOTH, EQUITY, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

$$\text{Mô hình (3): } ROE_{i,t} = c_1 + c_2 ICONON_{i,t} + c_3 TA_{i,t} + c_4 LOAN_{i,t} + c_5 COST_{i,t} + c_6 DTL_{i,t} + c_7 GDP_t + c_8 INF_t + \varepsilon_{i,t}$$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc ROE, các biến độc lập gồm ICONON, TA, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

- Mô hình (4):  $ROE_{i,t} = d_1 + d_2 ICOCOM_{i,t} + d_3 ICOTRAD_{i,t} + d_4 ICOOTH_{i,t} + d_5 TA_{i,t} + d_6 LOAN_{i,t} + d_7 COST_{i,t} + d_8 DTL_{i,t} + d_9 GDP_t + d_{10} INF_t + \varepsilon_{i,t}$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc ROE, các biến độc lập gồm ICONON, TA, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

- Mô hình (5):  $SHROA_{i,t} = x_1 + x_2 ICONON_{i,t} + x_3 LOAN_{i,t} + x_4 EQUITY_{i,t} + x_5 COST_{i,t} + x_6 DTL_{i,t} + x_7 GDP_t + x_8 INF_t + \varepsilon_{i,t}$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc SHROA, các biến độc lập gồm ICONON, EQUITY, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

- Mô hình (6):  $SHROA_{i,t} = y_1 + y_2 ICOCOM_{i,t} + y_3 ICOTRAD_{i,t} + y_4 ICOOTH_{i,t} + y_5 LOAN_{i,t} + y_6 EQUITY_{i,t} + y_7 COST_{i,t} + y_8 DTL_{i,t} + y_9 GDP_t + y_{10} INF_t + \varepsilon_{i,t}$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc SHROA, các biến độc lập gồm ICONON, ICOTRAD, ICOOTH, EQUITY, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

- Mô hình (7):  $SHROE_{i,t} = z_1 + z_2 ICONON_{i,t} + z_3 TA_{i,t} + z_4 LOAN_{i,t} + z_5 COST_{i,t} + z_6 DTL_{i,t} + z_7 GDP_t + z_8 INF_t + \varepsilon_{i,t}$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc SHROE, các biến độc lập gồm ICONON, TA, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

- Mô hình (8):  $SHROE_{i,t} = g_1 + g_2 ICOCOM_{i,t} + g_3 ICOTRAD_{i,t} + g_4 ICOOTH_{i,t} + g_5 TA_{i,t} + g_6 LOAN_{i,t} + g_7 COST_{i,t} + g_8 DTL_{i,t} + g_9 GDP_t + g_{10} INF_t + \varepsilon_{i,t}$

Mô hình này xem xét mối tương quan của biến phụ thuộc SHROE, các biến độc lập gồm ICONON, TA, LOAN, COST, DTL, GDP và INF.

Việc xem xét 8 mô hình sẽ thấy rõ hơn mức độ tác động của thu nhập ngoài lãi và các thành phần của nó đến biến phụ thuộc. Từ đó, tìm ra hoạt động kinh doanh ngoài lãi nào tác động mạnh mẽ nhất đến biến phụ thuộc.

### 3.2. Giả thuyết nghiên cứu

**Tỷ lệ thu nhập:** có tác động nhất định đến hoạt động của ngân hàng thương mại. Kết quả

nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy, tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi, tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi từ hoạt động dịch vụ, đầu tư có tương quan thuận với tỷ lệ sinh lợi trên tài sản và vốn chủ sở hữu. Đối với tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi từ hoạt động khác chỉ có tương quan thuận tỷ lệ sinh lợi trên tài sản và hệ số điều chỉnh rủi ro của nó.

**Quy mô ngân hàng:** Những ngân hàng lớn tận dụng tốt những điều kiện về kinh tế, marketing, bảo mật và những dịch vụ gia tăng cho những khoản vay cá nhân. Nguồn thu phí ngoài lãi từ các dịch vụ, bảo mật,... khá lớn. Theo Chiorazzo và cộng sự (2008), SHROA có mối tương quan nghịch với tổng tài sản. Nhằm đồng nhất trong các mô hình nghiên cứu của mình, bài viết chỉ sử dụng biến này khi biến phụ thuộc là ROE, SHROE. Kết quả nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008) cho thấy, quy mô tài sản có tương quan dương với SHROE.

**Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản:** Theo nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008), Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015); Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy, tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản có tương quan dương đến khả năng sinh lời.

**Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản:** là công cụ dùng để đo lường đòn bẩy tài chính. Tỷ lệ này càng cao cho thấy vốn chủ sở hữu của ngân hàng nhiều đảm bảo được khả năng an toàn vốn, thanh khoản cho ngân hàng. Biến này được sử dụng trong các nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008). Theo nghiên cứu của Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015) cho thấy, tỷ lệ VCSH cho vay trên tổng tài sản có tương quan nghịch đến khả năng sinh lời nhưng nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy, tỷ lệ vốn chủ sở hữu cho vay trên tổng tài sản có tương quan dương đến khả năng sinh lời. Theo Chiorazzo và cộng sự (2008), SHROE có mối tương quan nghịch với vốn chủ sở hữu.

**Chi phí hoạt động:** là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến lợi nhuận. Chi phí hoạt động càng lớn thì lợi nhuận sẽ giảm trong điều kiện thu nhập vẫn giữ nguyên. Hoặc tốc độ tăng của thu nhập không bằng tốc độ tăng của chi phí hoạt động thì cũng gây ảnh hưởng đến lợi nhuận ngân hàng. Theo nghiên cứu của Lepetit và

cộng sự (2007), Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015), Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy, tỷ lệ chi phí hoạt động trên tổng tài sản và khả năng sinh lời có tương quan nghịch.

*Tiền gửi khách hàng:* được xem là nguồn vốn huy động giá rẻ hơn, dễ dàng hơn so với những khoản vay từ tổ chức tín dụng, ngân hàng Nhà nước, Chính phủ, việc phát hành giấy tờ có giá. Do đó, tỷ lệ này càng cao thì càng có lợi cho ngân hàng có chiến thuật quản lý tốt nguồn vốn cho vay. Theo nghiên cứu của Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015) thấy, tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả có tương quan

dương đến khả năng sinh lời nhưng nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả có tương quan nghịch đến khả năng sinh lời.

*Lạm phát:* Các nghiên cứu trước đây tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa lạm phát và lợi nhuận. Ngoài ra, một nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao cho thấy sự hoạt động hiệu quả của các thành phần kinh tế. Theo nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017) cho thấy, tốc độ tăng trưởng kinh tế và khả năng sinh lời có mối tương quan thuận.

**Bảng 1.** Tóm tắt kỳ vọng các biến độc lập với biến phụ thuộc

	ROA (1)	ROA (2)	ROE (3)	ROE (4)	SHROA (5)	SHROA (6)	SHROE (7)	SHROE (8)
ICONON	+		+		+		+	
ICOCOM		+		+		+		+
ICOTRAD		+		+		+		+
ICOOTH		+		+		+		+
TA			+	+			+	+
LOAN	+	+	+	+	+	+	+	+
EQUITY	+/-	+/-			+/-	+/-		
COST	-	-	-	-	-	-	-	-
DTL	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
GDP	+	+	+	+	+	+	+	+
INF	+	+	+	+	+	+	+	+

**Ghi chú:** - Ô có màu là những biến không được xét trong mô hình.

- Dấu “+” là những biến có ý nghĩa thống kê thể hiện tương quan dương, quan hệ cùng chiều
- Dấu “-” là những biến có ý nghĩa thống kê thể hiện tương quan âm, quan hệ ngược chiều

Dựa vào kết quả nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008) và được Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017), mô tả biến và giả

thuyết nghiên cứu của mô hình được xác định trong Bảng 2.

**Bảng 2.** Mô tả biến và giả thuyết nghiên cứu

Số TT	Mã biến	Tên biến	Đo lường biến	Kỳ vọng	Nghiên cứu của tác giả
<b>Biến phụ thuộc Y</b>					
1	ROA	Tỷ suất lợi nhuận ròng trên tổng tài sản	$ROA = \frac{LNST}{TTS} \times 100\%$		

Số TT	Mã biến	Tên biến	Đo lường biến	Kỳ vọng	Nghiên cứu của tác giả
2	ROE	Tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu	$ROE = \frac{LNST}{TVCSH} \times 100\%$		
3	SHROA	Tỷ suất lợi nhuận ròng trên tổng tài sản điều chỉnh rủi ro	$SHROA = \frac{ROA}{\sigma_{ROA}}$		
4	SHROE	Tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu điều chỉnh rủi ro	$SHROE = \frac{ROE}{\sigma_{ROE}}$		
<b>Biến độc lập</b>					
1	ICOCOM	Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động dịch vụ	$ICOCOM = \frac{COM}{NET + NON}$	+	Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
2	ICOTRAD	Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động kinh doanh, đầu tư	$ICOTRAD = \frac{TRAD}{NET + NON}$	+	Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
3	ICOOTH	Tỷ lệ thu nhập thuần từ các hoạt động ngoài lãi khác	$ICOOTH = \frac{OTH}{NET + NON}$	+	Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
4	ICONON	Tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi	$ICONON = ICOCOM + ICOTRAD + ICOOTH$	+	- Chiorazzo và cộng sự (2008) - Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
5	TA	Quy mô ngân hàng	$TA = \ln(\text{tổng tài sản})$	+	Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015)
6	LOAN	Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản	$LOAN = \frac{\text{Tổng dư nợ cho vay}}{\text{Tổng tài sản}}$	+	- Chiorazzo và cộng sự (2008) - Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) - Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
7	EQUITY	Tỷ lệ VCSH trên tổng tài sản	$EQUITY = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng tài sản}}$	+/-	- Tương quan âm: Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) - Tương quan dương: Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
8	COST	Tỷ lệ chi phí hoạt động trên tổng tài sản	$COST = \frac{\text{Chi phí hoạt động}}{\text{Tổng tài sản}}$	-	- Lepetit và cộng sự (2007) - Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) - Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)

Số TT	Mã biến	Tên biến	Đo lường biến	Kỳ vọng	Nghiên cứu của tác giả
9	DTL	Tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả	$DTL = \frac{\text{Tổng số dư tiền gửi}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$	+/-	- Tương quan dương: Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) - Tương quan âm: Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
10	INF	Tỷ lệ lạm phát	Chỉ số giá tiêu dùng CPI	+	- Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015) - Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)
11	GDP	Tốc độ tăng trưởng kinh tế	GDP	+	Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

### 3.3. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu thực nghiệm dữ liệu của 22 ngân hàng thương mại Việt Nam và số liệu của các cơ quan thống kê về tình hình kinh tế giai đoạn 2012-2021 (chiếm tỷ lệ 59,46% nếu bỏ ngân hàng có 100% vốn nước ngoài và văn phòng đại diện ngân hàng nước ngoài, 62,86% trong hệ thống ngân hàng thương mại). Đây là giai đoạn mà ngành ngân hàng đã trải qua nhiều biến cố do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới và phục hồi, từ đó sẽ cho thấy tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận của ngân hàng một cách rõ ràng hơn. Dữ liệu nghiên cứu là dữ liệu bảng với 220 quan sát. Nguồn dữ liệu tài chính ngân hàng được tổng hợp từ hai nguồn: báo cáo thường niên đã được kiểm toán được công bố của các ngân hàng thương mại. Nguồn dữ liệu vĩ mô lấy từ website của International Monetary Fund.

### 3.4. Phương pháp nghiên cứu

Dựa vào nghiên cứu của Chiorazzo và cộng sự (2008), Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017), bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Trước khi vào chạy mô hình, lựa chọn và kiểm tra tính phù hợp của mô hình, bài nghiên cứu thực hiện thống kê mô tả dữ liệu. Dựa vào những giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị lớn nhất - nhỏ nhất của tất cả các biến để đưa ra những nhận định từng biến. Tiếp theo, bài nghiên cứu sử dụng ma trận hệ số tương quan để đánh giá sự tương quan giữa các

biến giải thích và biến phụ thuộc, tương quan giữa các biến giải thích với nhau, kiểm tra có xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến. Theo Wooldridge (2003) nếu hệ số tương quan giữa các biến nhỏ hơn 0,8 thì không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng.

Mô hình nghiên cứu là mô hình hồi quy phân tích các nhân tố tác động đến biến phụ thuộc, dữ liệu nghiên cứu sẽ là dữ liệu bảng. Dữ liệu bảng có nhiều ưu điểm như dữ liệu chứa nhiều thông tin hơn, ít đa cộng tuyến hơn, nhiều bậc tự do hơn, hiệu quả hơn, không có tính đồng nhất và phát hiện, đo lường tốt hơn các tác động của các biến. Hai mô hình được sử dụng đo lường dữ liệu bảng là mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM). Trong trường hợp mô hình bị khuyết tật, phương pháp GMM sẽ được sử dụng để phân tích. Phương pháp kiểm định Hausman dùng để lựa chọn mô hình FEM hay mô hình REM giải thích hiệu quả hơn mối quan hệ giữa các biến. Cuối cùng, tác giả thực hiện kiểm tra một số khuyết tật của mô hình như sự đa cộng tuyến, tự tương quan, phương sai sai số thay đổi. Nếu phát hiện mô hình có vi phạm sẽ tìm cách khắc phục.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Thống kê mô tả dữ liệu

Qua bảng thống kê mô tả dữ liệu cho thấy được những đặc trưng cơ bản của mẫu dữ liệu như số quan sát, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất và giá trị lớn nhất.

**Bảng 3.** Thống kê mô tả dữ liệu (đơn vị tính %)

Tên biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động dịch vụ	0,072	0,066	-0,15	0,34
Tỷ lệ thu nhập thuần từ hoạt động kinh doanh, đầu tư	0,060	0,121	-0,64	0,58
Tỷ lệ thu nhập thuần từ các hoạt động ngoài lãi khác	0,045	0,062	-0,12	0,48
Tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi	0,186	0,132	0,00	0,81
Quy mô ngân hàng	7,878	0,528	6,47	9,08
Tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản	0,561	0,127	0,19	0,86
Tỷ lệ VCSH trên tổng tài sản	0,109	0,079	0,04	0,94
Tỷ lệ chi phí hoạt động trên tổng tài sản	-0,017	0,006	-0,03	-0,01
Tỷ lệ tiền gửi khách hàng trên tổng nợ phải trả	0,691	0,142	0,04	0,97
Tốc độ tăng trưởng kinh tế	0,060	0,005	0,05	0,07
Tỷ lệ lạm phát	0,084	0,068	0,01	0,23
Tỷ suất lợi nhuận ròng trên tổng tài sản	0,009	0,008	0,01	0,08
Tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu	0,095	0,063	0,01	0,28
Tỷ suất lợi nhuận ròng trên tổng tài sản điều chỉnh rủi ro	2,213	1,751	0,03	8,04
Tỷ suất lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu điều chỉnh rủi ro	2,335	2,311	0,02	12,58

**4.2. Ma trận hệ số tương quan**

Nhằm phân tích từ tổng quát đến cụ thể tác động của thu nhập ngoài lãi thuần nói chung và những thành phần cấu thành nói riêng đến biến phụ thuộc, có tất cả 8 phương trình hồi quy cần nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, giá trị tuyệt đối của hệ số tương quan từng biến tương đối nhỏ và đều nhỏ hơn 0,8. Như vậy, hiện tượng đa cộng tuyến là không xảy ra và dữ liệu phù hợp với mô hình nghiên cứu.

**4.3. Phân tích hồi quy và các kiểm định**

**4.3.1. Kết quả hồi quy**

Kết quả kiểm định Hausman cho thấy, các mô hình được lựa chọn đều là mô hình tác động cố định (FEM). Trong mô hình ROA (mô hình (1), (2)) thì có 7 biến (ICONON, ICOCOM, ICOTRAD, ICOOTH, EQUITY, DTL, INF) có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5%. Trong mô hình ROE (mô hình (3), (4)) thì ngoại trừ biến GDP, ICOOTH thì các biến độc lập còn lại có ý nghĩa thống kê ở các mức 1%, 5% và 10%. Bên cạnh đó, biến TA được xem xét trong mô hình ROE chỉ có ý nghĩa khi xem xét cùng các thành phần của tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi (mô

hình (4)). Ngoài ra, hệ số R-sq cho thấy, mức độ phù hợp của mô hình (1), (2), (3), (4) lần lượt là 31,99%; 35,05%; 26,24% và 27,43%. Giá trị P-value ở 4 mô hình đều nhỏ hơn 0,05.

Đối với mô hình hệ số điều chỉnh của lợi nhuận kinh doanh, kết quả kiểm định Hausman cho thấy, mô hình tác động ngẫu nhiên được lựa chọn đối với mô hình (5), (6), (8) và mô hình tác động cố định được lựa chọn cho mô hình (7). Khi xem xét yếu tố rủi ro trong lợi nhuận kinh doanh thì tỷ lệ thu nhập thuần ngoài lãi khác, tốc độ tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ vốn chủ sở hữu/tổng tài sản không có ý nghĩa. Biến INF có ý nghĩa thống kê ở mức 1% trong mô hình SHROA (mô hình (5), (6)) và chỉ có ý nghĩa SHROE trong mô hình (8). Điều này cũng xảy ra đối biến TA khi xem xét với SHROE. ICOTRAD chỉ có ý nghĩa thống kê ở mức 10% trong mô hình SHROE. Ngoài ra, biến LOAN chỉ có ý nghĩa thống kê ở mức 10% trong mô hình (5). Về hệ số R-sq, mô hình (5), (6), (7), (8) có kết quả lần lượt là 25,67%; 26,08%; 20,57% và 22,36%. Giá trị P-value ở 4 mô hình đều nhỏ hơn 0,05.

#### 4.3.2. Kiểm định các khuyết tật của mô hình

Kết quả xử lý cho thấy, hệ số VIF của các biến độc lập ở tất cả các mô hình đều nhỏ hơn 5. Như vậy, dữ liệu không có xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến. Kết quả chạy kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi ta thấy các giá trị cho thấy, các giá trị P-value đều nhỏ hơn 0,05. Theo lý thuyết thì dữ liệu có xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Vì phạm này khiến cho mô hình không đáng tin cậy. Qua kiểm định tự tương quan của phần dư cho thấy tất cả các giá trị P-value đều nhỏ hơn 0,05. Vì vậy, dữ liệu xảy ra hiện tượng tự tương quan của phần dư ở tất cả các mô hình. Kết quả kiểm định tự tương quan phần dư đơn vị chéo cho mô hình FEM cho thấy, tất cả các giá trị P-value đều lớn hơn 0,05. Vì vậy, dữ liệu không xảy ra hiện tượng tự tương quan phần dư chéo ở mô hình FEM.

#### 4.4. Kết quả mô hình

Các kết quả kiểm định theo phương pháp FEM và REM thì mô hình đều có vi phạm về phương sai sai số thay đổi, tự tương quan của phần dư. Vì vậy, tác giả xử lý các vi phạm này bằng phương pháp hồi quy GMM với hệ số tương quan bậc 1 để thu được mô hình chính xác hơn.

Biến ICOTRAD có ý nghĩa thống kê ở mức 5% và tương quan dương với ROA nhưng không có ý nghĩa đối với ROE. Biến ICONON, ICOCOM có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, 5% đều có tương quan dương với ROA, ROE. Biến ICONON tác động với lợi nhuận nhưng mức độ tác động ít so với các biến độc lập kiểm soát trong mô hình. Xét từng mảng hoạt động kinh doanh thì biến ICOCOM có hệ số hồi quy lớn nhất trong các thành phần của ICONON. Hệ số hồi quy trong mô hình (2) là 0,02 và mô hình (4) là 0,24. Nghĩa là nếu thu ICOCOM tăng lên 1 thì biến phụ thuộc tăng lên lần lượt là 0,02 và 0,24 (mô hình (2), (4)). Đối với hoạt động đầu tư, mô hình (2) cho thấy, hệ số hồi quy của ICOTRAD là 0,01. Hệ số này của hoạt động đầu tư cho thấy mức độ tác động đến lợi nhuận thấp hơn so với mảng dịch vụ. Điều này chứng tỏ phát triển theo hướng sản phẩm dịch vụ đem lại lợi nhuận kinh doanh nhiều cho ngân hàng.

Những biến TA, LOAN, EQUITY, COST, DTL, GDP, INF là biến độc lập đóng vai trò kiểm soát mô hình. Biến LOAN, GDP, INF không có ý nghĩa. Biến COST không có ý nghĩa khi xem xét cùng biến ICONON đối với ROE (mô hình (3)). TA có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và tương quan dương với ROE. Bên cạnh đó, biến EQUITY tương quan dương (mức 5%, 10%) đối với ROA và biến DTL tương quan âm (mức ý nghĩa 1%, 5%) với cả ROA, ROE. Điều này giống với nghiên cứu của Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017).

Biến ICOTRAD, ICOOTH có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 10% đối SHROA nhưng không có ý nghĩa đối với SHROE. Tương tự trong mô hình ROA và ROE, biến ICONON, ICOCOM quan hệ cùng chiều với SHROA, SHROE (mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%). Nhìn chung, mô hình (5) và (7) cho thấy, ICONON mức độ tác động lợi nhuận điều chỉnh rủi ro ít so với những biến độc lập đóng vai trò kiểm soát. Đồng thời, biến ICOCOM vẫn tác động đến lợi nhuận điều chỉnh rủi ro so với các thành phần còn lại của thu nhập ngoài lãi. Bằng chứng là hệ số hồi quy của ICOCOM ở mô hình (6) và (8) lần lượt là 4,70 và 3,42 so với ICOTRAD là 1,06 và 0,72; so với ICOOTH là 1,59 và 1,23. Như vậy, khi xét yếu tố rủi ro thì hoạt động dịch vụ vẫn là nguồn mang lại hiệu quả kinh doanh nhiều hơn so với hoạt động đầu tư và hoạt động khác.

Ngoài ra, biến COST, GDP đều không có ý nghĩa thống kê đối với SHROA, SHROE. TA quan hệ cùng chiều với SHROA, SHROE (mức ý nghĩa 1%, 5%). Biến EQUITY chỉ có ý nghĩa với SHROA khi xét cùng với các thành phần của tỷ lệ thu nhập ngoài ngoài lãi. Biến DTL có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và tương quan nghịch với SHROA, SHROE. Mối tương quan của biến độc lập DTL với biến phụ thuộc giống với nghiên cứu Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017). Ngoài ra, nếu biến LOAN không có ý nghĩa với ROA, ROE nhưng đối với hệ số điều chỉnh của nó thì LOAN có mối quan hệ cùng chiều (mức ý nghĩa 1%, 10%). Biến INF thể hiện quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc trong mô hình (5), (6), (7).

**Bảng 4.** Tổng hợp tương quan của biến độc lập và biến phụ thuộc

	ROA (1)	ROA (2)	ROE (3)	ROE (4)	SHROA (5)	SHROA (6)	SHROE (7)	SHROE (8)
ICONON	+		+		+		+	
ICOCOM		+		+		+		+
ICOTRAD		+				+		
ICOOTH						+		
TA			+	+			+	+
LOAN					+	+	+	+
EQUITY	+	+				+		
COST	-	-		-				
DTL	-	-	-	-	-	-	-	-
GDP								
INF					+	+	+	

**Ghi chú:** - Ô có màu là những biến không được xét trong mô hình; Ô trống là những biến không có ý nghĩa thống kê; Dấu “+” là những biến có ý nghĩa thống kê thể hiện tương quan dương, quan hệ cùng chiều; Dấu “-” là những biến có ý nghĩa thống kê thể hiện tương quan âm, quan hệ ngược chiều.

Như vậy, kết quả mô hình cho thấy, tỷ lệ thu nhập ngoài lãi thuần (ICONON) và các thành phần của nó (ICOCOM, ICOTRAD) tương quan tích cực đến lợi nhuận/lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Trong đó, các hoạt động dịch vụ đóng góp vào lợi nhuận nhiều nhất. Tỷ lệ tiền gửi khách hàng/ tổng dự nợ phải trả (DTL) tương quan âm đối với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Quy mô tài sản (TA) có tương quan dương đến lợi nhuận/lợi nhuận điều chỉnh rủi ro, tỷ lệ dư nợ cho vay/ tổng tài sản (LOAN) chỉ có tương quan dương với lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Tỷ lệ vốn chủ sở hữu/ tổng tài sản (EQUITY) có tương quan dương đến lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro trong một số mô hình. Chi phí hoạt động/ tổng tài sản (COST) tương quan âm với lợi nhuận trong một số mô hình. Tỷ lệ lạm phát (INF) tương quan dương đối với lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Ngoài ra, không tìm thấy tác động của tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP) đối với lợi nhuận ngân hàng.

**5. Kết luận và hàm ý quản trị**

**5.1. Kết luận**

Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô tài sản, tỷ lệ dư nợ cho vay/ tổng tài sản, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản, lạm phát có tác động

cùng chiều với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Ngược lại tỷ lệ chi phí hoạt động/tổng tài sản, tỷ lệ tiền gửi khách hàng/tổng nợ phải trả có tác động ngược chiều với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Quy mô tài sản ngân hàng có tương quan dương đến hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Craigwell và Maxwell (2005), những ngân hàng có quy mô lớn sẽ tận dụng tốt những điều kiện về kinh tế, marketing, bảo mật và những dịch vụ gia tăng cho những khoản vay cá nhân. Nguồn thu phí ngoài lãi từ các dịch vụ, bảo mật khá lớn;

Đối với tỷ lệ dư nợ cho vay/tổng tài sản thì chỉ thể hiện tương quan dương khi lợi nhuận ngân hàng có xét đến yếu tố rủi ro. Như vậy, hoạt động cho vay vẫn mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Tỷ lệ vốn chủ sở hữu/ tổng tài sản có quan hệ cùng chiều với lợi nhuận kinh doanh không điều chỉnh. Tỷ lệ này càng cao cho thấy, vốn chủ sở hữu của ngân hàng càng cao thì lợi nhuận kinh doanh càng lớn. Tỷ lệ tiền gửi khách hàng tổng nợ phải trả có quan hệ ngược chiều với hiệu quả kinh doanh. Kết quả thực nghiệm tương tự của nghiên cứu Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017). Trong giai đoạn nghiên cứu, ngân hàng thương mại



xây chính sách lãi suất thu hút kỳ hạn tiền gửi không phù hợp. Tình trạng lãi suất một số ngân hàng thương mại nhỏ cao, ưu đãi lãi suất tại một số ngân hàng thương mại lớn cho những khoản tiền gửi có kỳ hạn gây giảm lợi nhuận ngân hàng.

Chi phí hoạt động là nhân tố làm giảm lợi nhuận ngân hàng. Điều này thể hiện qua nghiên cứu thực nghiệm chứng minh mối quan hệ giữa tỷ lệ chi phí hoạt động/ tổng tài sản có quan hệ ngược chiều với lợi nhuận ngân hàng. Yếu tố làm phát qua kiểm chứng thực nghiệm chỉ tác động đến lợi nhuận ngân hàng có điều chỉnh rủi ro. Ngoài ra, không tìm thấy mối quan hệ của GDP với hiệu quả kinh doanh ngân hàng tương tự nghiên cứu của Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015). Tức là chu kỳ kinh tế không tác động nhiều đến hiệu quả kinh doanh của ngân hàng thương mại trong giai đoạn nghiên cứu.

Như vậy, kết quả nghiên cứu thực nghiệm tác động của thu nhập ngoài lãi đến lợi nhuận kinh doanh của ngân hàng thương mại giai đoạn này chỉ ra rằng, thu nhập thuần ngoài lãi bình quân chiếm hơn 10% của thu nhập hoạt động thuần và việc tăng cường hoạt động kinh doanh ngoài lãi sẽ gia tăng hiệu quả kinh doanh của ngân hàng thương mại. Mức độ tác động của những thành phần của hoạt động kinh doanh ngoài lãi đến lợi nhuận theo thứ tự từ nhiều đến ít theo thứ tự: dịch vụ, đầu tư và khác. Những hoạt động kinh doanh dịch vụ mang lại nguồn thu cao và ổn định. Những hoạt động kinh doanh đầu tư tìm ẩn rủi ro nhưng nếu ngân hàng thương mại có tận dụng thời cơ và phương án kinh doanh phù hợp thì sẽ mang lại nguồn lợi lớn. Những hoạt động kinh doanh khác có chiếm tỷ lệ thu nhập nhỏ không đáng kể. Đối với những yếu tố khác, tác giả cũng tìm thấy mối tương quan của một số yếu tố đến hiệu quả kinh doanh của ngân hàng thương mại. Quy mô tài sản, tỷ lệ dư nợ cho vay/ tổng tài sản, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản, lạm phát có tác động cùng chiều với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro. Ngược lại, tỷ lệ chi phí hoạt động/tổng tài sản, tỷ lệ tiền gửi khách hàng/tổng nợ phải trả có tác động ngược chiều với lợi nhuận/ lợi nhuận điều chỉnh rủi ro.

## 5.2. Hàm ý quản trị

Căn cứ vào kết quả nghiên cứu, bài viết đưa ra một số kiến nghị để gia tăng thu nhập ngoài lãi, từ đó sẽ làm lợi nhuận của ngân hàng thương mại tăng lên. Cụ thể như sau:

*Thứ nhất:* Tập trung phát triển sản phẩm, dịch vụ phi tín dụng: các ngân hàng nên tiên phong trong việc cung ứng những sản phẩm, dịch vụ mới để thu hút khách hàng gia tăng nền khách hàng của ngân hàng. Xây dựng bộ phận nghiên cứu phát triển những sản phẩm, dịch vụ mới chưa có ở Việt Nam nhưng sản phẩm, dịch vụ này đã phát triển hiệu quả tại những nước khác. Đồng thời, ngân hàng cũng nên xem xét giảm bớt sự lệ thuộc với nhà cung cấp trung gian của những sản phẩm dịch vụ hiện có nhằm giảm chi phí và gia tăng nguồn thu nhập phí dịch vụ từ khách hàng;

*Thứ hai:* Xây dựng chiến lược, kế hoạch đầu tư thông minh: cần theo dõi vào cập nhật tình hình kinh tế- chính trị-xã hội thường xuyên để thay đổi việc đầu tư kịp thời, đa dạng hóa danh mục đầu tư tránh bỏ trứng trong cùng một giỏ.

*Thứ ba:* Kiểm soát tốt hoạt động tín dụng: cần có chính sách cho vay hợp lý, kiểm tra khoản vay thường xuyên để giảm sự gia tăng của nợ xấu. Đối với những khoản nợ xấu hiện có, ngân hàng cần xem xét các khoản vay có đủ điều kiện cơ cấu lại nợ không, tích cực đôn đốc thu hồi nợ xấu. Nếu kiểm soát tốt hoạt động tín dụng sẽ giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro không thu hồi nợ, giảm bớt tỷ lệ trích nợ dự phòng từ đó sẽ làm không làm giảm lợi nhuận.

*Thứ tư:* Quản lý tốt chi phí hoạt động: xây dựng chính sách tuyển dụng, chính sách lương phù hợp với hiệu suất lao động của từng cán bộ. Thêm vào đó, hạn chế mở rộng thêm chi nhánh, phòng giao dịch dẫn đến sự chồng chéo, cạnh tranh trong chính nội bộ và gia tăng chi phí hoạt động.

*Thứ năm:* Chính sách huy động vốn phù hợp: xây dựng chính sách lãi suất phù hợp, thay đổi chính sách đúng lúc đúng thời điểm. Ngân hàng nên tận dụng tốt nguồn tiền gửi không kỳ hạn của khách hàng với lãi suất huy động thấp để thu lại lợi nhuận cao. Ngân hàng thương mại cần xây dựng chính sách lãi suất linh động đối với tiền gửi không kỳ hạn để thu hút khách

hàng. Xây dựng được chính sách huy động vốn phù hợp sẽ giúp ngân hàng có chi phí sử dụng vốn hợp lý.

*Thứ sáu:* Gia tăng vốn chủ sở hữu: các ngân hàng có thể tính đến phương án niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán trong và ngoài nước; Xây dựng chính sách giữ lại lợi nhuận để tăng vốn; Lựa chọn đối tác ngân hàng nước ngoài uy tín bán cổ phần để gia tăng vốn và học hỏi công nghệ tiên tiến về sản phẩm, dịch vụ phi tín dụng từ họ.

*Thứ bảy:* Gia tăng tổng tài sản nhưng có kiểm soát: xác định mức tăng trưởng tín dụng phù hợp cho từng năm dựa trên nhu cầu và nguồn lực của ngân hàng, tập trung nhiều hơn cho nghiệp vụ huy động vốn, tập trung vào các loại hình sản phẩm và các tiện ích tối đa cho khách hàng gửi tiền.

*Thứ tám:* Áp dụng công nghệ hiện đại: xu hướng số hóa trong hoạt động ngân hàng đang phát triển rất mạnh. Việc công nghệ thông tin phát triển mạnh sẽ giúp ngân hàng phát triển sản phẩm, dịch vụ mới, cải tiến, nâng cấp chất lượng sản phẩm, dịch vụ hiện có. Vì vậy, đầu tư công nghệ hiện đại sẽ giúp ngân hàng giải

quyết bài toán khó về việc không cần mở rộng địa bàn kinh doanh vẫn thu hút được khách hàng sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Điều này sẽ giúp ngân hàng giảm chi phí lương, thuê mặt bằng, gia tăng thu phí dịch vụ.

*Thứ chín:* Xây dựng hệ thống đào tạo nghiệp vụ: xây dựng những chương trình đào tạo về kỹ năng giao tiếp, chăm sóc khách hàng, phát triển khách hàng. Nhân viên tốt cả kỹ năng và nghiệp vụ là một lợi thế giúp ngân hàng gia tăng và giữ khách hàng. Nếu khách hàng càng lớn ngân hàng sẽ thu được nhiều phí dịch vụ từ đó gia tăng lợi nhuận. Ngoài ra, nhân viên tốt cả kỹ năng và nghiệp vụ là kiểm soát tốt các khoản vay giảm thiểu phần nào khả năng nợ xấu gia tăng. Việc này sẽ giúp ngân hàng giảm thiểu việc trích lập dự phòng và giảm sự giảm của lợi nhuận ngân hàng.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Do hạn chế về thời gian nghiên cứu, nguồn dữ liệu không đầy đủ nên bài viết chỉ tiến hành phân tích dữ liệu của 22 ngân hàng thương mại Việt Nam. Ngoài ra, các kiến nghị mang tính tổng quát, chưa được tính toán để phối hợp các kiến nghị như thế nào để đưa ra kết quả tốt nhất.

### Tài liệu tham khảo

- Abedifar, P., Molyneux, P., & Tarazi, A. (2018). Non-interest income and bank lending. *Journal of Banking and Finance*, 87(C), 411-426. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.11.003>
- Ahamed, M. M. (2017). Asset quality, non-interest income, and bank profitability: Evidence from Indian banks. *Economic Modelling*, 63, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.01.016>
- Ahmad, N., Naveed, A., Ahmad, S., & Butt, I. (2020). Banking sector performance, profitability, and efficiency: a citation-based systematic literature review. *Journal of Economic Surveys*, 34(1), 185-218. <https://doi.org/10.1111/joes.12346>.This
- Ali, M., & Puah, C. H. (2019). The internal determinants of bank profitability and stability: An insight from banking sector of Pakistan. *Management Research Review*, 42(1), 49-67. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0103>
- Chiorazzo, V., Milani, C., & Salvini, F. (2008). Income diversification and bank performance: Evidence from Italian banks. *Journal of Financial Services Research*, 33(3), 181-203. <https://doi.org/10.1007/s10693-008-0029-4>
- Craigwell, R., & Maxwell, C. (2005). Non-interest income and financial performance at commercial banks in the Caribbean. In *Research Department, Central Bank of Barbados, cited from www.ccmf-uwi.org/files/publications/conference/898.pdf on April* (Vol. 10, p. 2012).
- Finishtya, F. C. (2019). the Role of Cash Flow of Operational, Profitability, and Financial Leverage in Predicting Financial Distress on Manufacturing Company in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 110-117. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.12>
- Fred Nelson, O. N. (2020). The Impact of Credit Risk Management on the Profitability of a Commercial Bank: The Case of BGFIBank Congo. *International Journal of Economics and Finance*, 12(3), 21-29. <https://doi.org/10.5539/ijef.v12n3p21>
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 46(6), 1251-1271.
- Hunjra, A. I., Zureigat, Q., Tayachi, T., & Mehmood, R. (2020). Impact of non-interest income and revenue concentration on bank risk in South Asia. *Banks and Bank Systems*, 15(4), 15-25. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(4\).2020.02](https://doi.org/10.21511/bbs.15(4).2020.02)

- Klein, P. G., & Saldenberg, M. R. (1998). Diversification, organization, and efficiency: Evidence from bank holding companies. *Organization, and Efficiency: Evidence from Bank Holding Companies (May 1998)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.98653>
- Klein, P. G., & Saldenberg, M. R. (2010). Organizational structure and the diversification discount: Evidence from commercial banking. *Journal of Industrial Economics*, 58(1), 127-155. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6451.2010.00409.x>
- Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017). Ảnh hưởng của thu nhập ngoài lãi đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2006-2016. *Tạp chí Ngân hàng*, 9. <https://tinyurl.com/29fcbym>
- Lepetit, L., Nys, E., Rous, P., & Tarazi, A. (2008). Bank income structure and risk: An empirical analysis of European banks. *Journal of Banking and Finance*, 32(8), 1452-1467.
- Meslier, C., Tacneng, R., & Tarazi, A. (2014). Is bank income diversification beneficial? Evidence from an emerging economy. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 31(1), 97-126. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2014.03.007>
- O'Connell, M. (2022). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability: evidence from the UK. *Studies in Economics and Finance*. <https://doi.org/10.1108/SEF-10-2021-0413>
- Hanif, M., Tariq, M., & Tahir, A. (2012). Comparative performance study of conventional and Islamic banking in Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*, (83), 62-72.
- Hoàng Ngọc Tiến và Võ Thị Hiền (2010). Trao đổi về phương pháp tính tỷ lệ thu nhập ngoài tín dụng của ngân hàng thương mại. *Tạp chí Công nghệ ngân hàng*, 48, 36-39.
- Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015). Đa dạng hóa thu nhập và các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các Ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*, 106+107, 13-24.
- Pennathur, A., & Vishwasrao, S. (2014). The financial crisis and bank-client relationships: Foreign ownership, transparency, and portfolio selection. *Journal of Banking and Finance*, 42(1), 232-246. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.11.026>
- Stiroh, K. (2004). Diversification in Banking: Is Noninterest Income the Answer? *Journal of Money, Credit and Banking*, 36(5), 853-882. <http://www.jstor.org/stable/3839138>
- Võ Xuân Vinh và Trần Thị Phương Mai (2015). Lợi nhuận và rủi ro từ đa dạng hóa thu nhập của ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 26(8), 54-70.
- Wooldridge, J. M. (2003). Cluster-sample methods in applied econometrics. *American Economic Review*, 93(2), 133-138.



## DETERMINANTS AFFECTING THE PROFITABILITY OF COMMERCIAL BANKS LISTED ON THE STOCK MARKET OF VIETNAM

Ho Thi Lam<sup>1\*</sup>, Nguyen Ngoc Hoang Anh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>University of Finance – Marketing

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.252</p> <p><i>Received:</i> March 25, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> July 20, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Profitability; Commercial bank; FGLS.</p>	<p>This study aims to examine the impact of factors affecting the profitability of 25 commercial banks listed on the Vietnamese stock market in the period from 2010 to 2020. The results of the Feasible Generalized Least Square (FGLS) show that bank size, liquidity risk, economic growth, and inflation positively impact profitability. In contrast, cost-to-income, financial leverage, and credit risk have negative impacts on the profitability of Vietnamese commercial banks. From the results, we suggest several policy implications to help banks improve profitability, including increasing size and liquidity, controlling the use of financial leverage, and strengthening loan supervision and cost management. Bank profitability is not only affected by internal factors but also by external factors. The macroeconomic environment, such as economic growth and inflation, affects a bank's profitability. Therefore, to increase profitability, commercial banks need to focus on not only controlling internal factors but also based on the external macroeconomic situation to make appropriate adjustments.</p>

\*Corresponding author:

Email: [holam@ufm.edu.vn](mailto:holam@ufm.edu.vn)



## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Hồ Thị Lam<sup>1\*</sup>, Nguyễn Ngọc Hoàng Anh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.252</p> <p>Ngày nhận: 25/03/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 20/07/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Khả năng sinh lời; Ngân hàng thương mại; FGLS.</p>	<p>Bài nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2020. Sử dụng mô hình bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS), kết quả cho thấy, quy mô ngân hàng, rủi ro thanh khoản, tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, lạm phát có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời. Ngược lại, chi phí trên thu nhập, đòn bẩy tài chính, rủi ro tín dụng có tác động ngược chiều đến khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Từ kết quả nghiên cứu, chúng tôi gợi ý một số các hàm ý chính sách bao gồm gia tăng quy mô, tăng tính thanh khoản, kiểm soát mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính, tăng cường giám sát khoản vay và quản lý chi phí để giúp các ngân hàng cải thiện khả năng sinh lời. Đồng thời, khả năng sinh lời của ngân hàng không chỉ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên trong ngân hàng mà còn bị ảnh hưởng bởi yếu tố bên ngoài ngân hàng. Môi trường kinh tế vĩ mô thay đổi sẽ ảnh hưởng đáng kể đến khả năng sinh lợi của ngân hàng. Do đó, để gia tăng khả năng sinh lợi, các ngân hàng thương mại cần chú trọng kiểm soát yếu tố bên trong đồng thời dựa trên tình hình kinh tế vĩ mô bên ngoài để có những điều chỉnh phù hợp.</p>

### 1. Giới thiệu

Trong quá trình xây dựng và phát triển kinh tế ở các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, ngân hàng luôn đóng một vai trò rất quan trọng trong việc tài trợ vốn cho các doanh nghiệp, cũng như hỗ trợ cho nhà nước trong việc ổn định và phát triển của thị trường tiền tệ nhằm mục tiêu kiểm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô. Có thể nói rằng, sức khỏe của nền kinh tế

quốc gia liên quan đến sự lành mạnh của hệ thống ngân hàng trong nước. Một số lượng lớn các cơ quan nghiên cứu học thuật trên nhiều quốc gia đã chứng tỏ rằng một khu vực ngân hàng phát triển cao đóng vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Hệ thống ngân hàng như “trái tim” trong cơ cấu kinh tế và nguồn vốn cung cấp từ ngân hàng đóng vai trò là “mạch máu” nuôi dưỡng nền kinh tế. Một hệ thống ngân hàng yếu kém có thể dẫn đến thảm họa lớn cho bất kỳ hệ thống tài chính nào. Điều này đã được chứng minh trong các cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997 hay 2008, khi không

\*Tác giả liên hệ:

Email: [holam@ufm.edu.vn](mailto:holam@ufm.edu.vn)

chỉ hệ thống ngân hàng của các quốc gia khủng hoảng sụp đổ mà cả hệ thống tài chính của đất nước cũng đang bị áp lực. Do đó, phát triển một hệ thống ngân hàng lành mạnh và hiệu quả là vấn đề quan tâm lớn của các quốc gia cho đến ngày nay.

Hệ thống tài chính của Việt Nam là một hệ thống tài chính dựa trên ngân hàng với sự tồn tại lâu đời và vai trò to lớn của các ngân hàng trong cung ứng vốn cho nền kinh tế. Với bối cảnh dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp bắt đầu vào cuối năm 2019 và đầu năm 2020 đến nay đã ảnh hưởng rất lớn đến mọi mặt từ sức khoẻ, kinh tế, đời sống - xã hội, và ngành ngân hàng cũng bị tác động không nhỏ. Nhờ vào việc đẩy mạnh phát triển công nghệ số trong thời kỳ 4.0 giúp phát triển nhiều dòng sản phẩm tiện ích, đảm bảo các giao dịch luôn diễn ra liên tục, duy trì tính ổn định cao, tiết kiệm được nhiều thời gian chi phí cũng như đảm bảo an toàn và mang về lợi nhuận tích cực đã giúp hệ thống ngân hàng vượt qua được phần nào khó khăn từ khủng hoảng. Tuy nhiên, với mức độ toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế ngày càng gia tăng, các ngân hàng không chỉ phải đối mặt với rủi ro bên trong mà còn bị ảnh hưởng bởi các rủi ro bên ngoài. Do đó, các ngân hàng thương mại nói riêng và các tổ chức tài chính nói chung ngày càng quan tâm đến khả năng sinh lợi và hiệu quả hoạt động, điều mà họ có thể kiểm soát được, để có thể đứng vững trong thị trường.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại ở Việt Nam, nhằm đưa ra một số hàm ý chính sách hữu ích đối với các nhà quản trị ngân hàng để gia tăng khả năng sinh lợi. Phần còn lại của bài nghiên cứu được cấu trúc như sau: phần tiếp theo chúng tôi cung cấp tổng quan các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm về tác động của các yếu tố đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại. Phương pháp nghiên cứu bao gồm mô hình và dữ liệu được trình bày ở phần 3. Phần 4 thể hiện kết quả nghiên cứu và cuối cùng phần 5 chúng tôi kết luận và trình bày một số hàm ý chính sách từ kết quả nghiên cứu.

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

Khả năng sinh lời (profitability) là sự chênh lệch giữa chi phí và doanh thu trong một khoản thời gian cố định, thường là một năm tài chính (Heibati và cộng sự, 2009). Có thể hiểu rằng, khả năng sinh lợi là khả năng của một ngân hàng tạo ra thu nhập từ việc sử dụng các nguồn lực có sẵn nhằm bù đắp cho các chi phí bỏ ra cho nhu cầu tăng trưởng và mở rộng. Khả năng sinh lợi được xem là một chỉ số quan trọng để có thể đánh giá hiệu quả quản lý của ngân hàng. Trong hoạt động ngân hàng, tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản (ROA) và tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu (ROE) thường được sử dụng để đánh giá khả năng sinh lợi của ngân hàng. ROE đo lường tỷ lệ thu nhập cho các cổ đông của ngân hàng. Chỉ số này được các cổ đông quan tâm vì nó thể hiện thu nhập mà họ nhận được từ việc đầu tư vào ngân hàng, hay nói cách khác, nó đánh giá khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu. Ngược lại, ROA chỉ ra khả năng của hội đồng quản trị chuyển tài sản của ngân hàng thành thu nhập ròng. Đây là công cụ đo lường tính hiệu quả của việc phân bổ vốn và quản lý các nguồn lực của ngân hàng và đánh giá khả năng sinh lợi của tài sản. Ngoài hai chỉ tiêu phổ biến là ROA và ROE, khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại còn được đo lường thông qua chỉ tiêu Tỷ lệ thu nhập lãi cận biên (NIM). Tỷ lệ thu nhập lãi cận biên hay còn gọi là lợi suất ròng trên tài sản sinh lãi (Net Interest Margin) là thước đo mức độ chênh lệch giữa thu nhập từ lãi và chi phí mà ngân hàng có thể đạt được thông qua hoạt động kiểm soát chặt chẽ tài sản sản sinh lời và tìm kiếm nguồn vốn có chi phí thấp. Tỷ lệ thu nhập lãi cận biên dự báo và cho thấy được khả năng sinh lời trong hoạt động tín dụng của ngân hàng.

Đã có nhiều nghiên cứu phân tích các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các ngân hàng với nhiều cách tiếp cận khác nhau. Short (1979) và Bourke (1989) là các nghiên cứu tiên phong về khả năng sinh lời của ngân hàng, sau đó nhiều nghiên cứu khác nhau đã được triển khai để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động cũng như khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại. Một số nghiên cứu được thực hiện xuyên quốc gia, chẳng hạn như nghiên cứu của Borio và cộng sự (2017)

đã sử dụng dữ liệu của 109 ngân hàng quốc tế lớn có trụ sở chính tại 14 nền kinh tế tiên tiến lớn trong giai đoạn từ năm 1995 đến 2012, hay nghiên cứu của Halkos và Georgiou (2005) sử dụng dữ liệu bảng của các ngân hàng thương mại từ khu vực ngân hàng Tây Âu. Tuy nhiên, một số nhà nghiên cứu lại tập trung vào các hệ thống ngân hàng thương mại của các quốc gia riêng lẻ. Ví dụ như, Berger (1995), Angbazo (1997) đã nghiên cứu và giải thích khả năng sinh lời của ngân hàng ở Hoa Kỳ, Colombia (Barajas và cộng sự, 1999), Thụy Sĩ (Dietrich & Wanzenried, 2009), Malaysia (Guru và cộng sự, 1999), Hy Lạp (Mamatzakis & Remoundos, 2003), Bồ Đào Nha (Barros & Borges, 2011), Thổ Nhĩ Kỳ (Alper & Anbar, 2011), Ethiopia (Abate & Mesfin, 2019), Việt Nam (Nguyễn Thị Thu Hiền, 2016; Hồ Thị Hồng Minh & Nguyễn Thị Cành, 2015; Nguyễn Phạm Nhã Trúc & Nguyễn Phạm Thiên Thanh, 2016).

Berger (1995) đã nghiên cứu mối quan hệ giữa tỷ lệ tài sản trên vốn và tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu của các ngân hàng Hoa Kỳ trong khoảng thời gian 1983-1992 và tìm ra mối quan hệ cùng chiều giữa hai biến. Angbazo (1997) đã kiểm tra biên lãi ròng của ngân hàng Hoa Kỳ và thấy rằng hiệu quả quản lý, chi phí cơ hội của dự trữ không chịu lãi suất, rủi ro vỡ nợ và đòn bẩy có liên quan cùng chiều với biên lãi suất ngân hàng trong giai đoạn 1989-2003. Trong trường hợp của Colombia, Barajas và cộng sự (1999) đã nghiên cứu tác động của tự do hoá tài chính đối với biên lãi suất của ngân hàng. Sau khi tự do hoá, chất lượng các khoản vay đã được cải thiện và biên lãi suất chung không giảm, mối tương quan của các yếu tố khác nhau đằng sau biên lãi suất ngân hàng đã bị ảnh hưởng bởi các biện pháp này. Guru và cộng sự (1999) đã nghiên cứu một mẫu gồm 17 ngân hàng thương mại tại Malaysia trong giai đoạn 1986 đến 1995. Trong nghiên cứu này, người ta thấy rằng, quản lý chi phí hiệu quả là một trong những yếu tố quan trọng nhất để giải thích khả năng sinh lời của ngân hàng và lạm phát thấp được coi là có tác động đến hoạt động của ngân hàng.

Mamatzakis và Remoundos (2003) chỉ ra rằng, các biến liên quan trực tiếp đến hoạch định chiến lược của ngân hàng (tức là chi phí nhân sự, tỷ lệ vốn vay trên tài sản, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tài sản) là những biến chủ yếu

giải thích khả năng sinh lời. Họ báo cáo rằng lợi thế theo quy mô đóng một vai trò quan trọng trên thị trường và có tác động tích cực đến lợi nhuận. Mamatzakis và Remoundos (2003) cũng nhận thấy rằng, quy mô của thị trường, một biến số bên ngoài, được xác định bởi nguồn cung tiền, ảnh hưởng đáng kể đến khả năng sinh lời. Nghiên cứu ở Thụy Sĩ của Dietrich và Wanzenried (2009) đã cho thấy sự khác biệt đáng kể về khả năng sinh lời giữa các ngân hàng thương mại. Sự khác biệt này có thể giải thích được bởi các yếu tố khi đưa vào và phân tích. Có thể thấy rằng, các ngân hàng có lợi hơn dường như sẽ có vốn hoá tốt hơn. Trong trường hợp khối lượng cho vay của ngân hàng tăng nhanh hơn thị trường thì tác động tích cực đến lợi nhuận của ngân hàng. Tác giả nhận thấy rằng, tỷ trọng thu nhập lãi cao hơn sẽ ít sinh lời hơn và các biến tăng trưởng là yếu tố quan trọng nhất GDP có ảnh hưởng tích cực đến lợi nhuận của ngân hàng, thuế suất hiệu dụng và tỷ lệ tập trung thị trường là hai biến có tác động tiêu cực đáng kể đến lợi nhuận của ngân hàng tại Thụy Sĩ.

Alper và Anbar (2011) đã thực hiện nghiên cứu khả năng sinh lời dựa trên tỷ suất sinh lợi trên tài sản và tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu của 10 ngân hàng ở Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn từ năm 2002-2010. Kết quả thu được quy mô tài sản có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến khả năng sinh lời của ngân hàng và điều này cho thấy khi các ngân hàng có vốn lớn sẽ có ROA, ROE cao hơn so với những ngân hàng có vốn nhỏ hơn. Các chỉ số về chất lượng tài sản có ảnh hưởng tiêu cực, đáng kể đến tỷ suất sinh lợi trên tài sản và khối lượng tín dụng, chất lượng tài sản có tác động tiêu cực đến khả năng sinh lời mặc dù các khoản vay được kỳ vọng sẽ là nguồn thu và có tác động tích cực đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Tuy nhiên, tác giả cho thấy rằng, khoản cho vay và khả năng sinh lời có mối quan hệ tiêu cực. Thu nhập không chịu lãi có ảnh hưởng tích cực đến ROA, cho thấy sự đa dạng hoá trong hoạt động kinh doanh lớn sẽ đem lại khả năng sinh lợi cao. Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu có ảnh hưởng tích cực bởi lãi suất vì khi lãi suất thực tế cao, khả năng sinh lợi sẽ tăng cùng chiều.

Abate và Mesfin (2019) trong nghiên cứu tại Ethiopia đã áp dụng phân tích dữ liệu bảng với

9 ngân hàng thương mại trong giai đoạn 2007-2016 và cho thấy mức độ an toàn vốn, đòn bẩy, tính thanh khoản và quyền sở hữu có mối quan hệ tích cực đối với khả năng sinh lời của ngân hàng. Ngược lại, GDP, lạm phát và lãi suất lại có mối quan hệ tiêu cực và có ý nghĩa thống kê đối với khả năng sinh lời. Tuy nhiên, các biến về quy mô ngân hàng và số lượng chi nhánh lại được cho là không có ý nghĩa thống kê. Bunyaminu và cộng sự (2021) xem xét tác động của đòn bẩy tài chính đối với khả năng sinh lời của các ngân hàng được tái cấp vốn ở Ghana và báo cáo rằng, đòn bẩy tài chính tác động tiêu cực đáng kể đến lợi nhuận của các ngân hàng bất kể mức độ lợi nhuận như thế nào. Kết quả cũng xác nhận quy mô ngân hàng tác động tích cực đáng kể đến khả năng sinh lời. Hasan và cộng sự (2020) nghiên cứu về các yếu tố tác động đến lợi nhuận ngân hàng ở Indonesia thông qua hai chỉ tiêu ROA và ROE, cho thấy biên lãi ròng, tỷ lệ chi phí hoạt động trên lợi nhuận hoạt động, tỷ lệ đủ vốn và tỷ lệ cho vay trên tiền gửi ảnh hưởng đáng kể đến khả năng sinh lời của ngân hàng.

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cành (2015) tập trung vào yếu tố đa dạng hóa thu nhập kết hợp các biến đặc trưng ngân hàng như cấu trúc tài sản, chất lượng tài sản, an toàn vốn, cấu trúc nợ, hiệu quả hoạt động, quy mô và biến vĩ mô là GDP khi phân tích khả năng sinh lời các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu cho thấy, các biến đa dạng hóa thu nhập, cho vay trên tài sản, tỷ lệ tiền gửi khách hàng, lạm phát đều có tương quan thuận, trong khi đó nợ xấu, vốn chủ sở hữu trên tài sản và chi phí hoạt động trên thu nhập có tương quan nghịch đến khả năng sinh lời. Nghiên cứu không tìm thấy bằng chứng về tác động của quy mô tài sản và tốc độ tăng trưởng kinh tế. Nguyễn Phạm Nhã Trúc và Nguyễn Phạm Thiên Thanh (2016) cho thấy, quy mô và chi phí hoạt động trên tài sản ảnh hưởng cùng chiều, trong khi đó hệ số an toàn vốn ảnh hưởng ngược chiều đến khả năng sinh lời của ngân hàng.

Nhìn chung, mặc dù nhiều công trình nghiên cứu về khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại được công bố với kết quả nghiên cứu về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến khả năng sinh lời của các ngân hàng mâu thuẫn

đối với các nước khác nhau và trong những thời điểm khác nhau. Tại Việt Nam, vấn đề đánh giá khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại cũng được quan tâm nhưng còn ít công trình có giá trị, hơn nữa, đa phần các nghiên cứu tiếp cận theo phương pháp định tính hoặc bó hẹp trong một hay một vài ngân hàng hoặc nghiên cứu trong thời gian ngắn, bỏ qua giai đoạn gần đây khi thị trường có nhiều biến động, đặc biệt là sự bùng phát của dịch bệnh. Trong khi đó, các nghiên cứu định lượng gặp khó khăn trong việc tiếp cận biến. Do vậy, nghiên cứu này đặt mục tiêu phân tích các nhân tố tác động tới khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam để phác họa một bức tranh đầy đủ về vấn đề này, qua đó hỗ trợ các nhà quản trị ngân hàng trong việc đưa ra các quyết định điều hành đúng đắn.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Để đánh giá tác động của các yếu tố đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam, chúng tôi xây dựng mô hình hồi quy như sau:

$$\text{Khả năng sinh lời}_{i,t} = \alpha + \beta k_{i,t} + \beta cX_t + \varepsilon_{i,t}$$

Trong đó,  $k_{i,t}$  là vector các biến thể hiện các đặc điểm bên trong của ngân hàng  $i$  tại thời điểm  $t$  và  $X_t$  là vector các biến thể hiện các đặc điểm bên ngoài của ngân hàng tại thời điểm  $t$ . Từ việc tham khảo các nghiên cứu đi trước cũng như do giới hạn trong tiếp cận dữ liệu, chúng tôi lựa chọn các biến đưa vào mô hình nghiên cứu như sau:

**Khả năng sinh lời:** Khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại được Rose và Hudgins (2012) định nghĩa là thu nhập sau thuế hoặc thu nhập ròng của ngân hàng (thường là chia cho một thước đo quy mô ngân hàng). Có nhiều cách đo lường khả năng sinh lời của ngân hàng. Chỉ số tài chính được coi là những phương pháp được sử dụng chung nhất (Mamatzakis & Remoundos, 2003). Các tỷ số tài chính cho phép chúng tôi phân tích và giải thích dữ liệu tài chính ngân hàng và thông tin kế toán cung cấp cho chúng tôi hiểu biết sâu hơn về tình hình tài chính ngân hàng và giúp chúng tôi đánh giá hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Hơn nữa,



các tỷ lệ tài chính cho phép chúng tôi thực hiện so sánh giữa các ngân hàng có quy mô khác nhau và tỷ lệ trung bình của ngành. Có nhiều tỷ số tài chính có thể được sử dụng để đánh giá hiệu quả hoạt động sinh lời của ngân hàng. Nhiều nghiên cứu khác nhau đã sử dụng các tỷ lệ tài chính được đề xuất như Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) và Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) để phản ánh khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại (Sufian & Habibullah, 2009; Alper & Anbar, 2011). Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng ROA và ROE để đo lường khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

*Quy mô ngân hàng (Size):* Trong hầu hết các lý thuyết về tài chính, tài sản của ngân hàng được xem như là đại lượng để đo lường quy mô của ngân hàng và được tính bằng Logarit của tổng tài sản. Một số tác giả đã nhấn mạnh tính kinh tế gắn liền với quy mô tức hầu hết các ngân hàng có quy mô lớn sẽ có khả năng sinh lời cao hơn so với các ngân hàng có quy mô nhỏ hơn do giảm thiểu được chi phí tương đối (Demirgüç-Kunt & Huizinga, 1999, Mamatzakis & Remoundos, 2003; Athanasoglou và cộng sự, 2006). Tuy nhiên, quy mô ngân hàng quá lớn cũng có thể gây ra tác động tiêu cực đến khả năng sinh lợi do tính quan liêu, khó khăn trong quản lý và một số yếu tố khác.

*Giả thuyết H1: Size tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Đòn bẩy tài chính (DFL):* Sử dụng đòn bẩy tài chính (sử dụng nợ) trong kinh doanh được nhiều nhà đầu tư hiểu như là một kỹ thuật đòn bẩy tác động đến sự gia tăng lợi nhuận. Mối quan hệ giữa ROA và ROE có thể được thể hiện bằng  $ROE = ROA \times (\text{Tài sản}/\text{Vốn chủ sở hữu})$ ; tỷ lệ tài sản trên vốn chủ sở hữu là một phép đo của đòn bẩy tài chính. Từ mối quan hệ này cho thấy đòn bẩy tài chính càng cao dẫn đến ROE càng cao. Tuy nhiên, việc sử dụng đòn bẩy cao sẽ gia tăng áp lực trả nợ, tiềm ẩn những rủi ro, chi phí phá sản và có ảnh hưởng đến loại, quy mô và giá của các quỹ tài trợ trong bối cảnh hoạt động kinh doanh trong tương lai gần. Vì vậy, tác động của đòn bẩy lên khả năng sinh lợi của ngân hàng là không rõ ràng.

*Giả thuyết H2: DFL tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Tính thanh khoản (LQR):* Thanh khoản là khả năng ngân hàng đáp ứng ngay các nghĩa vụ đáo hạn và các nhu cầu cho vay mới. Maness và Zietlow (2005) nêu bật ba thành phần của tính thanh khoản – số lượng, thời gian và chi phí. Số lượng phản ánh số lượng tài nguyên mà một ngân hàng phải thực hiện nghĩa vụ của mình. Thời gian phản ánh khoảng thời gian mà một công ty cần chuyển tài sản của mình thành tiền mặt. Chi phí phản ánh các chi phí bổ sung xuất hiện trong quá trình một ngân hàng chuyển tài sản của mình thành tiền mặt. Tính thanh khoản đóng một vai trò quan trọng trong sự ổn định hoạt động của một ngân hàng; các ngân hàng có tài sản thanh khoản kém gặp khó khăn khi đối mặt với nợ ngắn hạn. Tuy nhiên, tính thanh khoản càng cao cho thấy các ngân hàng đang lỏng hơn; ngân hàng có thể mất các hoạt động đầu tư sinh lời và có thể dẫn đến lợi nhuận thấp hơn. Các nghiên cứu trước đây đã sử dụng Tỷ lệ tiền mặt và các khoản tương đương tiền trên tổng tài sản hoặc tổng nợ phải trả để đại diện cho tính thanh khoản (Doliente, 2005). Điều này được hiểu rằng, các ngân hàng có lượng tiền mặt cao hơn và tỷ lệ tiền mặt cao hơn sẽ có tính thanh khoản cao hơn. Tính thanh khoản phù hợp là sự đảm bảo cho sự ổn định của hoạt động ngân hàng và biện pháp chính để ngăn chặn rủi ro ngân hàng xảy ra khi một số lượng lớn khách hàng của ngân hàng rút tiền gửi đồng thời. Acaravci và Calim (2013) phát hiện ra rằng, tính thanh khoản tác động tiêu cực đến lợi nhuận của ngân hàng.

*Giả thuyết H3: LQR tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Chất lượng tín dụng (CR):* Chất lượng tín dụng là một yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngân hàng. Tỷ lệ nợ xấu cao có thể dẫn đến phá sản ngân hàng. Quỹ Tiền tệ Quốc tế coi các khoản nợ xấu là các khoản cho vay quá hạn dưới 90 ngày và sự không chắc chắn để nhận được khoản thanh toán trong tương lai là cao. Các ngân hàng được yêu cầu tính đến tiềm năng các khoản nợ vỡ nợ, được gọi là khoản dự phòng rủi ro cho vay, để đảm bảo sức khỏe tài chính tổng thể của họ. Việc trích lập dự phòng rủi ro cho vay là một chỉ số về khả năng bảo vệ của ngân hàng trước rủi ro tín dụng. Các nghiên cứu trước đây đã sử dụng các biến số khác nhau để đo lường chất lượng cho vay của

một ngân hàng, phổ biến là Tỷ lệ dự phòng rủi ro cho vay trên Tổng tài sản (Berger và cộng sự, 2000). Trong đó, các khoản nợ dự phòng là tài khoản nợ phải trả được hình thành như dự phòng trên các khoản lỗ thực tế phát sinh từ khoản cho vay khó đòi hoặc không đạt tiêu chuẩn. Tỷ lệ dự phòng rủi ro cho vay trên tổng tài sản đo lường chất lượng tín dụng của ngân hàng bởi vì dự phòng là một bước đệm cho các khoản nợ khó trả, nhằm đáp ứng các tổn thất khi rủi ro tín dụng xảy ra. Do đó, tỷ lệ này được kỳ vọng sẽ có mối liên hệ tiêu cực với khả năng sinh lời. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu tin rằng các khoản dự phòng rủi ro cho vay sẽ bao gồm các khoản nợ xấu, do đó đảm bảo lợi nhuận của các ngân hàng. Ul Mustafa và cộng sự (2012) nhận thấy rằng, dự phòng rủi ro cho vay trên tổng tài sản có tác động tiêu cực đến khả năng sinh lời.

*Giả thuyết H4: CR tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Hiệu quả quản lý chi phí (CIR):* Hiệu quả quản lý chi phí được đo lường bằng Tỷ lệ chi phí trên thu nhập. CIR đo lường chi phí hoạt động ngân hàng (chi phí phát sinh trong điều hành các ngân hàng). Nhìn chung, lợi nhuận và chi phí có mối quan hệ ngược chiều vì chi phí cao hơn ngụ ý rằng lợi nhuận thấp hơn, và ngược lại. Ngân hàng hoạt động có hiệu quả với CIR ở mức thấp hơn và đạt được lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên, điều này có thể không đúng trong mọi trường hợp. Đôi khi số tiền chi tiêu cao hơn có thể liên quan đến khối lượng hoạt động ngân hàng lớn hơn, sẽ dẫn đến doanh thu cao hơn trong tương lai. Pasiouras và Kosmidou (2007), Kosmidou (2008), Dietrich và Wanzenried (2011) phát hiện ra rằng, CIR tác động tiêu cực đáng kể đến khả năng sinh lời của ngân hàng. Điều này là do càng phát sinh chi phí sẽ làm giảm lợi nhuận của ngân hàng. Vì vậy, CIR dự kiến sẽ có một mối quan hệ nghịch chiều với lợi nhuận.

*Giả thuyết H5: CIR tác động tiêu cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP):* Tổng sản phẩm quốc nội là tổng sản lượng được sản xuất ra của nền kinh tế của một quốc gia trong một khoảng thời gian nhất định. Để đo lường điều kiện kinh tế vĩ mô, tăng trưởng tổng sản phẩm

quốc nội được sử dụng làm đại diện thước đo cho tăng trưởng của nền kinh tế. Nó phản ánh trạng thái của chu kỳ kinh tế. GDP tăng trưởng dự kiến sẽ ảnh hưởng đến cung và cầu của các khoản cho vay và tiền gửi. Khi kinh tế bùng nổ, nhu cầu đối với tín dụng hoặc khoản vay tăng lên cũng như chất lượng của tài sản tốt hơn. Ngân hàng có thể tạo ra lợi nhuận cao hơn. Khi kinh tế tăng trưởng chậm lại, tốc độ tăng trưởng GDP giảm. Cho vay có xu hướng giảm dần. Ngoài ra, các khoản vay trước đó của các ngân hàng có thể khó thu hồi hơn do khách hàng của họ gặp khó khăn, từ đó, rủi ro vỡ nợ cao hơn và chi phí dự phòng có xu hướng cao hơn, làm giảm khả năng sinh lời của ngân hàng. Tóm lại, tăng trưởng GDP có thể được phục vụ như một chỉ báo về nhu cầu dịch vụ ngân hàng. Tăng trưởng GDP được coi là một biến số có ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của ngân hàng (Pasiouras & Kosmidou, 2007).

*Giả thuyết H6: GDP tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

*Lạm phát (INF):* Lạm phát là tỷ lệ tại đó mức giá chung hàng hóa và dịch vụ liên tục tăng lên trong nền kinh tế. Lạm phát làm xói mòn sức mua của người tiêu dùng. Lạm phát ảnh hưởng đến giá trị thực của chi phí và doanh thu. Mối quan hệ giữa khả năng sinh lợi của ngân hàng và lạm phát được giới thiệu bởi Revell (1980). Ảnh hưởng của lạm phát đối với khả năng sinh lợi của ngân hàng phụ thuộc vào mối quan hệ giữa tốc độ tăng của chi phí hoạt động so với tốc độ của lạm phát. Theo Perry (1992), chỉ số này có thể có ảnh hưởng tích cực cũng như tiêu cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng tùy thuộc vào việc lạm phát được dự đoán hay bất ngờ. Nếu lạm phát được dự đoán trước, các ngân hàng có thể điều chỉnh lãi suất kịp thời. Kết quả là doanh thu tăng nhanh hơn chi phí và do đó ghi nhận tác động tích cực đến lợi nhuận. Mặt khác, nếu tỷ lệ lạm phát không lường trước được, các ngân hàng không thể điều chỉnh lãi suất ngay lập tức và chi phí sẽ cao hơn doanh thu. Điều này sẽ có tác động tiêu cực đến khả năng sinh lời. Các nghiên cứu của Bourke (1989), Kosmidou (2008), Athanoglou và cộng sự (2006) đã chỉ ra lạm phát có ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời.

*Giả thuyết H7: INF tác động tích cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại.*

**3.2. Dữ liệu**

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu hàng năm từ các báo cáo tài chính của 25 ngân hàng thương mại niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2010-2020. Chúng tôi lựa chọn giai đoạn nghiên cứu từ 2010 để loại bỏ những tác động của cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 đến hệ thống ngân hàng, nhằm nhận diện chính xác hơn tác động của các yếu tố đến khả năng sinh lợi của ngân hàng. Hơn nữa, cũng bắt đầu từ 2010 với việc ban hành Thông tư số 13/TT-NHNN thay thế Quyết định 457/2005/QĐ-NHNN, nâng tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu lên

9% và phương pháp tính toán đã từng bước tiếp cận Basel II, là tiền đề để các ngân hàng thương mại ở Việt Nam thực hiện các quy định Basel II và nâng cấp chuẩn mực quản trị theo thông lệ quốc tế. Do đó, kết quả nghiên cứu của chúng tôi trong giai đoạn này có thể gợi ý một số hàm ý chính sách hữu ích cho các ngân hàng thương mại cũng như các nhà hoạch định chính sách trong việc gia tăng khả năng sinh lợi của ngân hàng và đảm bảo các yêu cầu quản trị mới. Bởi vì giới hạn trong những dữ liệu có thể tiếp cận, chúng tôi lựa chọn 25 ngân hàng được niêm yết. Tổng cộng có 250 quan sát công ty – năm cho mỗi biến.

**Bảng 1.** Mô tả biến nghiên cứu

Tên biến	Kí hiệu	Đo lường	Kỳ vọng	Nghiên cứu trước
<b>Biến phụ thuộc</b>				
Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản	ROA	$\frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng tài sản}}$	+	Kosmidou (2008)
Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu	ROE	$\frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$	+	Kalluru và Bhat (2008)
<b>Biến độc lập</b>				
Quy mô ngân hàng	Size	$\ln(\text{Tổng tài Sản})$	+	Ong và Teh (2013)
Đòn bẩy tài chính	DFL	$\frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$	-	Mohamad (2012)
Tính thanh khoản	LQR	$\frac{\text{Tài sản lưu động}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$	+	Doliente (2005)
Chất lượng tín dụng	CR	$\frac{\text{Dự phòng rủi ro cho vay}}{\text{Tổng tài sản}}$	-	Kosmidou (2008)
Hiệu quả quản lý chi phí	CIR	$\frac{\text{Chi phí}}{\text{Thu nhập}}$	-	Kosmidou (2008), Dietrich và Wanzenried (2011)
Tốc độ tăng trưởng kinh tế	GDP	$\frac{\text{GDP}_t - \text{GDP}_{t-1}}{\text{GDP}_{t-1}}$	+	Demirgüç-Kunt và Huizinga (1999), Bikker và Hu (2002)
Lạm phát	INF	Tỷ lệ lạm phát thực tế hàng năm	+	Kosmidou (2008)

Thống kê mô tả các biến được trình bày trong bảng 2. Có thể thấy, trong giai đoạn nghiên cứu,

tất cả các biến đều có giá trị trung bình dương. Chỉ số ROA và ROE của các ngân hàng thương

tại Việt Nam có giá trị trung bình lần lượt là 0,9% và 1%. Tuy vậy, giá trị thời điểm thấp nhất khá khiêm tốn với ROA và ROE là 0%, trong khi mức cao nhất là 5,57% và 29,57%. Quy mô (Size) có giá trị trung bình lớn nhất là (14.032). Đòn bẩy tài chính có giá trị trung bình khá lớn (11,282) và độ lệch chuẩn khá cao (4,278). Tính thanh khoản có giá trị lớn nhất là 1,284 và giá

trị nhỏ nhất là 0,002 với độ lệch chuẩn là 0,065. Tỷ lệ chi phí trên thu nhập có giá trị lớn nhất là 1,84% và giá trị nhỏ nhất là 0,21% với giá trị trung bình là 0,72%. Chất lượng tín dụng có độ lệch chuẩn là 13,83% với giá trị trung bình là 52,62%. Trong giai đoạn nghiên cứu, tỷ lệ tăng trưởng GDP trung bình ở mức cao (6,39%/năm) với mức lạm phát trung bình là 5,82%/năm.

**Bảng 2.** Thống kê mô tả các biến

Biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	275	0,009	0,007	0,000	0,056
ROE	275	0,103	0,073	0,000	0,296
Size	275	14,032	0,498	12,915	15,181
DFL	275	11,282	4,278	2,899	23,619
LQR	275	1,012	0,065	0,787	1,284
CIR	275	0,007	0,003	0,002	0,018
CR	275	0,526	0,138	0,225	0,927
GDP	275	0,0639	0,0117	0,0525	0,0965
INF	275	0,0582	0,0482	0,0063	0,1868

Khi tính toán hệ số tương quan của các biến nghiên cứu (bảng 3), hệ số tương quan các biến trong mô hình đều nhỏ hơn mức 0,8. Ngoài ra, các hệ số VIF của các biến đều khá nhỏ và đều

nhỏ hơn 10, với giá trị VIF trung bình là 1,80 (bảng 3). Vì vậy, có thể kết luận, không có hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng xảy ra giữa các biến trong mô hình nghiên cứu.

**Bảng 3.** Ma trận hệ số tương quan và đa cộng tuyến

	ROA	ROE	SIZE	DFL	LQR	CR	CIR	GDP	VIF
ROA	1,000								
ROE	0,803	1,000							
SIZE	0,112	0,498	1,000						2,66
DFL	-0,287	0,189	0,632	1,000					2,44
LQR	0,417	0,176	-0,135	-0,498	1,000				1,86
CR	0,079	0,177	0,384	0,129	0,196	1,000			1,85
CIR	-0,699	-0,703	-0,329	0,037	-0,374	-0,189	1,000		1,31
GDP	-0,338	0,281	-0,111	-0,063	0,077	-0,103	-0,294	1,000	1,28
INF	0,289	0,178	-0,247	-0,210	-0,050	-0,082	-0,203	0,249	1,21

### 3.3. Phương pháp ước lượng

Có ba ước tính thông thường được sử dụng để phân tích dữ liệu bảng là hồi quy tuyến tính gộp (Pooled OLS), hồi quy tác động cố định (FEM) và hồi quy tác động ngẫu nhiên (REM). Ước lượng Pooled OLS dựa trên giả định rằng sự thay đổi theo đối tượng (giữa các ngân hàng) trong bất kỳ biến độc lập nào cũng có cùng tác động giống nhau đối với khả năng sinh lời của các một ngân hàng riêng lẻ. Ước lượng FEM xem xét sự khác biệt giữa các đối tượng bằng sự khác biệt trong hệ số chặn của mô hình hồi quy khi chúng thay đổi trên các đối tượng. Mặt khác, trong ước lượng REM, các ảnh hưởng riêng lẻ được phân phối ngẫu nhiên trên các đối tượng và để nắm bắt các ảnh hưởng riêng lẻ, mô hình hồi quy được chỉ định với một số hạng chặn đại diện cho một số hạng không đối tổng thể. Để chọn lựa được mô hình phù hợp tôi sẽ tiến hành thực hiện các kiểm định Breusch and Pagan Lagrangian multiplier, kiểm định F và kiểm định Hausman. Sau khi lựa chọn được phương pháp ước lượng phù hợp, các kiểm định Wooldridge và kiểm định Wald cho các khuyết tật của mô hình hồi quy được thực hiện để đảm bảo tính vững của kết quả nghiên cứu. Nếu mô hình tồn tại các khuyết tật, chúng tôi sẽ tiến hành khắc phục các khuyết tật trên bằng phương pháp hồi quy FGLS.

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

Kết quả được thể hiện trong Bảng 4 cho thấy, trong ba mô hình, biến phụ thuộc ROA thì mô hình FEM là phù hợp nhất còn đối với biến phụ thuộc ROE là mô hình REM. Tuy nhiên, các kết quả kiểm định Wooldridge và kiểm định Wald cho các khuyết tật của mô hình hồi quy trong bảng 4 thể hiện các ước lượng FEM và REM được lựa chọn cho mô hình ROA và ROE, tương ứng, tồn tại hiện tượng tự tương quan và phương sai sai số thay đổi ở mức ý nghĩa 1%. Do đó, chúng tôi tiến hành khắc phục các khuyết tật trên bằng phương pháp hồi quy FGLS. Kết quả ước lượng mô hình FGLS được thể hiện ở bảng 4.

Kết quả cho thấy, quy mô ngân hàng (Size) có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam, đối với cả hai mô hình trên biến phụ thuộc là ROA

và ROE Điều này cho thấy rằng các ngân hàng có quy mô lớn thì khả năng sinh lời lớn hơn so với các ngân hàng có quy mô nhỏ. Kết quả này phù hợp với Olweny và Shipho (2011). Quy mô tăng giúp các ngân hàng tận dụng được lợi thế kinh tế theo quy mô để tiết kiệm chi phí và gia tăng khả năng sinh lợi.

*Đòn bẩy tài chính (DFL)* có tác động ngược chiều đối với khả năng sinh lời của ngân hàng (trên mô hình ROA). Với hệ số ước lượng là -0,0004, hàm ý khi đòn bẩy tài chính tăng 1 đơn vị thì ROA cũng giảm đi 0,0004 đơn vị. Mặc dù, kết quả hồi quy về tác động của đòn bẩy tài chính đến ROE là dương về ý nghĩa kinh tế, song chúng tôi không tìm thấy bằng chứng thống kê trong mẫu nghiên cứu. Điều này xuất phát từ chỉ tiêu được sử dụng để đại diện cho đòn bẩy tài chính là tỷ lệ Nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu. DFL tăng có thể do nợ phải trả tăng hoặc giảm trong vốn chủ sở hữu. Tăng nợ phải trả kéo theo sự tăng tổng tài sản do đó tỷ lệ lợi nhuận trên tổng tài sản giảm. Trong khi vốn chủ sở hữu giảm, làm tỷ lệ lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu gia tăng. Song tác động của đòn bẩy đến ROE có thể không rõ ràng bởi tác động giằng co trong tác động dương như trên và tác động tiêu cực do sự gia tăng trong đòn bẩy: Đòn bẩy tài chính gia tăng phản ánh cơ cấu vốn của ngân hàng phụ thuộc vào vốn bên ngoài. Việc sử dụng đòn bẩy cao sẽ gia tăng áp lực trả nợ, tiềm ẩn những rủi ro, chi phí phá sản và có ảnh hưởng đến loại, quy mô và giá của các quỹ tài trợ. Việc gia tăng sử dụng nợ cũng khiến cho định phí tài chính tăng, khi điều kiện kinh doanh không thuận lợi, mức lợi nhuận hoạt động không tăng kịp theo mức tăng của chi phí tài chính, điều này làm giảm khả năng sinh lời của ngân hàng. Kết quả này cũng phù hợp với báo cáo của Dietrich và Wanzenried (2011) hay Bunyaminu và cộng sự (2021) về tác động âm của đòn bẩy tài chính đối với ROA của ngân hàng.

*Tính thanh khoản (LQR)* thể hiện tác động thuận chiều, có ý nghĩa thống kê, đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại trong mẫu nghiên cứu (hệ số ước lượng tác động của tính thanh khoản đến ROA là 0,013 tại mức ý nghĩa 5% và ROE là 0,093 tại mức ý nghĩa 10%). Điều này cho thấy, tính thanh khoản cao giúp cải thiện khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại. Các ngân hàng có đủ tài sản thanh

khoản có thể giảm thiểu rủi ro mất khả năng thanh toán. Họ có thể giảm chi phí vay từ bên ngoài và dẫn đến lợi nhuận cao hơn. Kết quả tương tự cũng được tìm thấy bởi Bourke (1989), Koroleva và cộng sự (2021).

*Chất lượng tín dụng (CR)* được đo lường bởi Tỷ lệ dự phòng rủi ro cho vay trên tổng tài sản có tác động âm đến khả năng sinh lời của ngân hàng. Cụ thể, CIR tác động âm đến ROA với hệ số ước lượng là -0,241 và tác động âm đến ROE với hệ số ước lượng -2,849 đều tại mức ý nghĩa 1%. Rủi ro tín dụng là một trong những rủi ro lớn nhất mà ngân hàng phải đối mặt và phát sinh từ khả năng các khoản cho vay của ngân hàng sẽ không được hoàn trả một phần hoặc toàn bộ. Mặc dù các khoản dự phòng rủi ro cho vay giúp bảo vệ ngân hàng khỏi các tình huống khách hàng không trả được nợ, nhưng nó làm giảm quy mô tài sản, thu nhập và khả năng sinh lời. Hơn nữa, việc tăng dự phòng rủi

ro cho vay phụ thuộc vào khoản cho vay không thành công cho thấy chất lượng tín dụng kém, dẫn đến giảm khả năng sinh lời.

*Tác động của tỷ lệ chi phí trên thu nhập (CIR)* đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại là ngược chiều. CIR tăng 1%, ROA của ngân hàng giảm 0,0224% và ROE giảm 0,234%. Việc quản lý chi phí là một điều hết sức quan trọng vì chỉ khi ngân hàng có khả năng quản lý tốt chi phí thì mới tăng khả năng sinh lời của ngân hàng và hệ số này phản ánh đúng thực tế vì những năm trước đây các ngân hàng thường xuyên tuyển dụng và mở rộng thị phần nhưng điều này cũng đồng nghĩa với việc nếu không có khả năng quản trị tốt sẽ làm gia tăng chi phí. Kết quả được tìm thấy tương đồng với một số phát hiện của các nghiên cứu trước bao gồm Pasiouras và Kosmidou (2007), Kosmidou (2008), Dietrich và Wanzenried (2011), Ong và Teh (2013).

**Bảng 4.** Kết quả hồi quy

A- Kết quả hồi quy								
Biến độc lập	ROA				ROE			
	POLS	FEM	REM	FGLS	POLS	FEM	REM	FGLS
Quy mô ngân hàng	0,003*** (0,000)	0,011*** (5,66)	0,005*** (4,11)	0,003*** (3,60)	0,059*** (6,44)	0,115*** (6,00)	0,075*** (0,039)	0,057*** (6,31)
Đòn bẩy tài chính	-0,001*** (-5,22)	-0,001*** (-5,45)	-0,001*** (-4,84)	-0,001*** (-4,82)	0,001 (0,74)	0,001 (0,46)	0,001 (1,14)	0,001 (1,04)
Tính thanh khoản	0,012 (2,06)	0,016** (2,26)	0,018*** (2,74)	0,013** (2,36)	0,090* (1,54)	0,129* (1,81)	0,145** (2,23)	0,093* (1,86)
Chất lượng tín dụng	-0,169 (-1,41)	0,006 (0,05)	-0,0572*** (-0,48)	-0,241*** (-2,75)	-1,782 (-1,47)	-1,033 (-0,83)	-1,300 (-1,08)	-2,849*** (-2,75)
Hiệu quả quản lý chi phí	-0,026 (-9,79)	-0,026*** (-9,12)	-0,026*** (-9,56)	-0,022*** (-13,01)	-0,258*** (-9,43)	-0,219*** (-7,63)	-0,232*** (-8,41)	-0,234*** (-13,67)
Tốc độ tăng trưởng kinh tế	0,087 (3,37)	0,107*** (4,60)	0,091*** (3,92)	0,078*** (8,99)	0,842*** (4,57)	1,079*** (4,57)	0,939*** (4,04)	0,673*** (6,16)
Lạm phát	0,021*** (3,19)	0,038*** (5,78)	0,026*** (4,32)	0,0186*** (7,88)	0,233*** (3,53)	0,386*** (5,77)	0,298*** (4,86)	0,211*** (6,72)
Hàng số	-0,035** (-2,34)	-0,145*** (-5,47)	-0,068*** (-3,58)	-0,035*** (-2,81)	-0,739*** (-4,86)	-1,610*** (-5,99)	-1,056*** (-5,47)	-0,699*** (-5,87)
Số quan sát	275	275	275	275	275	275	275	275
Wald test			413,42	753,10			333,00	732,84

A- Kết quả hồi quy								
Biến độc lập	ROA				ROE			
	POLS	FEM	REM	FGLS	POLS	FEM	REM	FGLS
<b>B- Kiểm định lựa chọn mô hình</b>								
F test	F(24, 243) = 5,28***				F(24, 243) = 5,11***			
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test	$\chi_1^2 = 78,07***$				$\chi_1^2 = 26,77***$			
Hausman test	$\chi_7^2 = 22,37***$				$\chi_7^2 = 11,37$			
<b>C- Kiểm định tự tương quan, phương sai thay đổi</b>								
Wooldridge test	F(1, 24) = 101,278***				F(1, 24) = 119,316***			
Modified Wald test for group Heteroskedasticity	$\chi_1^2 = 2323,63***$							
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test					$\chi_1^2 = 71,04***$			

**Ghi chú:** Trong đó: \*, \*\*, \*\*\* lần lượt là biểu thị mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%. Lưu ý, hệ số hồi quy dấu (+) có nghĩa biến độc lập thuận chiều với khả năng sinh lời và dấu (-) có nghĩa biến độc lập nghịch biến với khả năng sinh lời.

Về các yếu tố liên quan đến điều kiện kinh tế vĩ mô, tốc độ tăng trưởng GDP thể hiện tác động tích cực đến khả năng sinh lời của ngân hàng, thể hiện ở hệ số tác động dương đến cả ROA và ROE. Biến này cho thấy cái nhìn tổng quát về tình hình kinh tế chung, một quốc gia tăng trưởng tốt đồng nghĩa với các doanh nghiệp và các cá nhân có nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh và nhu cầu vay vốn gia tăng từ đó các ngân hàng có thể tăng lợi nhuận. Kết quả về tác động dương của tăng trưởng kinh tế được tìm thấy phổ biến trong các nghiên cứu trước (Karimzadeh và cộng sự, 2013). Cuối cùng lạm phát (INF) cũng tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại. Khả năng sinh lời của ngân hàng dựa vào khả năng dự đoán lạm phát và điều chỉnh lãi suất cho vay một cách linh hoạt và phù hợp với tình hình vĩ mô ngay thời điểm đó để kiếm lời cho ngân hàng.

**5. Kết luận và hàm ý chính sách**

Bài báo nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2010-2020 dựa trên phân tích dữ liệu bảng. Dựa trên dữ liệu của mẫu 25 ngân hàng thương mại được niêm

yết trên sàn giao dịch chứng khoán, chúng tôi tìm thấy có hai nhóm yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại: Các yếu tố thuận chiều đến khả năng sinh lời của ngân hàng bao gồm: quy mô ngân hàng, tính thanh khoản, tốc độ tăng trưởng kinh tế, lạm phát và các yếu tố tác động ngược chiều đến khả năng sinh lời bao gồm: Tỷ lệ chi phí trên thu nhập, đòn bẩy tài chính và chất lượng tín dụng. Từ đây, chúng tôi đưa ra một số kết luận và hàm ý chính cho bài nghiên cứu này như sau:

*Thứ nhất*, Khả năng sinh lời của ngân hàng không chỉ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên trong ngân hàng mà còn bị ảnh hưởng bởi yếu tố bên ngoài ngân hàng. Môi trường kinh tế vĩ mô thay đổi sẽ ảnh hưởng đáng kể đến khả năng sinh lợi của ngân hàng. Do đó, để gia tăng khả năng sinh lợi, các ngân hàng thương mại cần chú trọng kiểm soát yếu tố bên trong đồng thời dựa trên tình hình kinh tế vĩ mô bên ngoài để có những điều chỉnh phù hợp.

*Thứ hai*, Quy mô ngân hàng càng tăng sẽ giúp ngân hàng tăng khả năng sinh lời. Điều này đúng với hầu hết các nhóm ngân hàng, quy mô lớn giúp các ngân hàng có được nhiều lợi thế hơn trong việc đa dạng hoá các sản phẩm,

tạo dựng được thương hiệu để cạnh tranh, cung cấp được nhiều loại hình dịch vụ khác nhau,... Trên thị trường Việt Nam, khách hàng thường có tâm lý tin tưởng vào các ngân hàng có quy mô lớn vì các ngân hàng này có tiềm lực tài chính mạnh, lâu đời, xây dựng được uy tín vững chắc do đó đây là một lợi thế to lớn giúp góp phần tăng khả năng sinh lời của ngân hàng. Từ đó, các ngân hàng cần xem xét cân đối giữa tiềm lực tài chính và quản lý của mình để có thể mở rộng về quy mô, tăng tài sản nhằm thu hút vốn và hoạt động hiệu quả hơn, kích thích khả năng sinh lợi tốt hơn.

*Thứ ba*, Đòn bẩy tài chính có quan hệ ngược chiều với khả năng sinh lời. Việc sử dụng đòn bẩy ở các ngân hàng quá cao sẽ tiềm ẩn những rủi ro, chi phí phá sản và có ảnh hưởng đến loại, quy mô và giá của các quỹ tài chính trong bối cảnh hoạt động kinh doanh tương lai gần và rủi ro hơn nữa là rủi ro phá sản. Chính vì vậy, trong quản lý cơ cấu vốn của mình, các ngân hàng thương mại cần thiết kế cơ cấu vốn hợp lý, không quá phụ thuộc vào nguồn vốn vay bên ngoài để tránh ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lợi và tiềm năng tăng trưởng trong tương lai.

*Thứ tư*, Rủi ro thanh khoản có ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng sinh lời khi các ngân hàng không có đủ tài sản ngắn hạn để đáp ứng các nhu cầu rút tiền gửi và giải ngân theo yêu cầu của khách hàng. Dưới góc độ ngân hàng là một tổ chức trung gian tín dụng, khi mất khả năng thanh khoản sẽ phải huy động vốn gấp, từ đó dẫn đến lãi suất huy động cao và khi phải trả lãi suất huy động nhưng không thể cho vay các ngân hàng sẽ bị lỗ. Nếu không đáp ứng được kịp thời nhu cầu rút tiền dẫn đến mất niềm tin của khách hàng và ngân hàng mất đi phần nào lợi nhuận cũng như uy tín của ngân hàng và ngược lại. Do đó, ngân hàng cần duy trì tỷ lệ tiền mặt và các khoản tương đương tiền hợp lý

để tăng tính thanh khoản và giảm thiểu rủi ro thanh khoản, nhằm cải thiện khả năng sinh lợi.

*Thứ năm*, Các khoản dự phòng rủi ro tín dụng tác động âm đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại. Dự phòng cao tức các khoản vay khó đòi nhiều đồng nghĩa với việc làm suy giảm đáng kể khả năng sinh lời của ngân hàng. Điều này cho thấy rằng các ngân hàng còn gặp khó khăn trong việc xử lý các khoản tín dụng xấu. Các ngân hàng cần phải chặt chẽ trong quy trình thẩm định cho vay, không nên cho vay quá mức đối với các khách hàng có khả năng tài chính thấp từ đó có thể mang lại nợ xấu cho ngân hàng.

*Thứ sáu*, Tỷ lệ chi phí trên thu nhập cao làm giảm khả năng sinh lợi của ngân hàng thương mại. Do đó, các ngân hàng cần tăng cường hiệu quả quản lý chi phí, cắt giảm các chi phí không cần thiết, tinh giảm bộ máy một cách hiệu quả sẽ giúp các ngân hàng tăng lợi nhuận.

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại niêm yết trên sàn chứng khoán là sự kế thừa của các cơ sở lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước trước đó tuy nhiên không tránh khỏi một số hạn chế. Do khó khăn trong tiếp cận dữ liệu được công bố rộng rãi của tất cả các ngân hàng trong toàn hệ thống và để có được đầy đủ dữ liệu đồng nhất cho mẫu cần nghiên cứu nên tác giả chỉ thực hiện với 25 ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam trong giai đoạn 2010-2020. Điều này cho thấy, mẫu nghiên cứu chưa thật sự đầy đủ, chính vì vậy mô hình không thể dự báo được kết quả tốt nhất bằng các kỹ thuật kinh tế lượng. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng mẫu dữ liệu đầy đủ hơn, khi có khả năng tiếp cận, để có được cái nhìn toàn diện hơn về vấn đề nghiên cứu.



**Tài liệu tham khảo**

- Abate, T. W. & Mesfin, E. A. (2019). Factors Affecting Profitability of Commercial Banks in Ethiopia. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 881-891.
- Acaravci, S.K. & Ahmet, E.C. (2013). Turkish banking sector's profitability factors. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1), 27-41.
- Alper, D. & Anbar, A. (2011). Bank Specific, Macroeconomic Determinants of Commercial Bank Profitability: Empirical Evidence from Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 139-152.
- Angbazo, L. (1997). Commercial Bank Interest Margins, Default Risk, Interest-rate Risk, and Off-balance Sheet Banking. *Journal of Banking and Finance*, 21(1), 55-87.
- Athanasoglou, P. P., Delis, M. D. & Staikourasb, C. K. (2006). Determinants of Bank Profitability in the South Eastern European Region. *Journal of Financial Decision Making*, 2(2), 01-17.
- Barajas, A., Steiner, R. & Salazar, N. (1999). Interest Spreads in Banking in Colombia 1974-96. *IMF Staff Papers*, 46(2), 1-148.
- Barros, C. P. & Borges, M. R. (2011). Measuring performance in the Portuguese banking industry with a Fourier regression model. *Applied Economics Letters*, 18(1), 21-28.
- Berger, A. N. (1995). The Relationship between Capital and Earnings in Banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 27(2), 432-456.
- Berger, A.N., DeYoung, R., Genay, H. & Udell, G. (2000). Globalization of Financial Institutions: Evidence from cross-border banking performance. In: Litan RE, Santomero A.M. (eds). *Bookings-Wharton Papers on Financial Services*. Washington, DC: Brookings Institution Press, 23-158.
- Bikker, J.A. & Hu, H. (2002). Cyclical Patterns in Profits, Provisioning and Lending of Banks and Procyclicality of the New Basel Capital Requirements. *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 55(221), 143-175.
- Bourke, P. (1989). Concentration and other determinants of bank profitability in Europe, North America and Australia. *Journal of Banking and Finance*, 13(1), 65-79.
- Borio, C., Gambacorta, L., & Hofmann, B. (2017). The influence of monetary policy on bank profitability. *International Finance*, 20(1), 48-63.
- Bunyaminu, A.; Yakubu, I. N and Bashiru, S. (2021). The effect of financial leverage on profitability: An empirical analysis of recapitalized banks in Ghana. *International Journal of Accounting & Finance Review*, 7(1), 93-102.
- Demirgüç-Kunt, A. & Huizinga, H. (1999). Determinants of Commercial Bank Interest Margins and Profitability: Some International Evidence. *The World Bank Economic Review*, 13(2), 379-408.
- Dietrich, A. & Wanzenried, G. (2009). What Determines the Profitability of Commercial Banks? New Evidence from Switzerland. *12<sup>th</sup> Conference of the Swiss Society for Financial Market Researches*, Geneva.
- Dietrich, A. & Wanzenried, G. (2011). Determinants of bank profitability before and during the crisis: Evidence from Switzerland. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 21(3), 307-327.
- Doliente, J.S. (2005). Determinants of bank interest margins in South East Asia. *Applied Financial Economics Letters*, 1(1), 53-57.
- Guru, B.K., Staunton, J. & Balashanmugam, B. (1999). Determinants of Commercial Bank Profitability in Malaysia. *12<sup>th</sup> Annual Finance and Banking Conference*, Sidney.
- Halkos, G., & Georgiou, M. (2005). Bank sales, spread and profitability: an empirical analysis. *Applied Financial Economics Letters*, 1(5), 293-296.
- Hasan, M.S.A; Manurung, A.H & Usman, B. (2020). Determinants of Bank Profitability with Size as Moderating Variable. *Journal of Applied Finance & Banking*, 10(3), 1-7.
- Heibati, F., Seid Noorani, M. & DadKhah, S. (2009). Evaluation of private banks compared to banks performance of countries around Arabic Gulf. *Journal of Economic*, 6, 91-108.
- Hồ Thị Hồng Minh và Nguyễn Thị Cảnh (2015). Đa dạng hóa thu nhập và yếu tố tác động đến khả năng sinh lời các NHTM Việt Nam. *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*, 106+107, 13-23.
- Kalluru, S.R. & Bhat K.S. (2008). An Empirical Analysis of Profitability Determinants in Indian Commercial Banks during Post Reform Period. *ICFAI Journal of Industrial Economics*, 5(4), 37-56.

- Karimzadeh, M., Akhtar, S. J. & Karimzadeh, B. (2013). Determinants of profitability of banking sector in India. *Transition Studies Review*, 20(2), 211-19.
- Kosmidou, K. (2008). The determinants of banks' profits in Greece during the period of EU financial integration. *Managerial Finance*, 34(3), 146-159.
- Koroleva, E., Jigeer, S., Miao, A. & Skhvediani, A. (2021). Determinants Affecting Profitability of State-Owned Commercial Banks: Case Study of China. *Risks*, 9(150), 1-19.
- Mamatzakis, E. C. & Remoundos, P. C. (2003). Determinants of Greek Commercial Banks Profitability, 1989-2000. *Spoudai*, 53(1), 94-94.
- Maness, T.S., and Zietlow, J.T. (2005). *Short-Term Financial Management* (3<sup>rd</sup> Edición). Mason: South-Western.
- Mohamad Akbar Noor Mohamad Noor (2012). *The Determinants Efficiency and Profitability of Islamic Banks: An Empirical Study in 25 Countries*. Lambert Academic Publishing.
- Nguyễn Phạm Nhã Trúc và Nguyễn Phạm Thiên Thanh (2016). Các nhân tố tác động đến khả năng sinh lời hệ thống NHTM tại Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 228 (tháng 6/2016), 52-59.
- Olweny, T. & Shipho, T.M. (2011). Effects of banking sectoral factors on the profitability of commercial banks in Kenya. *Economics and Finance Review*, 1(5), 01-30.
- Ong, T.S. & Teh, B.H. (2013). Factors affecting the profitability of Malaysian commercial banks. *African Journal of Business Management*, 7(8), 649-660.
- Pasiouras, F. & Kosmidou, K. (2007). Factors influencing the profitability of domestic and foreign commercial banks in the European Union. *Research in International Business and Finance*, 21(2), 222-237.
- Perry, P. (1992). Do Banks Gain or Lose From Inflation? *Journal of Retail Banking*, 14(2), 25-30.
- Revell, J.R.S. (1980). *Costs and margins in banking: an international survey*. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development.
- Rose, P. & Hudgins, S. C. (2012). *Bank Management and Financial Services*. New York: McGraw Hill; 9<sup>th</sup> edition.
- Short, B. (1979). The relation between commercial bank profit rates and banking concentration in Canada, Western Europe and Japan. *Journal of Banking and Finance*, 3(3), 209-219.
- Sufian, F. & Habibullah, M. S. (2009). Determinants of bank profitability in a developing economy: Empirical evidence from Bangladesh. *Journal of Business Economics and Management*, 10(3), 207-217.
- Ul Mustafa, A.R., Riaz, H.A. & Muhammad, U.Y. (2012). Does the loan loss provision affect the banking profitability in case of Pakistan? *Asian Economic and Financial Review*, 2(7), 772-83.



## FACTORS OF BOARD OF DIRECTORS' CHARACTERISTICS INFLUENCE ON PERFORMANCE OF LISTED COMMERCIAL BANKERS IN VIETNAM

Nguyen Kim Quoc Trung<sup>1\*</sup>, Nguyen Minh Hang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>University of Finance – Marketing

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.296</p> <p><i>Received:</i> June 16, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> September 25, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Board of directors; Commercial banks; Government ownership; Performance</p>	<p>The paper estimates the effect of the board of directors' characteristics on 27 listed commercial banks' performance in Vietnam from 2010 to 2020. Based on the corporate governance theories and empirical studies, the authors have identified the factors affecting the business performance of commercial banks, including board size, gender diversity, duality, independent directors, and government ownership. Using the feasible generalized least squares method, the findings show that board size, duality, independent director and government ownership are statistically significant factors and impact the banks' performance. In particular, the study highlights the role of government ownership in improving the performance of those banks.</p>

\*Corresponding author:

Email: [nkq.trung@ufm.edu.vn](mailto:nkq.trung@ufm.edu.vn)



## CÁC YẾU TỐ THUỘC ĐẶC ĐIỂM HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ TÁC ĐỘNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Kim Quốc Trung<sup>1\*</sup>, Nguyễn Minh Hằng<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.296</p> <p><i>Ngày nhận:</i> 16/06/2022</p> <p><i>Ngày nhận lại:</i> 25/09/2022</p> <p><i>Ngày đăng:</i> 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Hội đồng quản trị; Hiệu quả kinh doanh; Ngân hàng thương mại; Sở hữu Nhà nước.</p>	<p>Mục tiêu của bài viết là ước lượng mức độ tác động của các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị đến hiệu quả kinh doanh của 27 ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2010 đến 2020. Căn cứ vào lý thuyết quản trị doanh nghiệp và các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan, nhóm tác giả đã xác định các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại, bao gồm quy mô hội đồng quản trị, sự đa dạng giới tính, sự kiêm nhiệm, thành viên độc lập và sở hữu Nhà nước. Bằng việc sử dụng phương pháp Bình phương tối thiểu tổng quát khả thi, kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố quy mô hội đồng, sự kiêm nhiệm, thành viên độc lập và sở hữu Nhà nước mang ý nghĩa thống kê và tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại. Đặc biệt, nghiên cứu đã nhấn mạnh vai trò của sở hữu Nhà nước trong việc cải thiện hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng.</p>

### 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam phát triển hiện nay, thì quản trị doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với các tổ chức, đặc biệt là các ngân hàng thương mại bởi vì quản trị doanh nghiệp sẽ đưa ra các chính sách và định hướng giúp các ngân hàng hoạt động hiệu quả và kiểm soát rủi ro trong hoạt động kinh doanh. Để thực thi các hoạt động quản trị, hội đồng

quản trị đóng một vai trò quan trọng trong việc thực hiện nhiệm vụ tư vấn và giám sát, hội đồng quản trị của các ngân hàng thương mại thực thi đầy đủ các chức năng nhằm tối đa hóa lợi ích của các cổ đông và các bên có liên quan. Ngoài ra, Fama và Jensen (1983) cũng khẳng định chức năng tư vấn của hội đồng quản trị sẽ liên quan đến việc cung cấp những định hướng mang tính chiến lược cho doanh nghiệp và tiếp cận cũng như sử dụng các nguồn lực một cách hợp lý và hiệu quả nhất. Đối với chức năng giám sát (Jensen & Meckling, 1976) đã cho rằng, việc thực hiện chức năng giám sát của hội đồng

\*Tác giả liên hệ:

Email: [nkq.trung@ufm.edu.vn](mailto:nkq.trung@ufm.edu.vn)

quản trị đối với các nhà quản lý nhằm giảm chi phí người đại diện, bảo vệ lợi ích các cổ đông và cân bằng lợi ích của các bên. Việc giám sát chặt chẽ hoạt động của các nhà quản lý sẽ giúp cho hoạt động của ngân hàng hiệu quả và điều này sẽ phụ thuộc vào các đặc điểm của hội đồng quản trị.

Trên thế giới, mỗi nghiên cứu chỉ tập trung một số khía cạnh khác nhau của đặc điểm hội đồng quản trị. *Thứ nhất*, Sahu và Manna (2013) nhận định quy mô hội đồng quản trị cải thiện hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Ngoài ra, khuyến nghị rằng, số lượng giám đốc phải được giới hạn ở bảy hoặc tám, vì khi quy mô hội đồng quản trị tăng lên đến hơn 10 thành viên thì sẽ khó thống nhất các ý kiến. *Thứ hai*, Ujunwa và cộng sự (2012) chú trọng đến sự đa dạng giới tính nữ có tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. *Thứ ba*, Brahma và cộng sự (2020) chứng minh tác động của độ tuổi, trình độ học vấn của thành viên hội đồng quản trị là nữ và vị trí công việc đến hiệu quả hoạt động. Trình độ học vấn là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra giá trị thực thi chức năng của hội đồng quản trị. Một số nghiên cứu đã tìm thấy mối quan hệ cùng chiều giữa trình độ học vấn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (Adams & Ferreira, 2007). *Thứ tư*, Gill và Mathur (2011) nhận định tác động tích cực của sự kiêm nhiệm đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. *Thứ năm*, đối với yếu tố thành viên độc lập của hội đồng quản trị có thể hạn chế mức độ bất cân xứng của thông tin, giúp tăng tính minh bạch của báo cáo tài chính để bảo vệ lợi ích của các bên liên quan được nhận định bởi Shukla và cộng sự (2020). Các nghiên cứu trên thế giới đã chứng minh các đặc điểm của hội đồng quản trị tác động đến hiệu quả hoạt động của các công ty, ngân hàng, như nghiên cứu của Setiyono và Tarazi (2014), García-Meca và cộng sự (2015), Brahma và cộng sự (2020), Tariah (2019)... Ngoài ra, các nghiên cứu trong nước cũng kế thừa và nghiên cứu tác động của đặc điểm hội đồng quản trị đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, chẳng hạn nghiên cứu của Trần Thị Thanh Tú và Phạm Bảo Khánh (2013), Phạm Hoàng Ân (2019),...

Mặc dù, đã đạt được những thành quả nhất định trong nghiên cứu, song chưa có sự nhất quán về các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng

quản trị tác động đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp hoặc ngân hàng thương mại, cũng như chiều hướng tác động của các yếu tố đó. Thị trường chứng khoán Việt Nam đã có sự phát triển nhất định, song tính minh bạch thông tin là vấn đề cần quan tâm ở các thị trường mới nổi. Điều này cũng làm cho các kết quả nghiên cứu thiếu sự đồng nhất cũng như chưa nhấn mạnh vai trò và đặc điểm của hội đồng quản trị trong việc cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của các tổ chức.

Xuất phát từ những lập luận trên, mục tiêu của bài viết là ước lượng mức độ tác động của các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam. Vì vậy, câu hỏi nghiên cứu được đặt ra là: Mức độ tác động của các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết như thế nào?

## 2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết

### 2.1. Cơ sở lý thuyết về quản trị doanh nghiệp

Bài viết dựa trên lý thuyết người đại diện, lý thuyết quản lý và lý thuyết các bên có liên quan để giải thích tác động của các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị, cụ thể như sau:

Dựa trên lý thuyết người đại diện, cốt lõi của lý thuyết này là việc sắp xếp các quyền lợi xung đột thông qua việc tách biệt giữa quyền sở hữu và quyền kiểm soát trong tổ chức (quyền quản lý). Jensen và Meckling (1976) nhấn mạnh sự mâu thuẫn về lợi ích của người chủ sở hữu và người đại diện của công ty. Đối với công ty cổ phần, thì hội đồng quản trị là cơ quan quyền lực đại diện cho các cổ đông nhằm mục đích giám sát và kiểm soát các hoạt động của ban điều hành. Các nhà quản lý chỉ hành động vì mục tiêu tối đa hóa giá trị của cổ đông nếu nó không mâu thuẫn với lợi ích cá nhân của họ. Đặc biệt, người quản lý không phải lúc nào cũng hành động vì lợi ích cao nhất của người chủ sở hữu. Do đó, chủ sở hữu phải giám sát người quản lý và tổn chi phí giám sát hay còn gọi là chi phí đại diện.

Theo lý thuyết quản lý, các nhà quản lý đóng vai trò là người quản lý có trách nhiệm đối với tài sản của công ty đối với các bên liên quan

(Davis và cộng sự, 1997). Tuy nhiên, để nhà quản lý thực sự có đóng góp hiệu quả trong việc điều hành thì vấn đề là cấu trúc tổ chức có giúp nhà điều hành lập và thực hiện các kế hoạch để đạt được hiệu quả cao của công ty hay không (Donaldson, 1990). Trong trường hợp, khi CEO đồng thời là chủ tịch hội đồng quản trị thì quyền lực và quyền hành đều tập trung ở một người. Điều này cho thấy, hội đồng quản trị và ban giám đốc là cùng một nhóm quản lý. Do đó, lý thuyết quản lý chú trọng vào cơ cấu tạo điều kiện, trao quyền và cho rằng, sự kết hợp giữa nhiệm vụ của các vị trí chủ tịch và Giám đốc điều hành sẽ nâng cao hiệu quả và sản xuất, do đó, lợi nhuận cao hơn cho cổ đông thay vì tách biệt ghế chủ tịch và giám đốc điều hành.

Theo lý thuyết các bên liên quan giải thích trách nhiệm giải trình của giám đốc đối với nhiều bên (các bên liên quan) hơn là cổ đông bởi vì hiệu quả hoạt động của công ty không thể được đo lường chỉ dựa trên lợi ích cho các cổ đông (Jensen, 2001). Lý thuyết tập trung vào vai trò quan trọng của các bên liên quan để đảm bảo lợi ích của họ và giảm thiểu rủi ro cho tất cả các bên liên quan. Do đó, lý thuyết các bên liên quan cho rằng, các nhà quản lý nên quyết định dựa trên lợi ích của các bên liên quan của tổ chức. Tuy nhiên, không có lợi ích cụ thể cho từng nhóm bên liên quan đối với tổ chức, do đó nhà quản lý khó xác định lợi nhuận và lợi ích của từng nhóm và tất cả các nhóm bên liên quan và thỏa mãn các mục tiêu của tổ chức. Ngay cả trong lý thuyết các bên liên quan, luôn tồn tại sự cạnh tranh về lợi ích của các nhóm, điều này càng dẫn đến việc các nhà quản lý không thể đưa ra các quyết định cụ thể (Jensen, 2001).

**2.2. Cơ sở lý thuyết về hiệu quả kinh doanh**

Việc sử dụng thước đo phù hợp để đánh giá được hiệu quả kinh doanh doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng vì có rất nhiều chỉ tiêu đo lường hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Trong nghiên cứu, chỉ tiêu thường được sử dụng nhất trong nghiên cứu chia làm 2 loại là hệ số giá trị kế toán và hệ số giá trị thị trường. Trong đó hệ số giá trị kế toán được gọi là hệ số về lợi nhuận còn hệ số giá trị thị trường gọi là hệ số về tăng trưởng tài sản.

Hiệu quả kinh doanh được xem xét ở hai khía cạnh: sổ sách kế toán và giá trị thị trường.

Trong đó, nghiên cứu này tập trung vào nhóm hệ số giá trị thị trường mà điển hình là Tobin’s Q. Điển hình, nghiên cứu của Tian và Estrin (2008) nhận định, hệ số Tobin’s Q được tính là giá trị thị trường của vốn chủ sở hữu cộng với giá trị sổ sách các khoản nợ phải trả so với giá trị sổ sách của tổng tài sản. Hệ số Tobin’s Q được sử dụng làm thước đo hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại theo giá trị thị trường. Theo Tobin (1958), việc đo lường Tobin’s Q như sau:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Giá trị thị trường của tổng nguồn vốn Hoặc tổng tài sản}}{\text{Giá trị sổ sách của tổng nguồn vốn Hoặc tổng tài sản}}$$

**2.3. Các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị tác động đến hiệu quả kinh doanh của ngân hàng thương mại**

Từ các nghiên cứu thực nghiệm, nghiên cứu nhận thấy rằng: Các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả của các ngân hàng thương mại và các doanh nghiệp niêm yết bao gồm: Sự đa dạng giới tính, số lượng thành viên hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm, trình độ học vấn, thành viên độc lập. Cụ thể:

**2.3.1. Quy mô hội đồng quản trị**

Quy mô hội đồng quản trị là tổng số thành viên trong hội đồng quản trị của một tổ chức (Kalsie & Shrivastav, 2016). Hội đồng quản trị là mắt xích quan trọng nhất, đảm bảo quyền lợi của cổ đông thông qua việc giám sát và điều hành nên một số nghiên cứu đã chú trọng đến mối quan hệ quy mô hội đồng quản trị và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Setia-Atmaja (2008) đã phân tích các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Úc (ASX) và tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa quy mô hội đồng quản trị và hiệu quả hoạt động của công ty (Tobin’s Q). Jackling và Johl (2009), Manna và cộng sự (2020) nhận định quy mô hội đồng quản trị cải thiện hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Ngoài ra, số lượng giám đốc phải được giới hạn ở bảy hoặc tám, vì khi quy mô hội đồng quản trị tăng lên đến hơn 10 thành viên thì sẽ khó thống nhất các ý kiến. Ngược lại, Võ Hồng Đức và Phan Bùi Gia Thủy (2013), Hoàng Thị Phương Anh và Nguyễn Ngọc Hồng Trang

(2019), Phạm Hữu Hồng Thái và Phan Thị Mỹ Kiều (2018) chứng minh, quy mô hội đồng quản trị có tác động ngược chiều đối với hiệu quả doanh nghiệp.

*Giả thuyết H1: Quy mô hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

### 2.3.2. Sự đa dạng giới tính

Sự đo lường đa dạng giới tính được đo bằng tỷ lệ tổng số lượng thành viên nữ trong tổng số thành viên hội đồng quản trị. Sự đa dạng về giới tính trong cơ cấu lao động đang gia tăng ở các quốc gia trên thế giới. Bên cạnh đó, dựa trên lý thuyết các bên liên quan, hội đồng quản trị càng đa dạng thì càng có nhiều cơ hội để tăng giá trị công ty và đạt được các mục tiêu tài chính. Setiyono và Tarazi (2014) khẳng định mối quan hệ đáng kể giữa sự đa dạng giới tính (đặc biệt là giới tính nữ) trong hội đồng quản trị và giá trị doanh nghiệp. García-Meca và cộng sự (2015), Mertzanis và cộng sự (2019), Brahma và cộng sự (2020) cho thấy rằng thành viên nữ trong hội đồng quản trị cải thiện khả năng sinh lời của các công ty, bao gồm cả ngân hàng. Do đó, sự tồn tại của các thành viên nữ và hiệu suất là tích cực và có ý nghĩa trong một số nghiên cứu thực nghiệm (Low và cộng sự, 2015; García-Meca và cộng sự, 2015; Tariah, 2019).

*Giả thuyết H2: Sự đa dạng giới tính trong hội đồng quản trị có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

### 2.3.3. Sự kiêm nhiệm

Sự kiêm nhiệm được đo lường bằng biến giả, nghĩa là dữ liệu sẽ được phản ánh/ ghi nhận là 1 nếu thành viên hội đồng quản trị kiêm chức vụ tổng giám đốc của một tổ chức, nếu không có sự kiêm nhiệm thì ghi nhận là 0.

Gill và Mathur (2011), Võ Hồng Đức và Phan Bùi Gia Thủy (2013), Phan Bùi Gia Thủy và cộng sự (2017), Hoàng Thị Phương Anh và Nguyễn Ngọc Hồng Trang (2019), Phạm Hữu Hồng Thái và Phan Thị Mỹ Kiều (2018); Kanakriyah (2021) cho rằng, sự kiêm nhiệm cải thiện hoạt động kinh doanh của tổ chức.

Theo Boyd (1995), quyền kiêm nhiệm sẽ làm giảm tính độc lập trong hoạt động của tổ chức. Fama và Jensen (1983), Rouf (2011) nhận định

sự kiêm nhiệm có ảnh hưởng tiêu cực đến hội đồng quản trị của tổ chức. Trong khi Phạm Minh Vương và cộng sự (2021) cho rằng, sự kiêm nhiệm có mối tương quan nghịch biến với hiệu quả hoạt động kinh. Theo Donaldson và Davis (1991) nhận định sự tách biệt giữa thành viên hội đồng quản trị và tổng giám đốc công ty sẽ tạo cho việc quản lý được cải thiện với những quyền hành và khả năng tự quyết định tốt hơn.

*Giả thuyết H3: Sự kiêm nhiệm trong hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

### 2.3.4. Trình độ học vấn của thành viên hội đồng quản trị

Trình độ học vấn trong hội đồng quản trị được đo lường bằng tỷ lệ số lượng thành viên hội đồng quản trị có bằng cấp sau đại học trong tổng số thành viên hội đồng quản trị.

Một số nghiên cứu đã tìm thấy mối quan hệ cùng chiều giữa trình độ học vấn và hiệu quả hoạt động của công ty (Carpenter & Westphal, 2017; Setiyono & Tarazi, 2014). Ngoài ra, Brahma và cộng sự (2020) còn phân tích và ước lượng mức độ tác động của độ tuổi, trình độ học vấn của thành viên hội đồng quản trị là nữ và vị trí công việc đến hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, Kanakriyah (2021) nhận định trình độ học vấn của thành viên hội đồng quản trị có tác động ngược chiều đến hiệu quả kinh doanh.

*Giả thuyết H4: Trình độ học vấn trong hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

### 2.3.5. Thành viên độc lập

Thành viên độc lập trong hội đồng quản trị được đo lường bằng tỷ lệ thành viên độc lập trong tổng số thành viên hội đồng quản trị (Shawtari và cộng sự, 2017; Shukla và cộng sự, 2020). Căn cứ theo lý thuyết các bên liên quan, thành viên độc lập của hội đồng quản trị có thể hạn chế mức độ bất cân xứng của thông tin, giúp tăng tính minh bạch của báo cáo tài chính để bảo vệ lợi ích của các bên liên quan (Allini và cộng sự, 2016; Shawtari và cộng sự, 2017; Shukla và cộng sự, 2020; Kanakriyah, 2021) nhận thấy rằng, càng tăng tỷ lệ thành viên độc lập thì giá trị doanh nghiệp càng được gia tăng. Ngược lại, Hermalin và Weisbach (2003) nhấn mạnh rằng, mối quan hệ trên là tiêu cực trong khi Liu và

cộng sự (2015) nhận thấy, mối quan hệ là tích cực. Tuy nhiên, Mohapatra (2016) chứng minh rằng, các thành viên độc lập không ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng. Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H5: Thành viên độc lập trong hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

2.3.6. Sở hữu Nhà nước

Sở hữu Nhà nước được đo lường bằng biến giả, với 1 là có sở hữu Nhà nước, còn lại không có sở hữu Nhà nước là 0 (Zeitun, 2014; Iannotta và cộng sự, 2007; Son và cộng sự, 2015). Dựa trên lý thuyết người đại diện, Li (1994) xác nhận, các doanh nghiệp có sự gắn kết với Chính phủ có ít động lực hơn để kiểm soát các vấn đề của cơ quan. Trong khi đó, Zeitun (2014) cho rằng, quyền sở hữu của Chính phủ đối với các công ty mang lại sự bảo vệ tốt hơn và nhiều cơ hội kiếm được lợi nhuận hơn. Iannotta và cộng sự (2007) tìm ra ảnh hưởng tiêu cực của quyền sở hữu Chính phủ đối với hoạt động của doanh nghiệp. Son và cộng sự (2015) hỗ trợ các phát hiện của các nghiên cứu trước đây và thực hiện một nghiên cứu ở Việt Nam với mối quan hệ tiêu cực đáng kể giữa hiệu quả hoạt động của ngân hàng và quyền sở hữu của Chính phủ. Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H6: Sở hữu Nhà nước trong hội đồng quản trị có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại niêm yết.*

Tuy nhiên, các nghiên cứu trên chưa đề cập đến yếu tố sở hữu Nhà nước tác động đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại. Vì vậy ngoài các yếu tố được kế thừa từ các nghiên cứu trước, bài viết sẽ bổ sung yếu tố sở hữu Nhà nước vào mô hình nghiên cứu.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu bao gồm là 27 ngân hàng ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2010 đến 2020, nên mẫu nghiên cứu là  $27 * 11 = 297$  quan sát. Dữ liệu để phân tích được lấy từ báo cáo tài chính và báo cáo hàng năm và trang web của các ngân hàng, và cơ sở dữ liệu FiinPro.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm cụ thể là Kanakriyah (2021) và lý thuyết quản trị doanh nghiệp như lý thuyết người đại diện, lý thuyết quản lý, lý thuyết các bên có liên quan để đề xuất các yếu tố trong mô hình nghiên cứu, do đó nhóm tác giả xây dựng mô hình như sau:

$$tobinq_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 bsize_{i,t} + \beta_2 bgen_{i,t} + \beta_3 bdual_{i,t} + \beta_4 bedu_{i,t} + \beta_5 bind_{i,t} + \beta_6 gown_{i,t} + \beta_7 size_{i,t} + \beta_8 npl_{i,t} + \beta_9 lev_{i,t} + \mu_{i,t} \quad [1]$$

Trong đó: mô tả các biến được thể hiện ở bảng 1.

**Bảng 1.** Đo lường các yếu tố trong mô hình nghiên cứu

STT	Biến	Ký hiệu	Đo lường	Nguồn
1	Hiệu quả kinh doanh	TOBINQ	$Tobin's Q = \frac{\text{Giá trị thị trường của tổng nguồn vốn} \text{ Hoặc tổng tài sản}}{\text{Giá trị sổ sách của tổng nguồn vốn} \text{ Hoặc tổng tài sản}}$	Tobin (1958), Tian và Estrin (2008)
2	Quy mô hội đồng quản trị	BSIZE	Số lượng thành viên trong hội đồng quản trị	Kalsie và Shrivastav (2016)
3	Sự đa dạng giới tính	BGEN	Tỷ lệ tổng số lượng thành viên nữ trong tổng số thành viên hội đồng quản trị.	Tariah (2019), Brahma và cộng sự (2020)
4	Sự kiêm nhiệm	BDUAL	Biến giả; bằng 1 khi thành viên hội đồng quản trị kiêm tổng giám đốc; bằng 0: ngược lại	Kyereboah-Coleman và Biekpe (2006)
5	Trình độ học vấn	BEDU	Số lượng thành viên hội đồng quản trị có bằng cấp sau đại học trong tổng số thành viên hội đồng quản trị	Brahma và cộng sự (2020)



STT	Biến	Ký hiệu	Đo lường	Nguồn
6	Thành viên độc lập	BIND	Số lượng thành viên độc lập trong tổng số thành viên hội đồng quản trị	Shawtari và cộng sự (2017), Shukla và cộng sự (2020)
7	Sở hữu nhà nước	GOWN	Đo lường bằng biến giả, nghĩa là 1 là có sở hữu nhà nước, còn lại không có sở hữu nhà nước là 0	Zeitun (2014), Micco và cộng sự (2007), Iannotta và cộng sự (2007), Son và cộng sự (2015)
8	Quy mô ngân hàng	SIZE	$\ln(\text{tổng tài sản})$	Luttmer (2010), Quoc Trung (2021)
9	Nợ xấu	NPL	$\frac{\text{Nợ xấu}}{\text{Tổng dư nợ cho vay}} * 100\%$	Oganda và cộng sự (2019), Patwary và Tasneem (2019)
10	Tỷ lệ đòn bẩy	LEV	$\frac{\text{Tổng nợ}}{\text{Vốn chủ sở hữu}} * 100\%$	Drake và Fabozzi (2010)

### 3.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng: Mô hình hồi quy bình phương tối thiểu gộp (Pooled OLS), mô hình tác động cố định (FEM), mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) và để ước lượng các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại, từ đó lựa chọn mô hình phù hợp (FEM hoặc REM).

Tuy nhiên, nếu các khuyết tật của mô hình vẫn tồn tại, nhóm tác giả sẽ sử dụng phương pháp bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) để khắc phục các vi phạm của giả định hồi quy.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1. Kết quả nghiên cứu

Thống kê mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu được trình bày trong bảng 1.

**Bảng 1.** Thống kê mô tả các biến trong mô hình

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị Lớn nhất
TOBINC (hiệu quả kinh doanh)	297	0,748	0,180	1,810
BSIZE (quy mô hội đồng quản trị)	297	7,242	4,000	15,000
BGEN (đa dạng giới tính)	297	0,198	0,000	0,710
BDUAL (sự kiêm nhiệm)	297	0,589	0,000	1,000
BEDU (trình độ học vấn)	297	0,452	0,000	1,000
BIND (thành viên độc lập)	297	0,845	0,500	1,000
GOWN (sở hữu nhà nước)	297	0,343	0,000	1,000
SIZE (quy mô ngân hàng)	297	31,699	15,780	34,960
LEV (tỷ lệ đòn bẩy)	297	11,244	0,110	36,110
NPL (tỷ lệ nợ xấu)	297	0,022	0,0002	0,090

Kết quả cho thấy, một số ngân hàng thương mại trong mẫu nghiên cứu vẫn chưa đạt được số lượng thành viên tối đa theo Điều 62, Luật Luật số: 47/2010/QH12-Luật các Tổ chức tín dụng bao gồm các ngân hàng ACB-2010; ACB-2013; ACB-2015; Agribank-2018; CTG-2020;

MBB-2018 (gồm 11 thành viên). Tỷ lệ nữ là thành viên hội đồng quản trị có tỷ lệ thấp, một số ngân hàng không có thành viên nữ hoặc chỉ có 1 thành viên nữ trong hội đồng quản trị như ngân hàng Agribank, EIB, PGB. Đa phần các ngân hàng có sự kiêm nhiệm, điều này giúp cho

sự đồng nhất từ chính sách từ hội đồng quản trị đến sự điều hành quản lý trong doanh nghiệp. Trình độ học vấn của các thành viên hội đồng quản trị chủ yếu là tốt nghiệp cử nhân, còn khả năng đạt các trình độ thạc sĩ và tiến sĩ thì vẫn còn hạn chế. Các ngân hàng có các thành viên độc lập chiếm số lượng chủ yếu trong thành viên hội đồng quản trị, có thể hạn chế mức độ bất cân xứng của thông tin, giúp tăng tính minh bạch của báo cáo tài chính để bảo vệ lợi ích của các bên liên quan. Đồng thời, có thể tận dụng được nguồn lực từ bên ngoài để hỗ trợ cho sự

phát triển của ngân hàng dựa trên mối quan hệ giữa các thành viên độc lập trong hội đồng quản trị. Nhà nước vẫn đóng vai trò góp vốn cũng như điều tiết tại một số ngân hàng trong những giai đoạn cần kiểm soát và tái cơ cấu để phù hợp với chính sách cũng như chiến lược cho sự phát triển của hệ thống ngân hàng. Các ngân hàng luôn có xu hướng mở rộng quy mô để giành lợi thế trong việc cạnh tranh, đặc biệt là thu hút nguồn huy động vốn. Các ngân hàng thương mại đang cố gắng cải thiện và duy trì tỷ lệ nợ xấu theo quy định của ngân hàng Nhà nước.

**Bảng 2.** Ma trận hệ số tương quan và hệ số VIF

	TOBINQ	BSIZE	BGEN	BDUAL	BEDU	BIND	GOWN	SIZE	LEV	VIF
TOBINQ	1									
BSIZE	-0,4943	1								1,49
BGEN	-0,1390	-0,0652	1							1,23
BDUAL	0,2204	-0,0060	-0,0575	1						1,57
BEDU	0,0381	-0,0616	0,0877	0,1480	1					1,14
BIND	0,2064	-0,1136	-0,1971	-0,5222	-0,0639	1				1,89
GOWN	0,0930	0,2000	0,0187	0,1494	0,2491	-0,0655	1			1,19
SIZE	0,0140	0,1985	-0,1566	0,2606	0,0875	-0,3961	0,1890	1		1,53
LEV	-0,0889	0,1262	0,1194	-0,0136	0,1542	-0,0653	0,0072	0,3044	1	1,20
NPL	0,6085	-0,4905	-0,0412	0,1248	0,1043	0,1645	0,0289	-0,0124	-0,0274	1,47

Bảng 2 thể hiện kết quả ma trận hệ số tương quan và kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình nghiên cứu. Hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra khi hai hoặc nhiều yếu tố dự báo trong mô hình có mối tương quan với nhau (Quoc Trung, 2021). Hiện tượng đa cộng tuyến được đo lường bằng các yếu tố lạm phát phương sai (VIF). Theo Hair và cộng sự (2010), nếu giá trị VIF vượt quá 4,0 hoặc dung sai nhỏ hơn 0,2 thì tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến. Tuy nhiên, một số tác giả khác cho rằng, đa cộng tuyến sẽ xảy ra khi giá trị VIF vượt quá 10 (Montgomery

và cộng sự, 2001). Trong bài báo này, VIF nhỏ hơn 4,0, do đó trong mô hình, các ước lượng của hệ số hồi quy là đáng tin cậy và ổn định (Bảng 2). Điều đó dẫn đến kết quả không tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Đồng thời, kết quả bảng 2 cho thấy, hệ số tương quan giữa các biến độc lập không quá lớn (nhỏ hơn 0,8) cho thấy, hiện tượng đa cộng tuyến có khả năng không tồn tại trong mô hình nghiên cứu (Barton & Peat, 2014; Young, 2017). Đồng thời, ma trận hệ số tương quan còn thể hiện sự tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập.

**Bảng 3.** Kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi và Kiểm định hiện tượng tự tương quan

Kiểm định Breusch-Pagan cho phương sai sai số thay đổi	Kiểm định hiện tượng tự tương quan (Wooldridge test for autocorrelation in panel data)
chi2(1) = 559,43	F(1,34) = 15,515
Prob > chi2 = 0,000	Prob > F = 0,0005

Bảng 3 phản ánh kết quả kiểm định phương sai sai số thay đổi và Kiểm định hiện tượng tự tương quan. Giá trị p-values của cả hai kiểm định nhỏ hơn 5%, mô hình tồn tại phương sai thay đổi và hiện tượng tự tương quan. Nghiên cứu sử dụng phương pháp bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) để khắc phục các khuyết tật của mô hình.

**4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Sau khi thực hiện các kiểm định, kết quả của mô hình nghiên cứu theo phương pháp hồi quy bình phương tổng quát khả thi được thể hiện ở bảng 4.

**Bảng 4.** Kết quả hồi quy mô hình theo phương pháp FGLS

Biến	Hệ số hồi quy	Giá trị p-value
Quy mô hội đồng quản trị	-0,2267	0,0000
Đa dạng giới tính	-0,3946	0,3090
Sự kiêm nhiệm	0,8110	0,0000
Trình độ học vấn	-0,4051	0,0740
Thành viên độc lập	3,0298	0,0000
Sở hữu nhà nước	0,3458	0,0040
Quy mô ngân hàng	0,0531	0,0230
Tỷ lệ đòn bẩy	-0,0103	0,4640
Tỷ lệ nợ xấu	0,5683	0,0000

Mô hình có 6 biến mang ý nghĩa thống kê tác động đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam, trong đó, các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị bao gồm quy mô hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm, thành viên độc lập trong hội đồng quản trị và sở hữu Nhà nước. Ngoài ra, các biến quy mô ngân hàng, đòn bẩy và tỷ lệ nợ xấu cũng có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam.

Đối với yếu tố quy mô hội đồng quản trị (bsize), hệ số hồi quy của yếu tố này bằng -0,227 nhỏ hơn 0, nên quy mô hội đồng quản trị có tác động ngược chiều đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi quy mô hội đồng quản trị tăng 1 đơn vị thì hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết sẽ giảm 0,2267 đơn vị. Kết quả nghiên cứu phù hợp với lý thuyết quản lý và các nghiên cứu của Andres và cộng sự (2005), Mak và Kusnadi (2005).

Đối với yếu tố sự kiêm nhiệm (dual), hệ số hồi quy của yếu tố này bằng 0,8110 lớn hơn 0, nên sự kiêm nhiệm có tác động cùng chiều đến

hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi sự kiêm nhiệm tăng 1 đơn vị thì hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết sẽ tăng 0,8110 đơn vị. Sự kiêm nhiệm thể hiện sự hội tụ về quyền lực nên sẽ giảm chi phí điều hành (Fama, 1980). Đồng thời, họ sẽ bảo vệ được quyền lợi của chủ sở hữu (Jensen & Meckling, 1976). Khi CEO đồng thời là chủ tịch hội đồng quản trị sẽ chú trọng đến lợi ích của công ty hơn lợi ích cá nhân nên họ sẽ cố gắng giảm thiểu chi phí đại diện và đảm bảo lợi ích của các bên có liên quan (Donaldson & Davis, 1991; Ong & Lee, 2000).

Thành viên độc lập trong hội đồng quản trị có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết có hệ số hồi quy dương là 3,030. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi thành viên độc lập trong hội đồng quản trị tăng 1 đơn vị thì hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết sẽ tăng 3,030 đơn vị. Điều này cho thấy những thành viên độc lập sẽ dễ dàng tiếp cận các nguồn lực bên ngoài hơn so với các thành viên bên trong, do họ có các mối quan hệ xã hội hoặc họ nắm giữ một số chức vụ ở các

công ty khác để có thể hỗ trợ cho hoạt động của ngân hàng (Pfeffer & Salancik, 2003).

Một đóng góp của nghiên cứu là nhấn mạnh vai trò và tác động của sở hữu Nhà nước trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Yếu tố này có hệ số hồi quy dương nên trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi sở hữu Nhà nước tăng 1 đơn vị thì hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết sẽ tăng 0,346 đơn vị. Kết quả nghiên cứu phù hợp với nghiên cứu của Zeitun (2014). Ở các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, hệ thống ngân hàng thương mại là xương sống của nền kinh tế, do đó, Chính phủ cần có sự quản lý, điều tiết và kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo hệ thống hoạt động hiệu quả, tránh những rủi ro hệ thống có thể ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế.

Quy mô ngân hàng có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam, do hệ số hồi quy bằng 0,053 (dương). Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi quy mô ngân hàng tăng 1 đơn vị thì hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết sẽ tăng 0,053 đơn vị. Kết quả nghiên cứu phù hợp với giả thuyết ban đầu và các nghiên cứu của Bourke (1989), Molyneux và Thornton (1992), Akhavein và cộng sự (1997), Bikker và Hu (2002), Goddard và cộng sự (2004), Iannotta và cộng sự (2007), Elsas và cộng sự (2010), Flamini và cộng sự (2009).

## Tài liệu tham khảo

- Adams, R. B., & Ferreira, D. (2007). A Theory of Friendly Boards. *The Journal of Finance*, *LXII*(1), 217-250. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2007.01206.x>
- Atmaja, L. Y. (2008). Does Board Size Really Matter? Evidence from Australia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, *10*(3), 331-352. doi:10.22146/gamaijb.5559
- Akhavein, J. D., Berger, A. N., & Humphrey, D. B. (1997). The Effects of Megamergers on Efficiency and Prices: Evidence from a Bank Profit Function. *Review of Industrial Organization*, *12*(1), 95-139. doi:10.1023/A:1007760924829
- Allini, A., Rossi, F. M., & Hussainey, K. (2016). The board's role in risk disclosure. An exploratory study of Italian listed State-Owned Enterprises. *Public Money & Management*, *36*(2), 113-120. doi:10.1080/09540962.2016.1118935
- Andres, P. d., Azofra, V., & Lopez, F. (2005). Corporate Boards in OECD Countries: size, composition, functioning and effectiveness. *Corporate Governance An International Review*, *13*(2), 197-210. doi:10.1111/j.1467-8683.2005.00418.x

## 5. Kết luận và khuyến nghị

Bài viết ước lượng tác động của các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại; trong đó, đặc biệt nhấn mạnh vai trò của sở hữu Nhà nước tại Việt Nam. Bằng việc sử dụng phương pháp bình phương tối thiểu tổng quát khả thi (FGLS) nghiên cứu đã xác định 6 biến có ý nghĩa thống kê, bao gồm các yếu tố thuộc đặc điểm hội đồng quản trị bao gồm quy mô hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm, thành viên độc lập trong hội đồng quản trị và sở hữu Nhà nước. Vì vậy, hội đồng quản trị có vai trò quan trọng trong việc cải thiện hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam. Đặc biệt là thành viên độc lập có tác động mạnh nhất đến hiệu quả kinh doanh, do đó, số lượng thành viên độc lập cần được gia tăng nhằm mục đích ngân hàng có thể tận dụng nguồn lực bên ngoài một cách tối ưu để hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động của ngân hàng. Ngoài ra, các biến quy mô ngân hàng, đòn bẩy và tỷ lệ nợ xấu cũng có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần niêm yết tại Việt Nam.

Mặc dù đạt được những kết quả nhất định, bài viết vẫn gặp phải những hạn chế nhất định như chưa phân loại các ngân hàng theo độ lớn của quy mô và loại hình ngân hàng. Chưa xem xét yếu tố tác động bên ngoài như đại dịch Covid-19 đến hiệu quả hoạt động. Một số đặc điểm của hội đồng quản trị chưa được xem xét như số cuộc họp của hội đồng quản trị, thành viên hội đồng quản trị là người nước ngoài và các cấu trúc sở hữu khác như tổ chức, cá nhân và nước ngoài.

- Bikker, J. A., & Hu, H. (2002). Cyclical Patterns in Profits, Provisioning and Lending of Banks and Procyclicality of the new Basel Capital Requirements. *BNL Quarterly Review*, 55(221), 143-175.
- Bourke, P. (1989). Concentration and Other Determinants of Bank Profitability in Europe, North America and Australia. *Journal of Banking and Finance*, 13, 65-7. [https://doi.org/10.1016/0378-4266\(89\)90020-4](https://doi.org/10.1016/0378-4266(89)90020-4)
- Boyd, B. K. (1995). CEO duality and firm performance: A contingency model. *Strategic Management Journal*, 16(4), 301-312. doi:10.1002/smj.4250160404
- Brahma, S., Nwafor, C., & Boateng, A. (2020). Board Gender Diversity and Firm Performance: The UK evidence. *International Journal of Finance and Economics*, 26(4), 1-16. doi:10.1002/ijfe.2089
- Carpenter, M., & Westphal, J. (2017). The Strategic Context of External Network ties: Examining the Impact of Director Appointments on Board Involvement in Strategic Decision Making. *Academy of Management*, 44(4), 639-660. <https://doi.org/10.5465/3069408>
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., & Donaldson, R. (1997). Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20-47. <https://doi.org/10.2307/259223>
- Drake, P. P., & Fabozzi, F. J. (2010). *The basics of finance: An introduction to financial markets, business finance, and portfolio management* (Vol. 192). John Wiley & Sons.
- Donaldson, L. (1990). The Ethereal Hand: Organizational Economics and Management Theory. *Academy of Management Review*, 15(3), 369-381. <https://doi.org/10.2307/258013>
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49-65. doi:10.1177/031289629101600103
- Elsas, R., Hackethal, A., & Holzhäuser, M. (2010). The Anatomy of Bank Diversification. *SSRN Electronic Journal*, 34(6), 1274-1287. doi:10.1016/j.jbankfin.2009.11.024
- Fama, E. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307.
- Fama, E., & Jensen, M. (1983). Agency Problems and Residual Claims. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 327.
- Flamini, V., McDonald, C., & Schumacher, L. (2009). Determinants of profitability in Sub-Saharan Africa. 1-30. IMF: *IMF Working Paper* NO 09/15. <http://dx.doi.org/10.5089/9781451871623.001>
- García-Meca, E., García-Sánchez, I. M., & Martínez-Ferrero, J. (2015). Board diversity and its effects on bank performance: An international analysis. *Journal of Banking and Finance*, 53, 202-214.
- Goddard, John, Molyneux, Philip, & Wilson, John O. S. (2004). The Profitability of European Banks: A Cross-Sectional and Dynamic Panel Analysis. *Manchester School*, 72(3), 363-381. doi:10.1111/j.1467-9957.2004.00397.x
- Gill, A., & Mathur, N. (2011). The Impact of Board Size, CEO Duality, and Corporate Liquidity on the Profitability of Canadian Service Firms. *Journal of Applied Finance and Banking*, 1(3), 1-6. [https://ideas.repec.org/a/spt/apfiba/v1y2011i3f1\\_3\\_6.html](https://ideas.repec.org/a/spt/apfiba/v1y2011i3f1_3_6.html)
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2011). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433.
- Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S. (2003). Boards of directors as an endogenously determined institution: A survey of the economic literature. *Federal Reserve Bank of New York Policy Review*, 9(1), 7-26. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=794804](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=794804)
- Hoàng Thị Phương Anh, & Nguyễn Ngọc Hồng Trang. (2019). Ảnh hưởng của đa dạng giới trong hội đồng quản trị đến thành quả hoạt động của các doanh nghiệp được niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt*, 9(1), 31-48. doi:<http://tckh.dlu.edu.vn/index.php/tckhdhdl/article/view/463>
- Iannotta, G., Nocera, G., & Sironi, A. (2007). Ownership structure, risk and performance in the European banking industry. *Journal of Banking and Finance*, 31(7), 2127-2149. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.07.013>
- Jackling, B., & Johl, S. (2009). Board Structure and Firm Performance: Evidence from India's Top Companies. *Corporate Governance: An International Review*, 17(4), 492-509. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2009.00760.x>
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14(3), 8-21. <https://doi.org/10.2307/3857812>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Kalsie, A., & Shrivastav, S. M. (2016). Analysis of Board Size and Firm Performance: Evidence from NSE Companies Using Panel Data Approach. *Indian Journal of Corporate Governance*, 9(2), 148-172. doi:DOI: 10.1177/0974686216666456

- Kanakriyah, R. (2021). The Impact of Board of Directors' Characteristics on Firm Performance: A Case Study in Jordan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 0341-0350. doi:doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0341
- Kyereboah-Coleman, A., & Biekpe, N. (2006). Do boards and CEOs matter for bank performance? A comparative analysis of banks in Ghana. *Journal of Corporate Ownership and Control*, 4(1), 119-126.
- Li, J. (1994). Ownership Structure and Board Composition: A Multi-Country Test of Agency Theory Predictions. *Managerial and Decision Economics*, 15(4), 359-368. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2487721>
- Liu, Y., Miletkov, M. K., Wei, Z., & Yang, T. (2015). Board independence and firm performance in China. *Journal of Corporate Finance*, 30(2015), 223-244. doi:10.1016/j.jcorpfin.2014.12.004
- Low, D. C., Roberts, H., & Whiting, R. H. (2015). Board gender diversity and firm performance: Empirical evidence from Hong Kong, South Korea, Malaysia and Singapore. *Pacific-Basin Finance Journal*, 35(Part A), 381-401. doi:10.1016/j.pacfin.2015.02.008
- Luttmer, E. (2010). Models of Growth and Firm Heterogeneity. *Annual Review of Economics*, 2(1), 547-576.
- Mak, Y., & Kusnadi, Y. (2005). Size Really Matters: Further Evidence on the Negative Relationship between Board Size and Firm Value. *Pacific-Basin Finance Journal*, 13, 301-318. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2004.09.002>
- Manna, A., Sahu, T. N., & Pandey, K. D. (2020). Board size, multiple directorship and performance of Indian listed firms. *Int. J. Economics and Business Research*, 19(2), 111-129. doi:10.1504/IJEBR.2020.104754
- Mertzanis, C., Basuony, M., & Mohamed, E. K. (2019). Social Institutions, Corporate Governance and Firm-Performance in the MENA Region. *Research in International Business and Finance*, 48(April 2019), 75-96. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2018.12.005>
- Micco, A., Panizza, U., & Yanez, M. (2007). Bank ownership and performance. Does politics matter? *Journal of Banking & Finance*, 31(1), 219-241.
- Mohapatra, P. (2016). Board independence and firm performance in India. *International Journal of Management Practice*, 9(3), 317-332. doi:10.1504/IJMP.2016.077834
- Molyneux, P., & Thornton, J. (1992). Determinants of European Bank Profitability: a Note. *Journal of Banking and Finance*, 16(6), 1173-1178. [https://doi.org/10.1016/0378-4266\(92\)90065-8](https://doi.org/10.1016/0378-4266(92)90065-8)
- Montgomery, D., Peck, E., & Vining, G. (2001). *Introduction to Linear Regression Analysis* (3 ed., Vols. ISBN-13: 978-0471315650). New York, USA: Jon Wiley and Sons.
- Ogando, N. S., Ferron, F., Decroly, E., Canard, B., Posthuma, C. C., & Snijder, E. J. (2019). The curious case of the nidovirus exoribonuclease: its role in RNA synthesis and replication fidelity. *Frontiers in Microbiology*, 10, 1813.
- Ong, C., & Lee, S. (2000). Board Functions and Firm Performance: A Review and Directions for Future Research. *Journal of Comparative International Management*, 3(1), 3-24.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (2003). *The external control of organizations: a resource dependence perspective*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Patwary, M. S. H., & Tasneem, N. (2019). Impact of non-performing loan on profitability of banks in Bangladesh: A study from 1997 to 2017. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(1), 13-27.
- Phạm Hoàng Ân (2019). Tác động của quản trị công ty đến rủi ro của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam. *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*, 20(2019), 1-6.
- Phạm Hữu Hồng Thái, & Phan Thị Mỹ Kiều (2018). Quy mô hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm của giám đốc điều hành và giá trị doanh nghiệp. *Tạp chí Tài chính*, Tháng 3(2018), 1-5.
- Phạm Minh Vương, Nguyễn Thị Như Trinh, & Nguyễn Thị Khánh Du (2021). Đặc điểm hội đồng quản trị và hiệu quả tài chính doanh nghiệp: Nghiên cứu thực nghiệm với các công ty niêm yết tại Việt Nam. *Tạp chí Công thương*, 6(3), 1-6.
- Phan Bùi Gia Thủy, Trần Đức Tài, & Trần Thị Tú Anh (2017). Ảnh hưởng của đặc điểm tổng giám đốc điều hành đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM*, 12(2), 205-217.
- Quoc Trung, N. K. (2021). Determinants of bank performance in Vietnamese commercial banks: an application of the camels model. *Cogent Business and Management*, 8(1), 1-35. doi:10.1080/23311975.2021.1979443
- Rouf, M. A. (2011). The relationship between corporate governance and value of the firm in developing countries: Evidence from Bangladesh. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 5(3), 237-244.
- Sahu, T. N., & Manna, A. (2013). Impact of board composition and board meeting on firms' performance: A study of selected Indian companies. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, 10(2), 99-112.

- Setiyono, B., & Tarazi, A. (2014). Does diversity of bank board members affect performance and risk? Evidence from an emerging market. *Corporate Governance in Banking and Investor Protection*, 185-218. doi:doi.org/10.1007/978-3-319-70007-6\_9
- Shawtari, F. A., Har Sani Mohamad, M., Abdul Rashid, H. M., & Ayedh, A. M. (2017). Board characteristics and real performance in Malaysian state-owned enterprises (SOEs). *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(8), 1064-1086. doi:doi.org/10.1108/IJPPM-12-2015-0188
- Shukla, A., Narayanasamy, S., Ayyalusamy, K., & Pandya, S. (2020). Influence of independent directors on the market risks of Indian banks. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 31-49. <https://doi.org/10.1108/JABS-01-2020-0010>.
- Son, N. H., Tu, T. T., Cuong, D. X., Ngoc, L. A., & Khanh, P. B. (2015). Impact of Ownership Structure and Bank Performance-An Empirical Test in Vietnamese Banks. *International Journal of Financial Research*, 6(4), 123-133. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v6n4p123>
- Tariah, I. (2019). Board Diversity, Composition and Firm Performance: Do Gender and Ethnic Diversity influence Firm Performance? *SSRN Electronic Journal*, 1-23. doi:http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3378395
- Trần Thị Thanh Tú, & Phạm Bảo Khánh (2013). Quản trị công ty trong ngân hàng nghiên cứu điển hình tại ngân hàng thương mại cổ phần và ngân hàng thương mại nhà nước. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 29(4), 63-70.
- Tian, L., & Estrin, S. (2008). Retained state shareholding in Chinese PLCs: does government ownership always reduce corporate value? *Journal of Comparative Economics*, 36(1), 74-89.
- Tobin, J. (1958). Liquidity preference as behavior towards risk. *The review of Economic Studies*, 25(2), 65-86.
- Ujunwa, A., Nwakoby, I., & Ugbam, C. O. (2012). Corporate Board Diversity and Firm Performance: Evidence from Nigeria. *Corporate Ownership and Control*, 9(2-1), 216-226. <https://doi.org/10.22495/cocv9i2c1art6>
- Võ Hồng Đức, & Phan Bùi Gia Thủy (2013). Quyền kiểm soát, kinh nghiệm của hội đồng quản trị và vai trò điều tiết của cơ hội tăng trưởng đối với hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. *Tạp chí Khoa học*, 8(2), 52-65.
- Young, D. (2017). *Handbook of regression methods*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Zeitun, R. (2014). Corporate governance, capital structure and corporate performance: evidence from GCC countries. *Review of Middle East Economics and Finance*, 10(1), 75-96. <https://doi.org/10.1515/rmeef-2012-0028>



## THE RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL MANAGEMENT AND THE OPERATIONAL EFFICIENCY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN HO CHI MINH CITY

Vo Thi Thu Ha<sup>1\*</sup>, Nguyen Thi Kieu Oanh<sup>1</sup>, Vo Thi Truc Dao<sup>1</sup>, Chu Thi Thuong<sup>1</sup>, Le Van Tuan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>University of Finance – Marketing

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.284</p> <p><i>Received:</i> May 19, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> August 1, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Cash management; Inventory management; Small and medium enterprises; Financial Management; Receivable management.</p>	<p>The article was conducted to establish the relationship between financial management and performance of small and medium enterprises in Ho Chi Minh City. The variables are accounting information system, cash management, receivable management, inventory management, fixed asset management, financial planning, financial reporting, and analysis. The independent variables are used to measure financial performance (dependant variable). The article shows that the combined effectiveness of financial management (financial planning, cash management, and receivables management) has a positive relationship between financial management and the performance of the company. organization. The article also confirms the effective financial management factor structure of the observed and latent variables. Policymakers and SME owners can use these findings as a way to improve the business performance of SMEs in HCMC as SMEs are major contributors to the economy. Vietnam economy. Owners of small and medium-sized businesses should develop a positive attitude towards the application of financial management to achieve the desired business performance.</p>

\*Corresponding author:

Email: [vtt.ha@ufm.edu.vn](mailto:vtt.ha@ufm.edu.vn)





## MỐI QUAN HỆ GIỮA QUẢN LÝ TÀI CHÍNH VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Võ Thị Thu Hà<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Kiều Oanh<sup>1</sup>, Võ Thị Trúc Đào<sup>1</sup>, Chu Thị Thương<sup>1</sup>, Lê Văn Tuấn<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.284</p> <p>Ngày nhận: 19/05/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 01/08/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Doanh nghiệp nhỏ và vừa; Quản lý tài chính; Quản trị hàng tồn kho; Quản trị tiền mặt; Quản trị phải thu.</p>	<p>Bài viết này được thực hiện nhằm thiết lập mối quan hệ quản lý tài chính và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TPHCM. Các biến là hệ thống thông tin kế toán, quản trị tiền mặt, quản trị nợ phải thu, quản trị hàng tồn kho, quản trị tài sản cố định, lập kế hoạch tài chính, báo cáo và phân tích tài chính. Các biến độc lập được sử dụng để đo lường hiệu quả hoạt động tài chính (biến phụ thuộc). Bài viết chỉ ra rằng hiệu quả tổng hợp của quản lý tài chính (lập kế hoạch tài chính, quản trị tiền mặt và quản trị các khoản phải thu) có mối quan hệ thuận chiều giữa quản lý tài chính và hiệu quả hoạt động của tổ chức. Bài viết cũng khẳng định cấu trúc nhân tố quản lý tài chính hiệu quả của các biến quan sát và các biến tiềm ẩn. Các nhà hoạch định chính sách và chủ sở hữu các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể sử dụng những phát hiện này như một cách để cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TPHCM vì các doanh nghiệp nhỏ và vừa là những người đóng góp lớn cho nền kinh tế Việt Nam. Chủ sở hữu của các doanh nghiệp nhỏ và vừa nên xây dựng một thái độ tích cực đối với việc áp dụng các quản lý tài chính để đạt được hiệu quả kinh doanh mong muốn</p>

### 1. Đặt vấn đề

Theo Meredith (1986) quản trị tài chính là một trong nhiều lĩnh vực chức năng của quản lý nhưng nó là trọng tâm của sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nhỏ nào. Định nghĩa này nhấn mạnh vai trò và vị trí trung tâm của quản trị tài chính trong mối quan hệ với các lĩnh vực quản lý kinh doanh cụ thể khác. Hình 1 mô tả vai trò và vị trí trung tâm của quản trị tài chính

trong mối quan hệ với các lĩnh vực quản lý kinh doanh cụ thể.

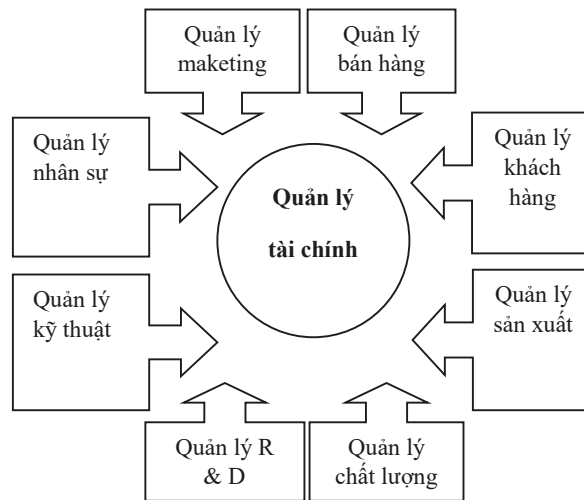
Việc quản lý tài chính không hiệu quả có thể làm tổn hại đến lợi nhuận của doanh nghiệp nhỏ và vừa, và do đó, khó khăn của các doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ trở nên lớn hơn. Ngược lại, quản lý tài chính hiệu quả sẽ giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng cường khả năng sinh lời và nhờ đó, những khó khăn này có thể được khắc phục phần nào. Hầu hết các ngân hàng thương mại từ chối cho vay đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, vì các ngân hàng này cho rằng, khả năng sinh lời của doanh nghiệp nhỏ và vừa không đủ để bù đắp rủi ro

\*Tác giả liên hệ:

Email: vtt.ha@ufm.edu.vn

cho vay. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có bất kỳ nghiên cứu nào về khả năng sinh lời của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam. Thực hiện nghiên cứu như vậy sẽ cho phép các ngân hàng thương mại đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp nhỏ và vừa, và đưa ra quyết định cấp các khoản vay cho các doanh nghiệp

nhỏ và vừa. Ngoài ra, khi sở giao dịch chứng khoán được thành lập tại Việt Nam, việc thực hiện nghiên cứu khả năng sinh lời của doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa cải thiện hiệu quả hoạt động và củng cố quản lý tài chính để chuẩn bị tham gia niêm yết trên sàn chứng khoán.



**Hình 1.** Vị trí trung tâm và vai trò của quản trị tài chính

*Nguồn: Thông qua vai trò quản trị tài chính trung ương (Meredith, 1986)*

**2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu**

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt và sự biến động của tình hình dịch bệnh Covid-19 kéo dài, các doanh nghiệp có sự phát triển không tương đồng nên tạo ra sự phân hóa mạnh mẽ về giá trị của doanh nghiệp. Nguyên nhân cụ thể do các yếu tố bên trong doanh nghiệp (hiệu quả tài chính, triển vọng tăng trưởng, đặc điểm quản trị công ty...) có đặc điểm hoàn toàn khác biệt với các doanh nghiệp khác bị tác động bởi các yếu tố bên ngoài như tình hình vĩ mô, yếu tố đặc thù ngành. Đồng thời trong các yếu tố bên trong là hiệu quả tài chính đã đóng vai trò then chốt trong xác định giá trị của công ty. Vì thế, tại Việt Nam cũng có khá nhiều nghiên cứu về hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp như: Võ Thị Tuyết Hằng (2015), Chu Thị Thu Thủy và cộng sự (2015), nhưng những nghiên cứu này chưa đi sâu vào nghiên cứu hiệu quả của các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do đó, vấn đề cần giải quyết trong nghiên cứu này là điều tra tác động đồng thời của các thông lệ quản lý tài chính và đặc điểm tài chính đối với hiệu

quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa, từ đó xác định các biện pháp tốt nhất để cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam bằng cách sử dụng các công cụ quản lý tài chính hiệu quả.

Nghiên cứu của các tác giả Phạm Thị Hồng Quyên và Nguyễn Thị Thanh Bình (2018) về các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa đã thực hiện khảo sát 67 doanh nghiệp nhỏ và vừa và đưa ra được các nhân tố chính là quy mô, tốc độ tăng trưởng, khả năng sinh lời, tính liên kết ngành của doanh nghiệp, tuy nhiên mẫu khảo sát nhỏ nên chỉ thấy được mức độ ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nghiên cứu của các tác giả Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011) cũng nghiên cứu các nhân tố tác động đến hiệu quả doanh nghiệp nhỏ và vừa, kết quả nghiên cứu đưa ra được các nhân tố mức độ tiếp cận chính sách hỗ trợ của Chính phủ, trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, các mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp và tốc độ tăng

doanh thu ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nghiên cứu của Nguyễn Lê Thanh Tuyền (2013) thực hiện nhằm đánh giá tác động của các yếu tố như cơ cấu vốn, quy mô công ty, tốc độ tăng trưởng, đầu tư vào tài sản cố định, quản trị nợ phải thu khách hàng, rủi ro kinh doanh và thời gian hoạt động của doanh nghiệp với quy mô mẫu là 45 công ty sản xuất ngành sản xuất chế biến thực phẩm trong giai đoạn 2010 đến 2012. Kết quả chạy hồi quy bình phương bé nhất cho thấy, biến tốc độ tăng trưởng tỷ lệ thuận với hiệu quả tài chính còn các biến quản trị nợ phải thu, đầu tư vào tài sản cố định, cơ cấu vốn, rủi ro kinh doanh tác động ngược chiều với hiệu quả tài chính.

Bên cạnh đó, Chu Thị Thu Thủy và cộng sự (2015) đã xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của công ty từ đó đưa ra một số gợi ý đối với các nhà quản trị để nâng cao hiệu quả tài chính.

Tương tự, cũng là nghiên cứu trong ngành xây dựng, Võ Thị Tuyết Hằng (2015) sử dụng mẫu với 107 doanh nghiệp ngành xây dựng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2010 – 2013. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra quy mô doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng, cấu trúc vốn và quản lý khoản phải thu có tác động đến hiệu quả tài chính. Hiệu quả tài chính được thể hiện qua khả năng của doanh nghiệp có thể khai thác được thị trường bằng nguồn lực hữu hạn của mình. Như vậy, hiệu quả tài chính thể hiện tình trạng tài chính của tổ chức trong một khoảng thời gian được đo lường. Hiệu quả tài chính có thể được sử dụng để đánh giá các công ty khác từ cùng một ngành nghề hoặc để so sánh các ngành trong tổng thể. Quản lý rủi ro và tăng lợi nhuận của một công ty trong phạm vi tuân thủ quản trị công ty là bản chất của việc đưa ra các quyết định đúng đắn.

Margaritis và Psillaki (2010) nghiên cứu tác động của cấu trúc vốn, quyền sở hữu, đầu tư vào tài sản cố định đến hiệu quả kinh doanh của các công ty Pháp trong lĩnh vực công nghiệp như dệt may, dược phẩm, máy tính, nghiên cứu

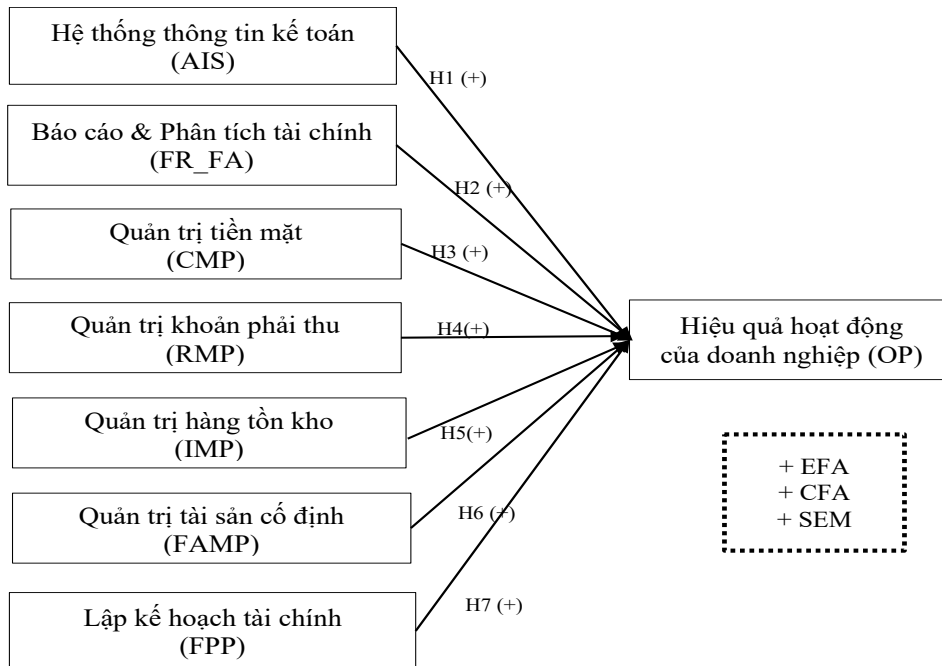
và phát triển. Kết quả nghiên cứu thể hiện mối quan hệ nhân quả giữa tỷ lệ nợ và hiệu quả tài chính. Nghiên cứu của Binam và các cộng sự (2003, 2004), Chu và Kalirajan (2011) đưa ra các nhân tố tác động đến hiệu quả là lao động, vốn, thời gian lao động. Các tác giả này cho rằng thời gian hoạt động tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động.

Tác giả Admassie và Matambalya (2002) nghiên cứu cũng đưa các nhân tố thời gian hoạt động của doanh nghiệp, qui mô doanh nghiệp hay cơ cấu vốn... là các nhân tố tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Và nhiều các nghiên cứu khác về các nhân tố ảnh hưởng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp cũng đã nhấn mạnh tầm quan trọng của vốn vay đến hiệu quả kinh doanh (Jensen & Meckling, 1986).

Qua các nghiên cứu trước trong và ngoài nước, nhóm tác giả nhận định được mối quan hệ giữa quản lý tài chính và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TPHCM. Cụ thể, và đã xây dựng mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu như sau:

- H1: Hệ thống thông tin kế toán có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (AIS)
- H2: Báo cáo và Phân tích Tài chính có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (FR\_FA)
- H3: Quản trị tiền mặt có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (CMP)
- H4: Quản trị khoản phải thu có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (RMP)
- H5: Quản trị hàng tồn kho có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (IMP)
- H6: Quản trị quản lý tài sản cố định có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (FAMP)
- H7: Lập kế hoạch tài chính có tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (FPP)

Từ các giả thuyết trên, mô hình nghiên cứu đề xuất cho đề tài này như hình 2.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Thông qua giả thuyết nghiên cứu, tác giả thực hiện khảo sát hơn 400 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TPHCM thông qua bảng câu hỏi khảo sát online. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua hình thức khảo sát online cho nhóm đối tượng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cụ thể 230 khảo sát sơ bộ. Kết quả nghiên cứu sơ bộ là tiền đề cho bảng câu hỏi chính thức cho nghiên cứu chính thức. Phương pháp chọn mẫu sử dụng là chọn mẫu phi xác suất. Mẫu nghiên cứu chính thức sau khi loại các mẫu khảo sát không hợp lệ, kích thước mẫu chính thức gồm 390 doanh nghiệp nhỏ và vừa (sử dụng công thức Slovin với sai số lấy mẫu 5%) được xác định lấy mẫu theo cụm, các kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên đơn giản được sử dụng. Nguồn dữ liệu sơ cấp và thứ cấp được sử dụng trong nghiên cứu. Nghiên cứu được áp dụng phương pháp xử lý thống kê sau: Phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phân tích yếu tố xác nhận (CFA), Mô hình phương trình cấu trúc (SEM).

### 4. Phân tích kết quả nghiên cứu

#### 4.1. Thống kê mô tả mẫu

Kết quả thống kê mô tả của nghiên cứu như sau: Lĩnh vực sản xuất với 107 trên tổng số

390 người trả lời, chiếm tỷ lệ 27,4%, lĩnh vực thương mại với 26,2%, lĩnh vực dịch vụ chiếm tỷ lệ 24,4%, loại khác có tỷ lệ thấp nhất với 22,1%. Loại hình doanh nghiệp: Kết quả cho thấy, những người được hỏi làm việc loại hình Doanh nghiệp tư nhân thấp nhất chỉ với 17,4%; doanh nghiệp Nhà nước, Công ty Cổ phần và Công ty trách nhiệm hữu hạn chiếm tỷ lệ lần lượt 20%, 19,5%, 19,2%. Chiếm tỷ lệ cao nhất là loại hình doanh nghiệp khác. Thời gian hoạt động: Dưới 2 năm, 2-5 năm, 6-10 năm và trên 10 năm. Dưới 2 năm có tần suất cao nhất với 104 người trên tổng số 390 người trả lời, trên 10 năm với tần suất 99 người trả lời chiếm 25,4% trên tổng số 100%. Thời gian hoạt động 2-5 năm có tỷ lệ thấp nhất với 23,1%. Tổng số vốn chủ sở hữu: từ 5-30 tỷ đồng chiếm tỷ lệ cao nhất với 29,2% so với nhóm thấp nhất dưới 5 tỷ đồng chỉ chiếm 21,8%.

#### 4.2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả phân tích CFA thu được cho thấy mô hình đã đạt được độ tương thích với dữ liệu cao với các chỉ số như sau: tỷ số Chi-square/df = 1,327 < 2. Các chỉ số TLI = 0,964 và CFI = 0,967 cũng chỉ ra mô hình có mức độ phù hợp với dữ liệu là tốt. Mặc dù, chỉ số GFI = 0,876, chưa đạt được mức 0,9; nhưng do sự giới hạn về cỡ mẫu nghiên cứu nên mức từ 0,8 trở lên vẫn xem

như là chấp nhận được (Doll và cộng sự, 1994; Baumgartner & Homburg, 1995). Cuối cùng, chỉ số RMSEA = 0,029; thoả điều kiện nhỏ hơn

0,08 để mô hình phù hợp tốt với dữ liệu. (Hair và cộng sự, 2010).

**Bảng 1.** Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Chỉ số	Giá trị tính toán từ mô hình	Giá trị yêu cầu (Hair và cộng sự, 2010; Baumgartner & Homburg, 1995; Doll và cộng sự, 1994)
Chi-square/df	1,327	< 2
GFI	0,876	Từ 0,8 đến 1
TLI	0,964	Từ 0,9 đến 1
CFI	0,967	Từ 0,9 đến 1
RMSEA	0,029	< 0,08
PCLOSE	1,000	>0,05

*Giá trị hội tụ (Convergent Validity):* Để đảm bảo tính hội tụ, phương sai trung bình rút trích (AVE) của các thang đo phải đạt giá trị từ 0,5 trở lên (Hair và cộng sự, 2010). Kết quả sau khi phân tích CFA cho thấy, các thang đo đều có giá trị AVE bằng hoặc lớn hơn 0,5, có thể kết luận các nhân tố đảm bảo giá trị hội tụ.

*Giá trị phân biệt (Discriminant Validity):* Theo Hair và cộng sự (2014), để đảm bảo giá trị phân biệt các thang đo (nhân tố) phải thoả 2 điều kiện. Một là phương sai riêng lớn nhất

(MSV) phải nhỏ hơn phương sai trung bình rút trích (AVE). Hai là MSV nhỏ hơn AVE. Bảng 2 cũng chỉ ra rằng, các thang đo thoả mãn các điều kiện trên nên chúng đạt giá trị phân biệt.

*Độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability):* Các thang đo đạt được độ tin cậy khi Độ tin cậy tổng hợp của chúng từ 0,7 trở lên (Hair và cộng sự, 2014). Kết quả từ bảng 2 cho thấy, các thang đo đều có giá trị CR lớn hơn 0,7. Vậy, các thang đo đảm bảo độ tin cậy tổng hợp.

**Bảng 2.** Kiểm định giá trị

	CR	AVE	MSV	FR_FA	CMP	OP	IMP	AIS	FAMP	RMP	FPP
FR_FA	0,918	0,691	0,187	<b>0,831</b>							
CMP	0,888	0,532	0,153	-0,062	<b>0,729</b>						
OP	0,861	0,509	0,284	0,041	0,392***	<b>0,713</b>					
IMP	0,856	0,547	0,112	0,335***	-0,150*	0,114†	<b>0,739</b>				
AIS	0,908	0,623	0,283	-0,128*	0,185**	0,532***	-0,206***	<b>0,789</b>			
FAMP	0,867	0,568	0,284	-0,107†	0,063	0,533***	-0,042	0,287***	<b>0,753</b>		
RMP	0,886	0,609	0,100	-0,045	0,214***	0,317***	-0,281***	0,194***	0,258***	<b>0,781</b>	
FPP	0,885	0,526	0,187	-0,432***	0,021	0,178**	-0,145*	0,073	0,115*	0,213***	<b>0,725</b>

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

Kết quả SEM: tất cả các biến đều có ý nghĩa trong mô hình, không loại biến nào do p-value đều nhỏ hơn 0,05. Trong đó, hệ thống thông tin kế toán (AIS) có tác động mạnh nhất với hệ số đã chuẩn hóa là 0,405, Quản trị khoản phải

thu (RMP) có tác động thấp nhất trong số các biến độc lập với hệ số đã chuẩn hóa là 0,121. Tất cả hệ số này đều dương điều này cho thấy Hệ thống thông tin kế toán (AIS), Báo cáo và phân tích tài chính (FR\_FA), Quản trị tiền mặt (CMP), Quản trị khoản phải thu (RMP), Quản trị hàng tồn kho (IMP), Quản trị tài sản

cố định (FAMP), Lập kế hoạch tài chính (FPP) của doanh nghiệp (OP). Các giả thuyết đề xuất đều tác động thuận đến Hiệu quả hoạt động được chấp nhận thông qua các phân tích trên.

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

Mối quan hệ giữa các nhân tố	Hệ số hồi quy	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	S.E.	C.R.	P value
OP <--- FR_FA	0,094	0,144	0,033	2,883	0,004
OP <--- CMP	0,240	0,311	0,037	6,539	0,000
OP <--- IMP	0,201	0,270	0,038	5,346	0,000
OP <--- AIS	0,200	0,405	0,024	8,263	0,000
OP <--- FAMP	0,215	0,373	0,029	7,468	0,000
OP <--- RMP	0,081	0,121	0,032	2,517	0,012
OP <--- FPP	0,108	0,175	0,030	3,551	0,000

**4.4. Kiểm tra mô hình bằng Bootstrap**

Kết quả Bootstrap cho thấy Bias và sai số

chuẩn độ lệch SE-Bias rất nhỏ, cho thấy kết quả ước lượng mô hình SEM ổn định và phù hợp.

**Bảng 4.** Kết quả ước lượng Bootstrap

Tham số	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
OP <--- FR_FA	0,051	0,001	0,148	0,004	0,002
OP <--- CMP	0,045	0,001	0,315	0,004	0,001
OP <--- IMP	0,047	0,001	0,266	-0,004	0,001
OP <--- AIS	0,049	0,001	0,408	0,002	0,002
OP <--- FAMP	0,049	0,001	0,374	0,001	0,002
OP <--- RMP	0,046	0,001	0,120	-0,001	0,001
OP <--- FPP	0,051	0,001	0,177	0,002	0,002

**4.5. Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Nghiên cứu này là một trong những nghiên cứu khám phá và kiểm định ứng dụng của mô hình quản trị tài chính đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Kết quả của nghiên cứu này có những đóng góp mới quan trọng sau: Sau khi xử lý số liệu khảo sát kết quả tất cả các giả thuyết đều được chấp nhận. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo cho thấy, các thang đo đều đạt hệ số Cronbach’s Alpha (CRA) lớn hơn 0,6, các biến quan sát có hệ số tương quan biến – tổng > 0,3. Như vậy, các các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy và giá trị nội dung.

Kết quả phân tích CFA thu được cho thấy, mô hình đã đạt được độ tương thích với dữ liệu cao với các chỉ số như sau: tỷ số Chi-square/df =

1,327 < 2. Các chỉ số TLI = 0,964 và CFI = 0,967 cũng chỉ ra mô hình có mức độ phù hợp với dữ liệu là tốt. Mặc dù chỉ số GFI= 0,876, chưa đạt được mức 0,9; nhưng do sự giới hạn về cỡ mẫu của đề tài nên mức từ 0,8 trở lên vẫn xem như là chấp nhận được (Doll và cộng sự, 1994; Baumgartner & Homburg, 1995). Cuối cùng, chỉ số RMSEA = 0,029; thoả điều kiện nhỏ hơn 0,08 để mô hình phù hợp tốt với dữ liệu. (Hair và cộng sự, 2010). Các nhân tố đảm bảo giá trị hội tụ, đảm bảo độ tin cậy tổng hợp, các thang đo thoả mãn các điều kiện trên nên chúng đạt giá trị phân biệt. Tất cả các biến đều có ý nghĩa trong mô hình, không loại biến nào do p-value đều nhỏ hơn 0,05. Kết quả Bootstrap cho thấy, kết quả ước lượng mô hình SEM ổn định và phù hợp.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### 5.1. Kết luận

Nghiên cứu sử dụng mẫu trả lời gồm 390 doanh nghiệp nhỏ và vừa đang hoạt động tại TPHCM mà chủ sở hữu/người quản lý là đơn vị điều tra. Mô hình hóa phương trình cấu trúc với phân tích cấu trúc thời điểm được sử dụng để lập mô hình thống kê. Kết quả nghiên cứu cho thấy, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi các nhân tố: Hệ thống thông tin kế toán (AIS), Báo cáo & phân tích tài chính (FR\_FA), Quản trị tiền mặt (CMP), Quản trị khoản phải thu (RMP), Quản trị hàng tồn kho (IMP), Quản trị tài sản cố định (FAMP), Lập kế hoạch tài chính (FPP). Phân tích SEM cũng cho thấy, các nhân tố tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp có ảnh hưởng dương và có mức độ khác nhau. Trong đó, nhân tố hệ thống thông tin kế toán có ảnh hưởng cao nhất. Như vậy, kết quả này đã khẳng định các giả thuyết đặt ra ban đầu bao gồm H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 đều được chấp nhận. Dựa vào các cơ sở trên, bài viết đề xuất một số các ý tưởng mang hàm ý quản trị và hướng nghiên cứu tiếp theo.

### 5.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên những kết quả nghiên cứu nêu trên, điều quan trọng đối với các nhà quản lý của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TPHCM là phải tiến hành các chiến lược hoặc giải pháp để phát triển và duy trì hoạt động của tổ chức. Nếu họ không tập trung vào các yếu tố nâng cao thông lệ quản lý tài chính tiêu chuẩn giữa các nhân viên của tổ chức, họ có thể dễ dàng đánh mất những khách hàng trung thành của mình vào tay các đối thủ cạnh tranh. Vì vậy, nghiên cứu này nhằm để xuất một số kiến nghị

nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và thực hành quản lý tài chính của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TPHCM như sau:

*Thứ nhất*, thực hiện các cải cách theo định hướng của WTO và cải thiện môi trường kinh doanh là rất quan trọng đối với sự phát triển của các doanh nghiệp nhỏ và vừa. *Thứ hai*, phát triển mạng lưới doanh nghiệp nhỏ và vừa bên trong và bên ngoài để tăng cường mạng lưới nội bộ. *Thứ ba*, thực hiện các chính sách và chương trình thúc đẩy doanh nghiệp nhỏ và vừa nâng cao vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp trong việc chia sẻ thông tin, cung cấp phản hồi về hiệu lực và hiệu quả của các chính sách của chính phủ và đưa ra giải pháp cho các vấn đề có thể nảy sinh. *Thứ tư*, khuyến khích và hỗ trợ tạo ra môi trường kinh doanh ủng hộ doanh nghiệp nhỏ và vừa ở cấp địa phương. Các thực hành tốt nhất đã được chứng minh của những tỉnh có xếp hạng môi trường kinh doanh cao nhất sẽ là mô hình để nhân rộng ra các tỉnh khác, chính quyền trung ương nên đóng vai trò là chất xúc tác để cải thiện môi trường kinh doanh trên toàn quốc.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định như nghiên cứu chỉ tập trung vào các doanh nghiệp nhỏ và vừa mà chưa tập trung vào một lĩnh vực/ngành nghề cụ thể nên các hàm ý chính sách còn mang tính chung chung, chưa thể đi sâu vào đặc điểm riêng của từng ngành nghề. Do đó, hướng đề xuất tiếp theo của bài viết là sẽ đi sâu vào nghiên cứu cho từng ngành nghề cụ thể để đưa ra những đóng góp cụ thể, mang tính đặc trưng hơn cho từng ngành nghề.

## Tài liệu tham khảo

- Admassie, A., & Matambalya, F. A. (2002). Technical efficiency of small-and medium-scale enterprises: evidence from a survey of enterprises in Tanzania. *Eastern Africa Social Science Research Review*, 18(2), 1-29.
- Binam, J. N., Sylla, K., Diarra, I., & Nyambi, G. (2003). Factors Affecting Technical Efficiency among Coffee Farmers in Cote d'Ivoire: Evidence from the Centre West Region. *African Development Review*, 15, 66-76.
- Binam, J. N., Tonye, J., Nyambi, G., & Akoa, M. (2004). Factors affecting the technical efficiency among smallholder farmers in the slash and burn agriculture zone of Cameroon. *Food Policy*, 29(5), 531-545.
- Doll, W. J., Xia, W., & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS Quarterly*, 18(4), 453-461.

Chính phủ (2021). *Nghị định số 80/2021/NĐ-CP về việc quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=203941>

Chu, S. N., & Kalirajan, K. (2011). Impact of trade liberalisation on technical efficiency of Vietnamese manufacturing firms. *Science Technology and Society*, 16(3), 265-284.

Chu Thị Thu Thủy, Nguyễn Thanh Huyền & Ngô Thị Quyên (2015). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính: Nghiên cứu điển hình tại các công ty cổ phần phi tài chính niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán TP HCM. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 215(tháng 5/2015), 1-8.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> Edition). NJ: Prentice Hall.

Hair, J. F., Gabriel, M., & Patel, V. (2014). AMOS covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): Guidelines on its application as a marketing research tool. *Brazilian Journal of Marketing*, 13(2), 44-55.

Homburg, C., & Baumgartner, H. (1995). Beurteilung von kausalmodellen: Bestandsaufnahme und anwendungsempfehlungen. *Marketing: Zeitschrift für Forschung und Praxis*, 17(3), 162-176.

Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323-329.

Margaritis, D., & Psillaki, M. (2010). Capital structure, equity ownership and firm performance. *Journal of Banking & Finance*, 34(3), 621-632.

Meredith, G. G. (1986). *Financial management of the small enterprise*. McGraw-Hill.

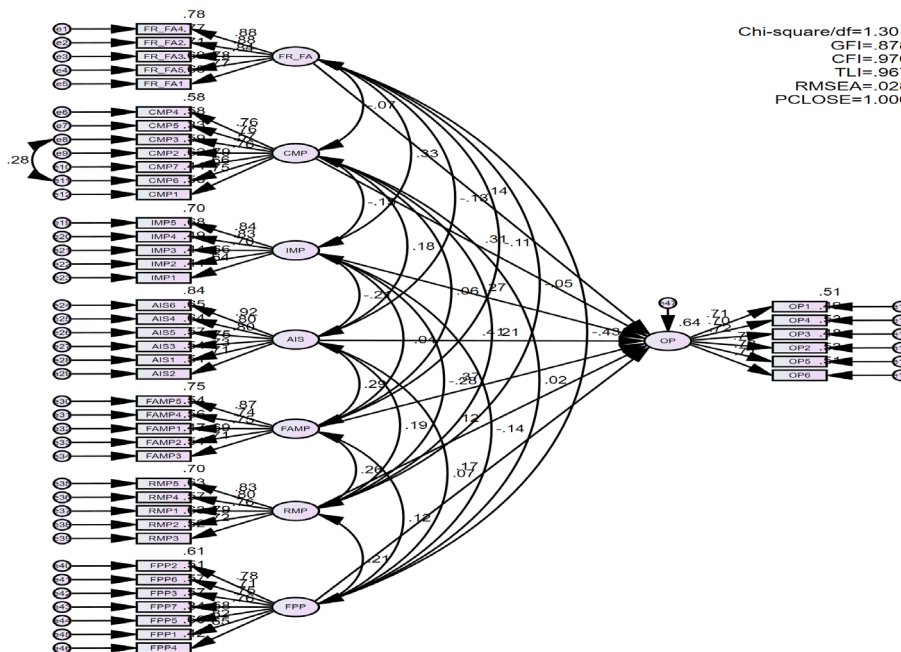
Nguyễn Lê Thanh Tuyên (2013). *Nghiên Cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các công ty ngành sản xuất chế biến thực phẩm niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*. Trường Đại học Đà Nẵng.

Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011). Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 19(b), 122-129.

Phạm Thị Hồng Quyên, Nguyễn Thị Thanh Bình (2018). Nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thừa Thiên - Huế. *Tạp chí Tài chính*, 12(2), 83-86.

Võ Thị Tuyết Hằng (2015). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp ngành xây dựng niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam*. Trường Đại học Đà Nẵng.

**Phụ lục 1. Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính SEM**







## CUSTOMER EXPECTATIONS REGARDING LAST MILE DELIVERY FOR THE CASE BUYING ELECTRONIC CATEGORIES ON E-COMMERCE PLATFORM AT HO CHI MINH CITY

Tran Thi Anh Hong<sup>1</sup>, Do Thi Huyen Trang<sup>1</sup>, Truong Thi Minh Ly<sup>1</sup>, Thai Kim Phung<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>University of Economics Ho Chi Minh City

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.261</p> <p><i>Received:</i> April 08, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> Junly 08, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Customers' expectation; E-commerce; Electronic category; Last mile delivery.</p>	<p>Last-mile delivery (LMD) is almost the final key factor that determines the shopping experience of customers in the e-commerce environment. However, LMD in Vietnam has not kept pace with the development of e-commerce under many challenges. Moreover, electronic category is one of the most commonly sold items on e-commerce platforms along with many strict demands on product return/exchange whereas LMD in Vietnam is still not optimal. Therefore, it is necessary to study customers' expectations about LMD service when buying electronic category online in order to meet customers' expectations. The empirical results show that there is correlation between the factors constituting the quality of LMD services with the customer's expectations of LMD services for electronic category, in the following order: Reliability, Safety and the connection between buyer and seller, Shipping Price, Delivery Time, and Shipper.</p>

*\*Corresponding author:*

Email: [phungthk@ueh.edu.vn](mailto:phungthk@ueh.edu.vn)



## NGHIÊN CỨU SỰ MONG ĐỢI VỀ DỊCH VỤ GIAO HÀNG CHẶNG CUỐI KHI MUA SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TP HCM

**Trần Thị Ánh Hồng<sup>1</sup>, Đỗ Thị Huyền Trang<sup>1</sup>, Trương Thị Minh Lý<sup>1</sup>, Thái Kim Phụng<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
DOI: 10.52932/jfm.vi71.261  Ngày nhận: 08/04/2022 Ngày nhận lại: 08/07/2022 Ngày đăng: 25/10/2022  <b>Từ khóa:</b> Sản phẩm điện tử; Sự mong đợi của khách hàng; Thương mại điện tử; Giao hàng chặng cuối.	Giao hàng chặng cuối gần như là yếu tố cuối cùng quyết định trải nghiệm mua sắm của khách hàng trên môi trường thương mại điện tử. Tuy nhiên, giao hàng chặng cuối tại Việt Nam chưa bắt kịp tốc độ phát triển của thương mại điện tử với nhiều thách thức. Sản phẩm điện tử là một trong các mặt hàng được bán phổ biến nhất trên các sàn thương mại điện tử cùng với nhiều yêu cầu khắt khe về đổi trả sản phẩm trong bối cảnh dịch vụ giao hàng chặng cuối tại Việt Nam còn chưa tối ưu. Do đó, cần thiết phải nghiên cứu những mong đợi của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối khi mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử nhằm đáp ứng tốt hơn những mong đợi đó. Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, có mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ giao hàng với sự mong đợi về dịch vụ giao hàng cho các sản phẩm điện tử của khách hàng, theo thứ tự: Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán, giá cả vận chuyển, thời gian giao nhận hàng, và nhân viên giao hàng.

### 1. Đặt vấn đề

Giao hàng chặng cuối gần như là yếu tố cuối cùng quyết định trải nghiệm mua sắm của khách hàng trên môi trường thương mại điện tử. Tuy nhiên, tốc độ phát triển của giao hàng chặng cuối tại Việt Nam chưa bắt kịp tốc độ phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử

khi phải đối mặt với nhiều thách thức về nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng và công nghệ. Hiện nay, tỷ lệ chi phí logistics trên GDP của Việt Nam chiếm đến 20,9%, cao hơn nhiều so với các nước trong khu vực, như Trung Quốc, Malaysia, Philippines, Thái Lan và Singapore và cao hơn mức bình quân toàn cầu là 14%. Cụ thể, chi phí vận tải tại Việt Nam hiện nay đang chiếm khoảng 30-40% giá thành sản phẩm; trong khi đó, phần lớn các giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam hiện nay được thực hiện dưới hình thức giao hàng rồi mới trả tiền và tỷ lệ đơn

\*Tác giả liên hệ:

Email: [phungthk@ueh.edu.vn](mailto:phungthk@ueh.edu.vn)

hàng không thành công cũng khá cao 8 – 10%. Điều này không chỉ gây ra rất nhiều khó khăn cho người bán hàng trực tuyến mà còn làm phát sinh thêm rất nhiều chi phí cho các doanh nghiệp vận tải logistic để hoàn tất đơn hàng. Hơn nữa, gần 25% những người mua sắm trực tuyến sẵn sàng trả thêm khá nhiều tiền để được giao hàng trong ngày hoặc giao hàng ngay lập tức (Joerss và cộng sự, 2016). Vì vậy, việc đầu tư vào dịch vụ giao nhận ngay từ đầu sẽ là một trong những chiến lược khôn ngoan của doanh nghiệp thương mại điện tử. Theo VECOM, sản phẩm điện tử là một trong các mặt hàng được mua nhiều nhất trên các sàn thương mại điện tử với nhiều yêu cầu khắt khe về việc bảo hành, đổi trả sản phẩm. Nếu dịch vụ giao nhận còn nhiều khó khăn sẽ khó đáp ứng được việc đổi trả sản phẩm, đây cũng chính là một trong những lý do khiến khách hàng e ngại khi mua sản phẩm điện tử trên các nền tảng thương mại điện tử. Do đó, cần thiết phải nghiên cứu những mong đợi của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối khi mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử nhằm đáp ứng tốt hơn những mong đợi của khách hàng, thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử nhờ vào đòn bẩy là dịch vụ giao hàng chặng cuối.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

#### *Giao hàng chặng cuối*

Giao hàng chặng cuối là giai đoạn cuối cùng của quá trình phân phối B2C (Business to Customer) trong một khu vực phân phối được xác định trước, bao gồm một loạt các hoạt động và quy trình có giá trị quan trọng đối với tất cả các bên có liên quan trong phạm vi phân phối, gồm cả dịch vụ logistics từ điểm đầu đến điểm trung chuyển cuối cùng và điểm đích của hàng hóa (Gevaers và cộng sự, 2009). Một số phương thức giao hàng chặng cuối phổ biến bao gồm: giao hàng chặng cuối bằng các phương tiện truyền thống (xe tải, xe máy), tủ khóa (locker), giao hàng cộng đồng (Crowdsourced delivery) (Đình Thu Phương, 2018).

#### *Sự mong đợi của khách hàng*

Thuyết về sự mong đợi (expectancy theory) cho rằng hành vi và động cơ của con người không nhất thiết được quyết định bởi hiện thực

mà nó được quyết định bởi nhận thức của con người về những mong đợi trong tương lai và xoay quanh 3 khái niệm, bao gồm: expectancy (mong đợi), instrumentality (tính chất công cụ) và value (giá trị). Thuyết này có thể hiểu sự thỏa mãn của khách hàng chính là kết quả của sự so sánh hiệu quả mà dịch vụ mang lại giữa những gì mà họ kì vọng trước khi sử dụng dịch vụ và sau khi sử dụng (Vroom và cộng sự, 2005).

#### *Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ*

Mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985) bao gồm 5 khoảng cách và 10 thành phần chất lượng dịch vụ, trong đó *chất lượng dịch vụ* là khoảng cách giữa sự mong đợi (kì vọng) của khách hàng và nhận thức (cảm nhận) của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ. Mô hình tổng hợp chất lượng dịch vụ của Brogowicz và cộng sự (1990) cho rằng, khoảng cách chất lượng dịch vụ có thể tồn tại ngay cả khi khách hàng chưa hề sử dụng dịch vụ nhưng được nghe người khác nói về dịch vụ đó, hoặc nghe qua quảng cáo hay các phương tiện truyền thông khác, mô hình xem xét ba yếu tố gồm: hình ảnh công ty, các yếu tố ảnh hưởng từ bên ngoài và các hoạt động marketing truyền thống. Trong mô hình đánh giá chất lượng kỹ thuật/ chức năng của Grönroos (1984), chất lượng dịch vụ được đo lường bằng ba tiêu chí: chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng và chất lượng hình ảnh.

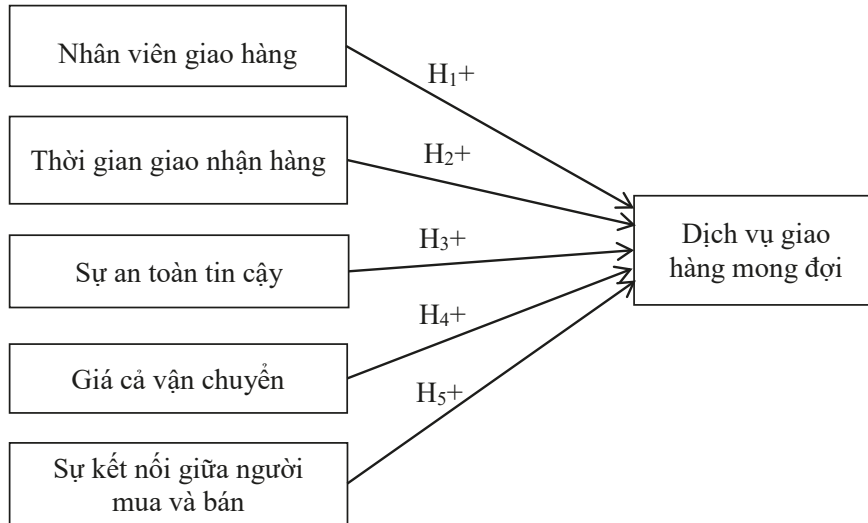
#### *Các nghiên cứu liên quan*

Lin và cộng sự (2011) đã nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tiêu dùng trực tuyến tại Đài Loan bao gồm: chất lượng thông tin, chất lượng hệ thống, chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm, chất lượng giao hàng và giá cả nhận thức; trong đó, chất lượng giao hàng đóng vai trò quan trọng nhất. Dang (2020) đã thực hiện một cuộc khảo sát về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối trên môi trường thương mại điện tử bao gồm các khía cạnh: thời gian giao hàng, sản phẩm bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển, khả năng truy vết hành trình giao, hành vi và thái độ của shipper, chính sách bảo hành và hoàn trả sản phẩm lỗi. Đây là một trong các cơ sở quan trọng để xây dựng mô hình cho nghiên cứu này.

**2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất**

Dựa trên cơ sở lý thuyết, nghiên cứu này đề xuất 5 giả thuyết với 19 biến quan sát đại diện

cho các yếu tố về chất lượng dịch vụ giao hàng và 3 biến quan sát đại diện cho sự mong đợi về dịch vụ giao hàng của khách hàng. Mô hình nghiên cứu được đề xuất như trong hình 1:



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

*Nhân viên giao hàng.* Mức độ quan tâm của khách hàng đối với nhân viên giao hàng về cách phục vụ và mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng từ shipper. Biến này là một trong những yếu tố hữu hình mà khách hàng có thể trực tiếp nhìn thấy được khi tiếp xúc với dịch vụ được lấy cơ sở trong thang đo SERVQUAL.

*Giả thuyết H<sub>1</sub>:* Nhân viên giao hàng có tác động tích cực lên sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.

*Thời gian giao nhận hàng.* Mức độ quan tâm của khách hàng đối với khả năng đáp ứng dịch vụ đúng thời hạn và tiếp cận dịch vụ dễ dàng, cụ thể là tính hiệu quả trong thời gian giao nhận hàng ở các khía cạnh như thời gian giao nhanh chóng, địa điểm và thời gian nhận hàng thuận tiện,... Biến này thuộc hai tiêu chí Mức độ tin cậy và Tiếp cận của thang đo SERVQUAL.

*Giả thuyết H<sub>2</sub>:* Thời gian giao nhận hàng có tác động tích cực lên sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.

*Sự an toàn tin cậy.* Mức độ quan tâm của khách hàng đối với việc đảm bảo sự an toàn tin cậy về mặt thông tin, tài sản (đơn hàng) trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Biến này dựa trên công trình của Lin và cộng sự (2011), Dang

(2020), và thuộc vào tiêu chí An toàn của thang đo SERVQUAL.

*Giả thuyết H<sub>3</sub>:* Sự an toàn tin cậy có tác động tích cực lên sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.

*Giá cả vận chuyển.* Ảnh hưởng của phí vận chuyển lên quyết định mua sản phẩm điện tử online và hành vi của khách hàng đối với các chương trình hỗ trợ phí vận chuyển trên các sàn thương mại điện tử. Biến này dựa trên công trình của Dang (2020) khi đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối.

*Giả thuyết H<sub>4</sub>:* Giá cả vận chuyển có tác động tích cực lên sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.

*Sự kết nối giữa người mua và bán.* Mức độ quan tâm của khách hàng trong việc kết nối giữa mình và người bán trong suốt hành trình mua (được hỗ trợ thông tin kịp thời, giao tiếp hiệu quả, có chính sách hỗ trợ rõ ràng...). Biến này là kết quả của việc phỏng vấn chuyên gia nhằm hoàn thiện mô hình nghiên cứu.

*Giả thuyết H<sub>5</sub>:* Sự kết nối giữa người mua và bán có tác động tích cực lên sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Sử dụng phương pháp hỗn hợp (Nguyễn Đình Thọ, 2011) để tiến hành nghiên cứu thông qua hai giai đoạn bao gồm: nghiên cứu sơ bộ (1) và nghiên cứu chính thức (2). (1) Nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp định tính nhằm điều chỉnh mô hình nghiên cứu cho phù hợp cùng với việc xây dựng và hoàn thiện bảng câu hỏi. Nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn sâu với chuyên gia nhằm khám phá các nhân tố mới và đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu, phỏng vấn nhóm với những khách hàng đã từng có trải nghiệm mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử nhằm kiểm tra tính dễ hiểu của bảng câu hỏi. Kết quả nghiên cứu sơ bộ cho thấy, có 19 biến quan sát đại diện cho 5 biến độc lập và 3 biến quan sát đại diện cho 1 biến phụ thuộc. (2) Nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để đo lường, kiểm định các giả thuyết

về sự tác động của các yếu tố chất lượng dịch vụ đến dịch vụ giao hàng mong đợi. Sử dụng 3 kỹ thuật chọn mẫu phi xác suất bao gồm phán đoán, phát triển mẫu và định mức để gửi bảng khảo sát online đến đối tượng khảo sát qua email và các phương tiện mạng xã hội. Tổng số mẫu thu được là 412, loại 182 mẫu không đạt yêu cầu (chủ yếu không thuộc đối tượng khảo sát như không đủ số tuổi quy định, chưa từng có trải nghiệm mua sắm trên sàn thương mại điện tử, nơi học tập và làm việc ngoài TPHCM), còn lại 230 mẫu đạt yêu cầu được đưa vào phân tích bằng phần mềm SPSS 20.

### 4. Kết quả nghiên cứu

Mô tả đặc điểm mẫu khảo sát

Thông tin mô tả chi tiết của mẫu khảo sát về các đặc điểm nhân khẩu học và trải nghiệm mua sắm sản phẩm điện tử trên sàn thương mại điện tử được trình bày trong Bảng 1.

**Bảng 1.** Thống kê mô tả

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
<b>Mẫu nghiên cứu</b>	<b>230</b>	<b>100</b>			
<b>Giới tính</b>			<b>Đã từng/chưa mua sản phẩm điện tử trên sàn thương mại điện tử</b>		
Nam	94	37,60	Có	181	78,70
Nữ	156	62,40	Chưa	49	21,30
<b>Độ tuổi</b>			<b>Mức chi trả cao nhất cho sản phẩm điện tử đã mua</b>		
Từ 18 - < 23 tuổi	83	36,10	Nhỏ hơn 500 ngàn	47	26,00
Từ 23 - < 30 tuổi	67	29,10	Từ 500 ngàn – 1 triệu	44	24,30
Từ 30 - < 39 tuổi	56	24,30	Từ 1 – 3 triệu	29	16,00
Từ 39 trở lên	24	10,40	Trên 3 triệu	61	33,70
<b>Công việc</b>			<b>Loại sản phẩm điện tử đã mua trên các sàn thương mại điện tử</b>		
Sinh viên	83	36,10	Điện thoại, máy tính bảng	49	15,00
Người đi làm	147	63,90	Điện tử, điện lạnh	34	10,40
<b>Mức độ quan trọng</b>			Phụ kiện, thiết bị số	111	33,90
2	3	1,30	Laptop, thiết bị IT	33	10,10
3	28	12,20	Máy ảnh, quay phim	11	3,40
4	100	43,50	Điện gia dụng	73	22,30
5	99	43,00	Khác	16	4,90

Mẫu nghiên cứu cuối cùng được thu thập gồm 230 khách hàng; trong đó, 37,6% là nam và

62,4% nữ. Khách hàng tham gia ở các độ tuổi: từ 18-dưới 23 tuổi (36,1%), từ 23-dưới 30 tuổi

(29,1%), từ 30 - dưới 39 tuổi (24,3%) và từ 39 tuổi trở lên (10,4%). Về nghề nghiệp, sinh viên (36,1%), còn lại là người đi làm (63,9%). Khách hàng đã từng mua sản phẩm điện tử là 78,7% và chưa từng mua sản phẩm điện tử là 21,3%. Mức chi trả cho sản phẩm điện tử đã mua: nhỏ hơn 500 ngàn đồng (26%), từ 500 ngàn đến 1 triệu đồng (24,3%), từ 1 đến 3 triệu đồng (16%) và trên 3 triệu đồng (33,7%). Mẫu khảo sát cũng

cho thấy, loại sản phẩm điện tử đã mua trên các sàn thương mại điện tử chiếm tỷ lệ cao nhất là phụ kiện, thiết bị số (33,9%), tiếp đến là đồ điện gia dụng (22,3%), thấp nhất là máy ảnh, quay phim (3,4%).

**4.2. Kết quả kiểm định thang đo**

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach’s Alpha đối với các nhóm yếu tố như sau:

**Bảng 2.** Kết quả phân tích hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha

Thang đo thành phần	Ký hiệu	Số biến quan sát	Item – Total Corelation	Cronbach’s Alpha
Nhân viên giao hàng	NV	3	≥ 0,507	0,722
Sự an toàn tin cậy	AT	4	≥ 0,576	0,853
Sự kết nối giữa người mua và bán	KN	3	≥ 0,522	0,799
Thời gian giao nhận hàng	TG	4	≥ 0,394	0,730
Giá cả vận chuyển	GC	5	≥ 0,402	0,800
Dịch vụ giao hàng mong đợi	PT	3	≥ 0,664	0,816

Hệ số Cronbach’s Alpha đối với thang đo Nhân viên giao hàng; Sự an toàn tin cậy; Sự kết nối giữa người mua và bán; Thời gian giao nhận hàng; Giá cả vận chuyển và Dịch vụ giao hàng mong đợi lần lượt là 0,722; 0,853; 0,799; 0,730; 0,80 và 0,816. Như vậy, cả 6 giá trị này đều lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của tất cả các biến đều lớn hơn 0,3 nên các thang đo này đạt yêu cầu để tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach’s Alpha không có biến quan sát bị loại, 19 biến quan sát của 5 biến độc lập và 3 biến quan sát của 1 biến phụ thuộc được tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA. Phân tích nhân tố khám phá EFA được thực hiện 4 lần theo phương pháp xoay Equamax với hệ số tải nhân tố là 0,5, và loại tổng cộng 2 biến quan sát không đạt yêu cầu cho kết quả cụ thể như trong Bảng 2.

- Hệ số KMO = 0,86 tại mức ý nghĩa sig. = 0,000 trong kiểm định Bartlett, suy ra các

biến có tương quan với nhau trong tổng thể nên phương pháp nhân tích nhân tố khám phá EFA phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu.

- 17 biến được đưa vào phân tích nhân tố theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 đã có 4 nhân tố được trích và quan sát thấy cả 17 biến được đưa vào đều có hệ số tải (factor loading) > 0,5.
- Giá trị Cumulative = 65,60% cho biết 4 nhân tố đầu tiên giải thích được 65,60% biến thiên của dữ liệu.
- Đặt lại tên cho 4 nhân tố được trích, bao gồm: Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán (AK), Giá cả vận chuyển (GC), Thời gian giao nhận hàng (TG), Nhân viên giao hàng (NV).

Kết quả phân tích nhân tố cho biến phụ thuộc thể hiện như trong Bảng 3 cho thấy, các biến quan sát nhóm thành 1 nhân tố và có hệ số tải đều lớn hơn 0,5.

**Bảng 3.** Kết quả phân tích nhân tố cho biến độc lập

Mã hóa	Biến quan sát	Nhân tố			
		AK	GC	TG	NV
KN1	Khả năng đổi trả sản phẩm điện tử lại cho người bán thông qua shipper nếu ngay khi kiểm tra hàng được giao đến có vấn đề.	0,857			
AT4	Mức độ đảm bảo an toàn đối với các sản phẩm điện tử được giao từ khoảng cách xa.	0,826			
AT1	Việc đảm bảo an toàn cho sản phẩm điện tử trong quá trình vận chuyển.	0,823			
KN3	Có thông báo kịp thời từ sàn thương mại điện tử, shop nếu có sự cố về quá trình vận chuyển (thời gian giao không như dự kiến, mất hàng...).	0,818			
AT2	Khả năng mất hàng, giao nhầm hàng cho người khác đặc biệt là các sản phẩm điện tử có giá trị cao khi đã thanh toán bằng các hình thức trả tiền trước.	0,760			
KN2	Việc giải đáp thắc mắc từ shipper khi hàng được giao đến mà tôi không cần liên hệ lại người bán.	0,587			
AT3	Hệ thống theo dõi hành trình đơn hàng trong quá trình vận chuyển.	0,556			
GC3	Mức độ chênh lệch giữa giá trị đơn hàng và phí vận chuyển ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm điện tử online của tôi.		0,811		
GC5	Các chương trình freeship, trợ giá 1 phần phí vận chuyển khuyến khích quyết định mua sản phẩm điện tử của tôi.		0,793		
GC2	Phí vận chuyển có ảnh hưởng đến quyết định đặt hàng của tôi.		0,748		
GC4	Tôi thường sẵn các coupon, ticket khuyến mãi về phí vận chuyển.		0,747		
TG3	Tôi sẵn lòng mua sản phẩm điện tử có giá cao hơn nhưng tốc độ giao hàng nhanh hơn những shop khác.			0,876	
TG2	Tôi sẵn lòng chi trả phí ship cao hơn cho các dịch vụ giao hàng nhanh.			0,763	
TG4	Tôi mong muốn sản phẩm điện tử được giao đến càng nhanh càng tốt để thỏa mãn mong muốn trải nghiệm yếu tố công nghệ.			0,693	
NV2	Việc giải đáp các thắc mắc từ shipper khi hàng được giao đến.				0,859
NV1	Việc giải đáp thắc mắc từ shipper khi hàng được giao đến mà tôi không cần liên hệ lại người bán.				0,692
NV3	Thái độ của shipper đối với người nhận hàng.				0,640
Giá trị Eigen		6,430	1,907	1,572	1,242
Tổng phương sai trích					65,602%

**Bảng 4.** Kết quả phân tích nhân tố cho biến phụ thuộc

Mã hóa	Biến quan sát	Sự mong đợi về dịch vụ giao hàng
PT1	Tôi sẽ tiếp tục mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử nếu dịch vụ giao hàng đáp ứng được những mong đợi của tôi.	0,727
PT2	Tôi sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân về việc mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử nếu có trải nghiệm dịch vụ giao hàng tốt.	0,739
PT3	Tôi sẽ hài lòng về việc mua sản phẩm điện tử nếu dịch vụ giao hàng đáp ứng được các mong đợi của tôi.	0,727

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

Kết quả thống kê các nhân tố và tương quan giữa các nhân tố sau EFA cho trong Bảng 5.

**Bảng 5.** Phân tích mô tả và tương quan giữa các nhân tố sau EFA

Nhân tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn	PT	KNAT	GC	TG
PT	3,94	0,67	1			
KNAT	4,16	0,66	0,573**	1		
GC	3,71	0,74	0,450**	0,415**	1	
TG	3,55	0,76	0,429**	0,361**	0,290**	1
NV	3,67	0,69	0,346**	0,541**	0,334**	0,319**

**Ghi chú:** Ký hiệu \* biểu thị  $p < 5\%$ , \*\* biểu thị  $p < 1\%$ .

Kết quả này cho thấy, các biến phụ thuộc KNAT, GC, TG và NV có tương quan chặt chẽ với biến phụ thuộc PT ở mức  $p$  value  $< 1\%$ . Đây là cơ sở quan trọng để tiến hành phân tích hồi quy.

Tiếp theo, nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy đa biến và các kết quả được cho trong bảng sau:

**Bảng 6.** Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Biến phụ thuộc: Sự mong đợi về dịch vụ giao hàng	Hệ số chuẩn hoá		Kỳ vọng	Thống kê t	VIF
	$\beta$	Sai số			
<b>Các biến độc lập</b>					
Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán	0,469***	00,050	Dương	9,304	1,000
Giá cả vận chuyển	0,314***	0,050	Dương	6,225	1,000
Thời gian giao nhận hàng	0,309***	0,050	Dương	6,135	1,000
Nhân viên giao hàng	0,113**	0,050	Dương	2,233	1,000
<b>Hằng số</b>	<b>1,630E-16</b>	<b>0,050</b>		0,000	
Các chỉ số kiểm định					
R <sup>2</sup>		0,427			
R <sup>2</sup> điều chỉnh		0,417			
Thống kê F (sig)		41,982 (0,000)			
Durbin-Watson		1,960			

**Ghi chú:** Ký hiệu \*\* biểu thị  $sig < 5\%$ , \*\*\* biểu thị  $sig < 1\%$ .

Kết quả cho thấy R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0,417, nghĩa là mô hình hồi quy tương đối phù hợp với tập dữ liệu mẫu ở mức 41,7%, tức là các biến độc lập đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng đến 41,7% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Kết quả phân tích cũng cho thấy, có 4 biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê trong mô hình (do  $sig. < 0,05$ ). Trong các biến trên không có hiện tượng đa cộng tuyến do tất cả các giá trị VIF của các biến đều nhỏ hơn 10.

Kết quả cho thấy, yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng là sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và

bán ( $\beta = 0,469$ ), tiếp đến là giá cả vận chuyển ( $\beta = 0,314$ ), thời gian giao nhận hàng ( $\beta = 0,309$ ) và cuối cùng là nhân viên giao hàng ( $\beta = 0,113$ ).

**4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu**

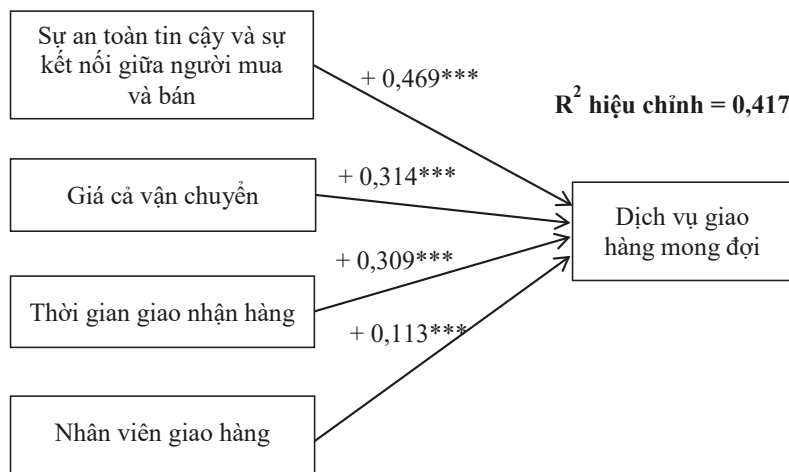
Kết quả kiểm định các giả thuyết H1, H2, H3, H4 được chấp nhận, đều có ý nghĩa  $sig. < 0,05$ . Kết quả này cho thấy, có mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ giao hàng và sự mong đợi về dịch vụ giao hàng của khách hàng. Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán là nhân tố tác động mạnh nhất và tác động cùng chiều đến sự



mong đợi về dịch vụ giao hàng của khách hàng tại TPHCM với hệ số 0,469. Tiếp đến, Giá cả vận chuyển là yếu tố mạnh thứ 2 có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng với hệ số 0,314. Thời gian giao nhận hàng là yếu tố mạnh thứ 3 có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng với hệ số là 0,309. Yếu tố cuối cùng có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng là Nhân viên giao hàng với hệ số là 0,113. Các kết

quả này có điểm tương đồng với các kết quả nghiên cứu trước của Lin và cộng sự (2011) và Dang (2020).

Điểm khác biệt lớn nhất của nghiên cứu là 2 nhân tố độc lập Sự an toàn tin cậy và Sự kết nối giữa người mua và bán hội tụ về cùng một nhân tố, được đặt tên là Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán và cũng là nhân tố tác động mạnh nhất đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng.



**Hình 2.** Kết quả phân tích hồi quy đa biến

## 5. Kết luận và khuyến nghị

### 5.1. Kết luận

Nghiên cứu này đã góp phần củng cố cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ, sự mong đợi của khách hàng đối với các hoạt động thương mại điện tử, đặc biệt là dịch vụ giao hàng chặng cuối. Với các kết quả nghiên cứu đạt được, nhóm tác giả đã hoàn thành được những mục tiêu đặt ra, đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng gồm thống kê và hồi quy để có thể xác định được 4 yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ giao hàng với sự mong đợi về dịch vụ giao hàng cho các sản phẩm điện tử của khách hàng, theo thứ tự: Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán, giá cả vận chuyển, thời gian giao nhận hàng, và nhân viên giao hàng.

### 5.2. Khuyến nghị

Từ các kết quả thu được, nghiên cứu này đề xuất một số hàm ý quản trị như sau:

*Sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán* là nhân tố tác động mạnh nhất và

tác động cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng của khách hàng tại TPHCM. Điều mà khách hàng quan tâm nhiều nhất đối với dịch vụ giao hàng là việc đảm bảo an toàn cho sản phẩm điện tử trong quá trình vận chuyển. Do những đặc trưng của ngành hàng này nên người mua thường yêu cầu khắt khe về bảo hành, đổi trả sản phẩm, do đó logistics thu hồi (*Reverse Logistic*) được xem là chiến lược mang tính quyết định nhằm giải quyết những vấn đề còn đang tồn tại mà bất cứ đơn hàng nào cũng gặp phải là hoàn hàng, đổi trả sản phẩm. Các doanh nghiệp thương mại điện tử và các đơn vị vận chuyển cần phát triển dịch vụ giao hàng theo hướng quan tâm đến cảm xúc khách hàng, chẳng hạn như cập nhật kịp thời các vấn đề phát sinh về đơn hàng, chú trọng đến vai trò của shipper trong việc phản hồi thông tin sản phẩm nhanh chóng và trực tiếp đến người mua. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần quan tâm đến hai nhóm đối tượng chính là sinh viên và người đi làm. Người đi làm sẽ quan tâm đến yếu tố sự an toàn tin cậy và sự kết nối giữa người mua và bán cao hơn nhóm sinh viên.

*Giá cả vận chuyển* là yếu tố mạnh thứ hai có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng. Cần có sự phối hợp giữa sàn và đơn vị giao hàng để có chính sách ưu đãi, giảm giá vận chuyển cho khách hàng, chẳng hạn như chính sách freeship hoặc trợ giá một phần phí vận chuyển. Ngoài ra, doanh nghiệp cần cân nhắc đến sự chênh lệch giữa giá trị đơn hàng và mức phí vận chuyển nhằm để xuất mức phí vận chuyển phù hợp, thúc đẩy quyết định đặt hàng.

*Thời gian giao nhận hàng* là yếu tố mạnh thứ ba có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng. Có thể thấy, khách hàng đều mong muốn về dịch vụ giao hàng nhanh. Hiện nay các doanh nghiệp thương mại điện tử và các đơn vị vận chuyển đều có các chiến lược cạnh tranh khốc liệt về dịch vụ giao hàng nhanh nhưng chưa có dịch vụ giao hàng cho các sản phẩm cần gấp. Do đó, các sàn thương mại điện tử nên có chính sách để nhà bán tự quyết định về phương thức vận chuyển hàng hóa cho khách cần gấp, chẳng hạn như tận dụng nguồn lực xe ôm công nghệ (Grab, GoJek...) để giao hàng.

*Nhân viên giao hàng* là yếu tố cuối cùng có ảnh hưởng cùng chiều đến sự mong đợi về dịch vụ giao hàng. Điều này cho thấy, khách hàng cũng rất quan tâm đối với nhân viên giao hàng về thái độ phục vụ và mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Do vậy, các doanh nghiệp thương mại điện tử và các đơn vị vận chuyển cần có chú trọng khâu tuyển dụng và

đào tạo nhân viên giao hàng với các kỹ năng cần thiết như: kỹ năng sắp xếp lộ trình giao hàng hợp lý, kỹ năng tìm đường, kỹ năng giao tiếp và thân thiện với khách hàng, kỹ năng bảo quản hàng hóa và kỹ năng xử lý các vấn đề phát sinh trong khi giao hàng.

### 5.3. Hạn chế và hướng phát triển

Nghiên cứu này được thực hiện trong thời gian xảy ra đại dịch Covid-19 nên quá trình khảo sát cũng như phỏng vấn chuyên gia đều không được thực hiện trực tiếp, nên thông tin thu thập được còn nhiều hạn chế. Do hạn chế về nguồn lực và chi phí nên đối tượng khảo sát chỉ giới hạn trong khu vực TPHCM, chưa có tính đại diện cho cả nước và mẫu được chọn ngẫu nhiên đơn giản nên kết quả có thể bị ảnh hưởng chủ quan bởi các yếu tố khác nhau từ nhóm đối tượng khảo sát. Để kết quả nghiên cứu có chiều sâu và tính chính xác cao hơn thì cần mở rộng đối tượng khảo sát ở nhiều khu vực khác nhau với nhiều trình độ học vấn và văn hóa khác nhau để xác định bất kỳ sự khác biệt hoặc tương đồng trong các yếu tố ảnh hưởng đến sự mong đợi khi mua sản phẩm điện tử trên các sàn thương mại điện tử của khách hàng. Hơn nữa, nghiên cứu chỉ dừng lại ở việc khảo sát các yếu tố chất lượng dịch vụ giao hàng ảnh hưởng đến sự mong đợi của khách hàng như thế nào mà chưa đề cập đến ý định mua hàng thật sự. Vì vậy, ở những nghiên cứu tiếp theo nên xem xét đến mối quan hệ giữa sự mong đợi dịch vụ giao hàng và hành vi mua sản phẩm điện tử trực tuyến.

### Tài liệu tham khảo

- Brogowicz, A. A., Delene, L. M., & Lyth, D. M. (1990). A Synthesised Service Quality Model with Managerial Implications. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 27-45. <https://doi.org/10.1108/09564239010001640>
- Dang, T. (2020). *E-commerce and order fulfillment operations towards customer satisfaction in the Vietnamese market*. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020101421333>
- Đình Thu Phương (2018). Giải pháp cho hoạt động giao hàng chặng cuối trong Logistics. *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế “Thương mại và phân phối” lần 1*. Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu. <http://lib.bvu.edu.vn/bitstream/TVDHBRVT/19296/1/Giai-phap-cho-hoat-dong-giao-hang.pdf>
- Gevaers, R., Van de Voorde, E., & Vanellander, T. (2009). Characteristics of innovations in last-mile logistics-using best practices, case studies and making the link with green and sustainable logistics. *Association for European Transport and Contributors*, 1-21. <https://trid.trb.org/view/1107297>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM000000004784>
- Joerss, M., Schröder, J., Neuhaus, F., Klink, C., & Mann, F. (2016). Parcel delivery: The future of last mile. *McKinsey & Company*, 1-32. [https://bdkep.de/files/bdkep-dateien/pdf/2016\\_the\\_future\\_of\\_last\\_mile.pdf](https://bdkep.de/files/bdkep-dateien/pdf/2016_the_future_of_last_mile.pdf)
- Lin, C. C., Wu, H. Y., & Chang, Y. F. (2011). The critical factors impact on online customer satisfaction. *Procedia Computer Science*, 3, 276-281.
- Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện*. Nhà xuất bản Lao động-Xã hội.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Vroom, V., Porter, L., & Lawler, E. (2005). Expectancy theories. *Organizational Behavior*, 1, 94-113.



## RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY, ADOPTION OF ONLINE INFORMATION AND BRAND TRUST THROUGH BRAND IMAGE IN RESIDENTIAL REAL ESTATE PROJECT DEVELOPERS IN VIETNAM

Ta Van Thanh<sup>1\*</sup>, Lam Ngoc Thuy<sup>1</sup>, Nguyen Dong Trieu<sup>1</sup>, Ho Thi Thao Nguyen<sup>1</sup>,  
Tran Ba Duy Linh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>University of Finance – Marketing

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.263</p> <p><i>Received:</i> April 21, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> June 10, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Adoptation of online information; Brand image; Brand trust; Service quality; Real estate.</p> <p><b>JEL Code:</b> M1, M3, M38</p>	<p>This study examines the relationship between service quality, adoption of online information and brand trust through brand image in residential real estate developers in Vietnam. These relationships were tested with 542 people who had purchased residential real estate from a real estate project developer in Vietnam, using the support of SPSS 22 and AMOS. Research results show that the adoption of online information has a stronger impact on brand image than service quality, and brand image has a stronger impact on brand trust than service quality. Finally, the author presents research implications for managers and future research directions.</p>

\*Corresponding author:

Email: [tvthanh@ufm.edu.vn](mailto:tvthanh@ufm.edu.vn)



**MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, TIẾP NHẬN THÔNG TIN TRỰC TUYẾN VÀ NIỀM TIN THƯƠNG HIỆU THÔNG QUA HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU TẠI CÁC DOANH NGHIỆP PHÁT TRIỂN DỰ ÁN BẤT ĐỘNG SẢN NHÀ Ở TẠI VIỆT NAM**

**Tạ Văn Thành<sup>1\*</sup>, Lâm Ngọc Thùy<sup>1</sup>, Nguyễn Đông Triều<sup>1</sup>, Hồ Thị Thảo Nguyên<sup>1</sup>, Trần Bá Duy Linh<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.263</p> <p>Ngày nhận: 21/04/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 10/06/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Bất động sản; Chất lượng dịch vụ; Hình ảnh thương hiệu; Tiếp nhận thông tin trực tuyến; Niềm tin thương hiệu.</p> <p><b>Mã JEL:</b> M1, M3, M38</p>	<p>Nghiên cứu này xem xét mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến và niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu trong các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở tại Việt Nam. Các mối quan hệ này được kiểm định với 612 người đã từng mua bất động sản (BDS) nhà ở của một đơn vị phát triển dự án bất động sản tại Việt Nam, sử dụng phần mềm hỗ trợ SPSS 22 và AMOS. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tiếp nhận thông tin trực tuyến có tác động tới hình ảnh thương hiệu mạnh hơn chất lượng dịch vụ và hình ảnh thương hiệu có tác động đến niềm tin thương hiệu mạnh hơn chất lượng dịch vụ. Cuối cùng tác giả trình bày hàm ý nghiên cứu cho nhà quản trị và hướng nghiên cứu tiếp theo.</p>

**1. Đặt vấn đề**

Bất động sản (BDS) là một trong những ngành có vị trí và vai trò quan trọng đối với nền

kinh tế quốc dân. Từ góc độ môi trường kinh doanh, ngành bất động sản không và sẽ không bao giờ trở nên tĩnh bởi vì nó liên quan đến môi trường phức tạp và thách thức cao, có quan hệ trực tiếp với các thị trường tài chính tiền tệ, thị trường xây dựng, thị trường vật liệu xây dựng, thị trường lao động... Từ góc độ quản lý của

\*Tác giả liên hệ:

Email: tvthanh@ufm.edu.vn

Chính phủ, phát triển ổn định, bền vững thị trường BĐS là mục tiêu phấn đấu, là một vấn đề có tính cấp thiết cao, có vai trò quan trọng trong việc ổn định kinh tế vĩ mô và thúc đẩy thị trường của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Kể từ năm 1995, thị trường bất động sản đã trải qua giai đoạn tăng trưởng nóng rồi suy giảm, đóng băng và phục hồi. Đến nay, giá nhà đất và tính thanh khoản phần nào bị chững lại do đại dịch Covid-19. Vấn đề đặt ra là tại sao thị trường bất động sản lại không được phát triển một cách ổn định và bền vững tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở tại Việt Nam nguy cơ phá sản cận kề? Sự thành công của doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở phụ thuộc vào cách họ nắm bắt mọi yếu tố quyết định để tối đa hóa hiệu suất của tổ chức và chuyển đổi để sử dụng mang lại lợi ích cho tổ chức và tạo lợi thế cạnh tranh. Bên cạnh đó, ứng dụng công nghệ số trở thành xu hướng toàn cầu. Thúc đẩy chuyển đổi, ứng dụng công nghệ số vào thị trường bất động sản Việt Nam là tất yếu, đặc biệt trong bối cảnh dịch bệnh hiện nay. Từ việc giãn cách, hạn chế tiếp xúc, công nghệ số đã chứng minh sự ưu việt trong quảng bá sản phẩm, kết nối thông tin, tăng tương tác giữa chủ đầu tư và khách hàng. Dịch Covid-19 chính là nhân tố thúc đẩy nhanh quá trình số hóa trong lĩnh vực bất động sản để hướng tới sự phát triển ổn định, bền vững bất chấp đại dịch. Tiếp nhận thông tin trực tuyến là một trong những hoạt động khá thường xuyên của người sử dụng Internet cho việc tìm kiếm thông tin về sản phẩm, dịch vụ là người dùng quét các ý kiến và bình luận của những người khác để tham khảo trước khi đưa ra quyết định mua (Pitta & Fowler, 2005). Vì vậy, mục tiêu của bài viết nhằm khám phá các thành phần chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến, xây dựng và kiểm định mô hình về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến và niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu trong các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở tại Việt Nam.

Các thành phần tiếp theo của bài viết bao gồm: (1) Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu; (2) Phương pháp và kết quả nghiên cứu; (3)

Hàm ý cho nhà quản trị; cũng như hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo.

## 2. Cơ sở lý luận và giả thuyết nghiên cứu

### *Chất lượng dịch vụ*

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rất rộng, phức tạp và có tính đa chiều (Pollack, 2009). Do đó, hiện nay có nhiều khái niệm khác nhau về chất lượng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ, là một đánh giá của người tiêu dùng về các dịch vụ được cung cấp bởi doanh nghiệp. Chất lượng dịch vụ còn là sự cung cấp dịch vụ xuất sắc hoặc vượt trội so với mong đợi của khách hàng (Zeithaml & Bitner, 2000). Nói cách khác, chất lượng dịch vụ là một hàm của nhận thức khách hàng, chất lượng dịch vụ được xác định dựa vào nhận thức, hay cảm nhận của khách hàng liên quan đến nhu cầu cá nhân của họ (Bùi Nguyên Hùng & Nguyễn Thúy Quỳnh Loan, 2010).

Parasuraman và cộng sự (1988) đã khởi xướng và sử dụng nghiên cứu định tính và định lượng để xây dựng và kiểm định thang đo các thành phần của chất lượng dịch vụ (gọi là thang đo SERVQUAL). Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, để đo lường năm thành phần của chất lượng dịch vụ, đó là: Độ tin cậy, tính đáp ứng, tính đảm bảo, phương tiện hữu hình và sự đồng cảm. Theo đó, chất lượng dịch vụ là “mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả của dịch vụ”. Nghiên cứu khẳng định rằng, SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về chất lượng dịch vụ, đạt giá trị và độ tin cậy, và có thể được ứng dụng cho mọi loại hình dịch vụ khác nhau. Tuy nhiên, mỗi ngành dịch vụ cụ thể có những đặc thù riêng của chúng. Nhiều nhà nghiên cứu khác cũng đã kiểm định thang đo này với nhiều loại hình dịch vụ cũng như tại nhiều quốc gia khác nhau. Kết quả cho thấy, thành phần của chất lượng dịch vụ không thống nhất với nhau ở từng ngành dịch vụ và từng thị trường khác nhau (Cronin & Taylor, 1992). Cụ thể là Mehta và cộng sự (2000), trong một nghiên cứu tại Singapore, kết luận rằng chất lượng dịch vụ siêu thị chỉ bao gồm hai thành

phần: Phương tiện hữu hình và nhân viên phục vụ. Nguyễn Đình Thọ và cộng sự (2003) kiểm định SERVQUAL cho thị trường khu vui chơi giải trí ngoài trời tại TP HCM cho thấy, chất lượng dịch vụ này bao gồm bốn thành phần: Độ tin cậy, khả năng phục vụ của nhân viên, sự đồng cảm, và phương tiện hữu hình. Để kết luận, do đặc thù của mỗi loại hình dịch vụ nên nhà nghiên cứu cần phải điều chỉnh thang đo SERVQUAL phù hợp với từng nghiên cứu cụ thể. Ngoài ra còn có một số mô hình chất lượng dịch vụ khác như: Rust và Oliver (1994) đề xuất ba thành phần của chất lượng dịch vụ bao gồm: (1) Sản phẩm dịch vụ (service product); (2) Thực hiện dịch vụ (service delivery); và (3) Môi trường dịch vụ (service environment); Brady và Cronin (2001) đề xuất mô hình chất lượng dịch vụ theo cấp bậc với ba thành phần chính là chất lượng tương tác (interaction quality), chất lượng môi trường vật chất (physical environment quality) và chất lượng kết quả dịch vụ (service outcome quality).

### **Chất lượng dịch vụ trong ngành bất động sản**

Công cụ SERVQUAL không dễ dàng được khái quát hóa cho một số dịch vụ nhất định. Carman (1990) đồng tình và tin rằng có thể thêm các hạng mục và nhân tố mới cụ thể cho mỗi ngành dịch vụ đang được đo lường. Do đó, các nhân tố khác nhau có thể được hình thành cho các ngành dịch vụ khác nhau. Nelson và Nelson (1995) đã áp dụng những cải tiến này và tiến hành phát triển một công cụ mới có tên là RESERV (Real Estate Service quality – SQ – Chất lượng dịch vụ trong ngành bất động sản) sử dụng cơ sở của SERVQUAL làm chuẩn.

RESERV được điều chỉnh từ SERVQUAL nhằm đáp ứng các yêu cầu trong ngành môi giới bất động sản nhà ở bằng cách đo lường chất lượng dịch vụ của các dịch vụ bất động sản nhà ở. Cụ thể, công cụ RESERV đo lường kỳ vọng, nhận thức và chất lượng dịch vụ tổng thể. Quy mô được phát triển theo hai giai đoạn. Đầu tiên, một cuộc thử nghiệm đã được tiến hành trong đó các hạng mục từ giai đoạn đầu tiên của quá trình phát triển SERVQUAL đã được điều chỉnh để phù hợp với ngành bất động sản. Một số nhân tố không phù hợp đã bị loại bỏ và một số nhân tố được thêm vào do tầm quan trọng được phát hiện trong nghiên cứu trước. Bảy nhân tố được phân tích là tính hữu hình,

độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo, sự đồng cảm, tính chuyên nghiệp và tính sẵn sàng. Công cụ này cũng được cho là đáng tin cậy là điểm khởi đầu để các nghiên cứu trong tương lai về lĩnh vực này được thực hiện.

Seiler và cộng sự (2000) đã hoàn thiện thêm thang đo RESERV. Họ phát hiện ra rằng, thang đo bảy nhân tố có khả năng dự đoán tốt hơn, nhưng hoàn thiện hơn khi thêm về thành tố về sự chuyên nghiệp trong cấu thành chất lượng dịch vụ bất động sản. Ngoài ra, nghiên cứu của Seiler và cộng sự (2000) cũng là công trình đầu tiên cho thấy, quá trình về việc tiếp cận chất lượng dịch vụ từ 3 giai đoạn: (1) Nhận thức về chất lượng dịch vụ; (2) Nhận thức về chất lượng dịch vụ theo kỳ vọng; và (3) Giá trị nhận được thật sự (khoảng cách giữa kỳ vọng và chất lượng nhận được thực tế). Cách tiếp cận này có tính thực tiễn hơn vì nhận thức về chất lượng dịch vụ trong ngành bất động sản kéo dài trong một quá trình, nơi các quyết định phức tạp trọng một khoản thời gian dài. Mặt khác, nghiên cứu này cũng đã chứng minh có mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ và hành vi mua nhà lặp lại của khách hàng, mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ và việc khách hàng giới thiệu doanh nghiệp bất động sản đó cho người có nhu cầu mua nhà. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Johnson và cộng sự (1988) đã xác định chất lượng dịch vụ trong ngành bất động sản gồm các thành phần: Sự đảm bảo và khả năng đáp ứng, công ty/sản phẩm hữu hình, độ tin cậy và sự đồng cảm. Kết quả này cơ bản tương đồng với nghiên cứu của Parasuraman và cộng sự (1988).

Từ tổng thể phân tích các nghiên cứu liên quan đến chất lượng dịch vụ bất động sản, vận dụng thang đo SERVQUAL, thang đo RESERV, các thành phần của chất lượng dịch vụ trong các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở tại Việt Nam được đề cập trong nghiên cứu này là: (1) Sản phẩm cung cấp, dịch vụ hỗ trợ; (2) Tính an toàn của dịch vụ; (3) Tính tin cậy của dịch vụ; (4) Năng lực phục vụ.

### **Tiếp nhận thông tin trực tuyến**

Trong sự chuyển dịch và phát triển mạnh của Internet, mạng xã hội, vấn đề tiếp nhận thông tin trực tuyến là một khái niệm mới và đang mở rộng. Tiếp nhận thông tin trực tuyến (Electronic Information Adoption – EIA) là

một quá trình, trong đó, mọi người tham gia vào việc đón nhận thông tin từ môi trường số một cách có mục đích. Hành vi tiếp nhận thông tin trực tuyến là một trong những hoạt động chính mà người dùng thường xuyên Internet, mạng xã hội sử dụng cho mục đích việc tìm kiếm thông tin về sản phẩm, dịch vụ, người dùng quét, tiếp nhận các ý kiến và bình luận của những người khác đăng để tham khảo trước khi đưa ra quyết định mua (Pitta & Fowler, 2005).

Mô hình tiếp nhận thông tin (Information Adoption Model - IAM) của Sussman và Siegal (2003) được sử dụng nhiều trong các nghiên cứu về giao tiếp trực tuyến. Các nghiên cứu cho rằng, khi tiếp nhận một thông tin nào đó, trước hết người tiếp nhận phải đánh giá được mức độ hữu ích khi tiếp nhận thông tin đó. Việc đánh giá này dựa vào hai yếu tố: Chất lượng của các lý luận và những gợi ý ngoài luồng khác cùng trong thông điệp đó. Chất lượng của các lý luận được xem là sự tự nhiên của thông tin trong khi những gợi ý ngoài luồng liên quan tới những vấn đề không phải là chủ đề chính của thông điệp. Khi một cá nhân sẵn sàng nhận thức và có khả năng hiểu được những lý luận, lời lẽ trong thông điệp thì chất lượng của lý luận sẽ quyết định mức độ ảnh hưởng của thông tin; ngược lại khi một cá nhân không có động lực hoặc không có khả năng hiểu được các lý luận trong thông điệp thì các gợi ý ngoài luồng khác sẽ quyết định mức độ ảnh hưởng của thông tin (Petty & Cacioppo, 1986). Việc tham khảo các gợi ý ngoài luồng tương đương với việc đánh giá sự hấp dẫn, thích thú và sự tín nhiệm nguồn tin. Cũng phát triển dựa trên mô hình IAM, Cheung và cộng sự (2009) cho rằng, mức độ liên quan, tính đúng lúc, tính chính xác và tính đầy đủ là các thành phần của nhân tố chất lượng thông tin trong IAM. Phát triển dựa trên mô hình IAM của Sussman và Siegal (2003), nghiên cứu của Cheung và cộng sự (2009), Goyette và cộng sự (2010), các thành phần của tiếp nhận thông tin trực tuyến được đề cập ở nghiên cứu này bao gồm: (1) Độ tin cậy của thông tin; (2) Chất lượng của thông tin; (3) Số lượng của thông tin; (4) Sự thống nhất của thông tin.

### **Hình ảnh thương hiệu**

Hình ảnh thương hiệu (Brand Image – BI) là nhận thức của người tiêu dùng về thương hiệu, phản ánh các liên tưởng mang tính cảm xúc, thái

độ, cảm nhận chất lượng... Hình ảnh thương hiệu tích cực, được tạo bởi các nỗ lực marketing độc đáo. Hình ảnh thương hiệu còn chính là sự nhìn nhận của cộng đồng về một doanh nghiệp thông qua các thông tin mà doanh nghiệp ấy thể hiện ra, dù có chủ định hay không có chủ định. Cần nhấn mạnh rằng mỗi đối tượng khác nhau (người tiêu dùng, đối tác, chính quyền và các cơ quan chức năng...) sẽ có một mối quan tâm và cách nhìn nhận khác nhau đối với hình ảnh thương hiệu (Keller, 2003). Có nhiều quan điểm khác nhau song có thể thống nhất rằng, hình ảnh doanh nghiệp là sự phản ánh chính xác nhất vị trí của doanh nghiệp trong tương quan với các đối thủ cạnh tranh, trong đánh giá của khách hàng. Hình ảnh tích cực của doanh nghiệp là chiến lược tiếp thị hứa hẹn nhất để thu hút khách hàng hiện tại (Fombrun & Shanley, 1990). Hình ảnh tốt còn giúp doanh nghiệp đứng vững trên thương trường vì nó không những giúp doanh nghiệp giữ được khách hàng hiện tại mà còn thu hút thêm khách hàng mới (Park và cộng sự, 2005). Điều đó cũng đúng với ngành BĐS, khi khách hàng càng ưa thích hình ảnh doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản (ví dụ Vinhomes), thì khách hàng càng có xu hướng loại bỏ các mặt tiêu cực của doanh nghiệp đó ra khỏi nhận thức của họ. Họ chờ đón mua sản phẩm, ngay cả khi giá bán cao hơn các sản phẩm của doanh nghiệp khác cùng phân khúc. Hình ảnh về hàng hóa hoặc dịch vụ trong tâm trí, nhận thức của người tiêu dùng và cách thức mà hình ảnh đó được định vị trong nhận thức của người tiêu dùng quan trọng đối với thành công của sản phẩm, dịch vụ hơn là các giá trị thực tế của sản phẩm, dịch vụ đó. Vì vậy, các nhà tiếp thị phải cố gắng định vị hình ảnh thương hiệu của họ sao cho chúng được người tiêu dùng nhìn nhận như là việc sản phẩm, dịch vụ phù hợp với một thị trường ngách đặc biệt - một thị trường ngách mà không có sản phẩm, dịch vụ nào khác tham gia (Schiffman & Kanuk, 2004).

### **Niềm tin thương hiệu**

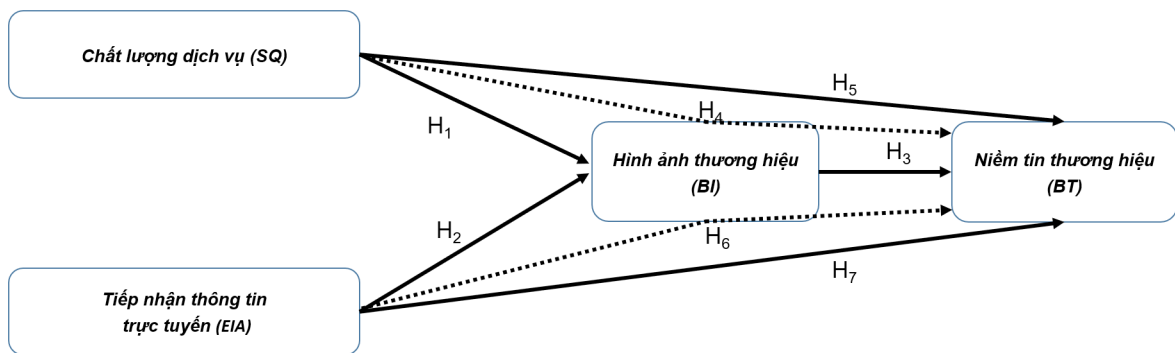
Niềm tin thương hiệu (Brand Trust – BT) là một khái niệm quan trọng giúp khách hàng liên tưởng đến chất lượng (Crosby và cộng sự, 1990) và trung thành với thương hiệu (Chandio và cộng sự, 2015). Do đó, xây dựng và duy trì một mối quan hệ lâu dài với khách

hàng là rất cần thiết đối với sự bền vững của thương hiệu. Lin và Lee (2012) xác định niềm tin thương hiệu trong môi trường trực tuyến là một trạng thái tâm lý gắn với cảm giác tự tin và những mong đợi tích cực từ thương hiệu đó. Doanh nghiệp có thể tạo niềm tin cho khách hàng qua hệ thống trực tuyến nếu chứng minh được thương hiệu của mình là phù hợp với những gì khách hàng mong đợi (Saleem & Raja, 2014). Kèm theo sự mong đợi này là những rủi ro khách hàng phải chấp nhận gọi là sự không chắc chắn, tạo được môi trường mà

ở đó khách hàng tin rằng, sự không chắc chắn là thấp nhất thì sẽ làm tăng niềm tin thương hiệu (Chaudhuri & Holbrook, 2001).

**Mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu được trình bày ở Hình 1. Mô hình thể hiện mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ bất động sản, tiếp nhận thông tin trực tuyến của khách hàng và niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu của các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở.



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

Các giả thuyết nghiên cứu được phát biểu như sau:

**Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ (SQ) và hình ảnh thương hiệu (BI)**

Chất lượng dịch vụ là kết quả so sánh giữa kỳ vọng và giá trị nhận được của họ về dịch vụ theo cách mà được khách hàng được tiếp nhận (Caruana, 2002). Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng, để khách hàng cảm nhận được hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp nào đó tốt thì họ phải cảm nhận được chất lượng dịch vụ của nó. Nếu khách hàng không cảm nhận được chất lượng dịch vụ cao của doanh nghiệp thì trong tâm trí của họ cũng không có những cảm nhận tốt về hình ảnh doanh nghiệp đó (Park và cộng sự, 2005). Hay nói cách khác, để cho hình ảnh thương hiệu của một doanh nghiệp được khách hàng đánh giá tốt thì họ phải cảm nhận chất lượng cao của doanh nghiệp đó. Như vậy, giả thuyết H1 về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và hình ảnh thương hiệu được phát biểu như sau:

*Giả thuyết 1 (H<sub>1</sub>): Khi khách hàng cảm nhận chất lượng dịch vụ của một doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở càng cao thì hình ảnh của doanh nghiệp đó được họ đánh giá càng cao.*

**Quan hệ giữa tiếp nhận thông tin trực tuyến (EIA) và hình ảnh thương hiệu (BI)**

Dobni và Zinkhan (1990) đã chỉ ra rằng, hình ảnh về thương hiệu là kết quả của sự tương tác giữa người nhận thông tin và những kích thích từ thông điệp marketing liên quan đến thương hiệu hay sản phẩm. Theo Liu (2006), lời truyền miệng điện tử không những đóng một vai trò quan trọng trong việc gia tăng ý định mua của khách hàng, giảm chi phí quảng cáo mà nó cũng giúp tạo ra một hình ảnh thuận lợi cho công ty và thương hiệu của mình. Jalilvand và Samiei (2012) cho rằng, thông tin liên lạc trực tuyến được đăng trong một môi trường sống động và tương tác như Internet có thể tác động mạnh mẽ đến hình ảnh thương hiệu và dẫn đến kết quả là ý định mua. Các lập luận trên là cơ sở để nói rằng tiếp nhận thông tin trực tuyến có ảnh



hưởng đến hình ảnh thương hiệu, giả thuyết H2 được đặt ra như sau:

*Giả thuyết 2 (H<sub>2</sub>): Khi khách hàng có sự chấp nhận thông tin trực tuyến càng cao sẽ nhận thức càng tích cực hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở được đề xuất.*

**Quan hệ giữa hình ảnh thương hiệu (BI) và niềm tin thương hiệu (BT)**

Nghiên cứu của Upamannu và Sankpal (2014) khẳng định có sự tồn tại ảnh hưởng trực tiếp từ hình ảnh thương hiệu đến niềm tin thương hiệu của khách hàng, cụ thể là tác động tích cực từ hình ảnh thương hiệu sẽ làm tăng niềm tin thương hiệu. Giả thuyết H3 được đặt ra như sau:

*Giả thuyết 3 (H<sub>3</sub>): Khách hàng càng nhận thức tích cực hình ảnh thương hiệu được đề xuất sẽ càng tin tưởng vào thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở đó.*

**Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến với niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu**

Hình ảnh thương hiệu có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến và niềm tin thương hiệu. Vì chất lượng dịch vụ và tiếp nhận thông tin trực tuyến cũng đóng góp vào sự phát triển thương hiệu trong dài hạn. Ofori và cộng sự (2018) đã cho thấy rằng, chất lượng dịch vụ ảnh hưởng mạnh mẽ đến hình ảnh thương hiệu và niềm tin vào thương hiệu các tổ chức. Điều này cho thấy rằng, các doanh nghiệp đã tạo ra giá trị cho dịch vụ được cung cấp và đã phát triển niềm tin trong tâm trí khách hàng khi họ luôn cung cấp dịch vụ có chất lượng tốt (Gao và cộng sự, 2015). Niềm tin thương hiệu được tạo ra với khách hàng sẽ dẫn đến một hình ảnh thương hiệu tốt, cuối cùng dẫn đến việc gia tăng lòng trung thành của khách hàng (Saleem & Raja, 2014). Hai giả thuyết H4 và H5 được đặt ra như sau:

*Giả thuyết 4 (H<sub>4</sub>): Chất lượng dịch vụ mang lại hiệu quả tích cực và gián tiếp đến niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án BĐS nhà ở đó.*

*Giả thuyết 5 (H<sub>5</sub>): Chất lượng dịch vụ mang lại hiệu quả tích cực và trực tiếp đến niềm tin*

*thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở đó.*

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu về những nhân tố tác động đến niềm tin thương hiệu của Alam và Yasin (2010) và Sandes và Urdan (2013) đều cho thấy những thông tin tích cực từ giao tiếp trong ngữ cảnh trực tuyến có tác động làm tăng niềm tin thương hiệu. Hai giả thuyết H6 và H7 được đặt như sau:

*Giả thuyết 6 (H<sub>6</sub>): Tiếp nhận thông tin trực tuyến mang lại hiệu quả tích cực và gián tiếp đến niềm tin thương hiệu thông qua hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở đó.*

*Giả thuyết 7 (H<sub>7</sub>): Tiếp nhận thông tin trực tuyến mang lại hiệu quả tích cực và trực tiếp đến niềm tin thương hiệu của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở đó.*

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Quá trình nghiên cứu được tiến hành qua hai giai đoạn là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ định tính được dùng để điều chỉnh thang đo về mặt ngữ nghĩa, cũng như điều chỉnh nội dung, bổ sung hoặc thay thế các biến quan sát cho phù hợp với ngành bất động sản nhà ở tại Việt Nam. Nghiên cứu sơ bộ định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật thảo luận nhóm tập trung gồm sáu khách hàng đã ít nhất hai lần mua sản phẩm của các doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định lượng này dùng để kiểm định lại mô hình lý thuyết và các giả thuyết trong mô hình.

Tất cả các thang đo các khái niệm nghiên cứu trong mô hình đều là thang đo đa biến, được thiết kế theo dạng thang đo Likert với 5 cấp độ từ “1- hoàn toàn không đồng ý” đến “5 - hoàn toàn đồng ý”. Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ cho thấy, thang đo chất lượng dịch vụ loại bớt 3 còn 13 biến quan sát, dựa trên thang đo của Chen và Liu (2017); thang đo tiếp nhận thông tin trực tuyến loại bớt 2 còn 12 biến quan sát, dựa trên thang đo của Cheung và cộng sự (2009), Goyette và cộng sự (2010); thang đo hình ảnh loại 1 còn 5 biến quan sát, dựa trên thang đo của Park và cộng sự (2005); thang

đo niềm tin thương hiệu gồm 4 biến quan sát, dựa trên thang đo của Upamannyu và Sankpal (2014). Kết quả có 34 biến quan sát đại diện cho 4 khái niệm nghiên cứu được sử dụng đưa vào nghiên cứu định lượng chính thức.

Những người tham gia tiềm năng của nghiên cứu này là những người đã từng mua sản phẩm của doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản nhà ở tại Việt Nam, trên 18 tuổi, được chọn bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, có nghĩa là lấy mẫu dựa trên sự thuận lợi hay dựa trên tính dễ tiếp cận của đối tượng dưới hình thức bảng câu hỏi khảo sát trực tuyến trong thời gian từ tháng 9 năm 2021 đến tháng 10 năm 2021, tổng số phiếu thu về 700, sau khi làm sạch, loại bỏ bảng câu hỏi trả lời không hợp lệ do thiếu thông tin, trả lời không đầy đủ hoặc đáp viên không thuộc đối tượng nghiên cứu, số phiếu hợp lệ đưa vào phân tích là 612. Sử dụng phần mềm SPSS 20 và AMOS 20, các thang đo khái niệm nghiên cứu trước tiên được đánh giá độ tin cậy và kiểm định giá trị thang đo, tiếp tục được kiểm định độ tin cậy tổng hợp, tính đơn nguyên, giá trị hội tụ, và giá trị phân biệt thông qua phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA (Confirmatory Factor Analysis). Phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling) được sử dụng để kiểm định mô hình lý thuyết cùng với các giả thuyết (Kline, 2005).

#### 4. Phân tích dữ liệu

##### 4.1. Kiểm định thang đo

Sử dụng phương pháp phân tích hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo và độ phù hợp của biến quan thông qua hệ số Cronbach’s Alpha và hệ số tương quan biến tổng (Hair và cộng sự, 1998). Kết quả cho thấy, các thang đo và biến quan sát đều đạt độ tin cậy. Hệ số Cronbach’s Alpha của các thang đo từ 0,848 đến 0,944 (lớn hơn 0,6), hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát từ 0,658 đến 0,829 (lớn hơn 0,3) (Bảng 1).

Tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA, nghiên cứu này đã áp dụng phương pháp trích rút nhân tố (Principal Component Analysis), sử dụng kèm với phép quay nhân tố Varimax (Kaiser, 1974). Kết quả phân tích EFA với các biến quan sát của thang đo các biến độc lập và biến phụ thuộc đều đạt kết quả tốt: Kiểm định Bartlett’s Test với kết quả là sig = 0,000 < 0,05; Hệ số KMO là 0,948 và hệ số tải của các biến đều lớn hơn 0,5; Giá trị Eigenvalue thấp nhất = 1,042 và tổng phương sai trích = 57,444% > 50%. Như vậy, các thang đo các khái niệm nghiên cứu được chấp nhận, đảm bảo độ tin cậy (tại Bảng 1) và được sử dụng cho phân tích mô hình cấu trúc CB-SEM.

**Bảng 1.** Kết quả phân tích độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố

Thang	Số biến quan sát	Cronbach’s Alpha	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số tải nhân tố
			(Từ thấp nhất đến cao nhất)	(Từ thấp nhất đến cao nhất)
Chất lượng dịch vụ - SQ	13	0,937	0,658 – 0,744	0,640 – 0,781
Tiếp nhận thông tin trực tuyến - EIA	12	0,944	0,680 – 0,829	0,643 – 0,867
Hình ảnh thương hiệu - BI	5	0,886	0,669 – 0,749	0,596 – 0,810
Niềm tin thương hiệu - BT	4	0,848	0,669 – 0,703	0,539 – 0,722

Kết quả CFA cho mô hình tối hạn cho thấy, mô hình đạt được độ tương thích với thị trường: CMIN/df=2,087 < 3. Các chỉ số: TLI, CFI, GFI lần lượt là: 0,954; 0,959; 0,909 đều > 0,9; RSMEA = 0,042 < 0,08, PCLOSE = 1,000 > 0,05. Do đó, khẳng định mô hình này là phù

hợp với dữ liệu thu thập được, các thành phần của chất lượng dịch vụ, truyền miệng và hình ảnh đạt được tính đơn nguyên. Hơn nữa, các trọng số chuẩn hóa ( $\lambda$ ) đều đạt yêu cầu ( $\geq .61$ ) và các hệ số chưa chuẩn hóa có ý nghĩa thống kê ( $p = .000$ ), nên các thang đo này đạt được giá

trị hội tụ. Hệ số tương quan giữa các khái niệm cho thấy chúng đều nhỏ hơn 1 và có ý nghĩa thống kê. Vì vậy, các khái niệm này đạt được giá trị phân biệt.

Bảng 2 cho thấy, hệ số tin cậy tổng hợp (CA-reliability) của các khái niệm đều lớn hơn 0,7 chứng tỏ các thang đo đạt độ tin cậy. Về giá trị phân biệt, hệ số tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu đều nhỏ hơn 0,85; phương

sai riêng lớn nhất MSV đều nhỏ hơn AVE, chỉ số SQRTAVE đều lớn hơn tất cả các Inter-Construct Correlations, nên thang đo đạt yêu cầu về giá trị phân biệt. Chỉ số phương sai trích (AVE) của các khái niệm đều lớn hơn 0,5 và hệ số hồi quy chuẩn hoá của các biến quan sát với nhân tố được đo lường đều lớn hơn 0,5 và có ý nghĩa thống kê nên tính hội tụ của các thang đo được đảm bảo.

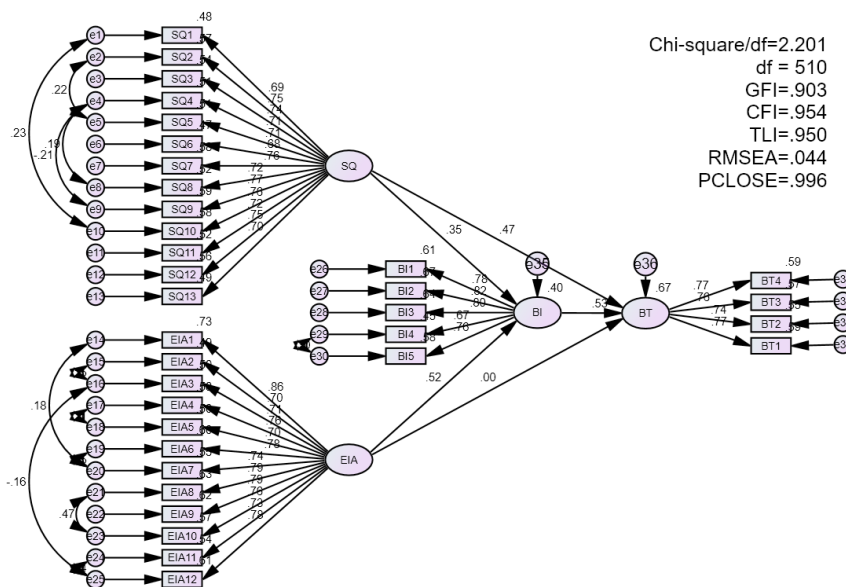
**Bảng 2.** Kết quả độ tin cậy và giá trị phân biệt của thang đo

	CR	AVE	MSV	SQRTAVE	MaxR(H)	BI	SQ	EIA	BT
BI	0,882	0,599	0,507	0,774	0,887	0,774			
SQ	0,936	0,532	0,452	0,729	0,937	0,400	0,729		
EIA	0,942	0,576	0,303	0,759	0,945	0,550	0,111	0,759	
BT	0,849	0,583	0,507	0,764	0,849	0,712	0,672	0,337	0,764

**4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu và các giải thuyết nghiên cứu**

Kết quả ước lượng của mô hình lý thuyết được trình bày ở Hình 2, mô hình có 510 bậc tự do, Chi-square = 1122,5; CMIN/df = 2,201 < 3; GFI = 0,903; TLI = 0,950; CFI = 0,954 lớn hơn 0,9 và RMSEA = 0,044 < 0,06; PCLOSE = 0,996 > 0,5. Như vậy, tất cả các chỉ số của mô hình đều đạt, có thể kết luận mô hình này thích hợp với dữ liệu thị trường

Kết quả ước lượng của mô hình lý thuyết CB-SEM gồm có 510 bậc tự do cho thấy, mô hình có Chi-square = 1122,5; CMIN/df = 2,201 < 3; GFI = 0,903; TLI = 0,950; CFI = 0,954 lớn hơn 0,9 và RMSEA = 0,044 < 0,06, PCLOSE = 0,996 > 0,5. Như vậy, tất cả các chỉ số của mô hình đều đạt, có thể kết luận mô hình này thích hợp với dữ liệu thị trường.



**Hình 2.** Mô hình cấu trúc SEM (đã chuẩn hoá)

Từ kết quả CB-SEM ước lượng mô hình chuẩn hoá cho thấy, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 được chấp nhận, giả thuyết H7 bác bỏ. Nói cách khác, tiếp nhận thông tin trực tuyến không có ảnh hưởng trực tiếp đến niềm tin thương hiệu, nhưng có tác động gián tiếp thông qua hình ảnh của doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở đó. Như vậy, kết quả nghiên cứu này góp phần củng cố thêm kết quả nghiên cứu của Sandes và Urdan (2013). Hệ số hồi quy chuẩn hóa của các mối quan hệ cho thấy, mức độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Có 2 biến

tác động lên hình ảnh thương hiệu BI, trong đó tiếp nhận thông tin trực tuyến có sự tác động mạnh hơn ( $\beta = 0,523$ ), chất lượng dịch vụ có mức tác động thấp hơn ( $\beta = 0,353$ ). Trong 2 biến tác động đến niềm tin thương hiệu thì hình ảnh thương hiệu có tác động mạnh hơn ( $\beta = 0,530$ ) và chất lượng dịch vụ tác động thấp hơn ( $\beta = 0,468$ ). Chỉ số R<sup>2</sup> của BI là 0,398, như vậy, các biến độc lập tác động lên 39,8% sự biến thiên của hình ảnh thương hiệu. Tương tự, R<sup>2</sup> của BT là 0,675, điều này có nghĩa là các biến độc lập tác động lên 67,5% sự biến thiên của niềm tin thương hiệu.

**Bảng 3.** Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ của các khái niệm	Ước lượng	S.E.	C.R.	P-value	Kết luận
H1	Chất lượng dịch vụ → Hình ảnh thương hiệu	0,393	0,046	8,495	0.00	Chấp nhận
H2	Tiếp nhận thông tin trực tuyến → hình ảnh thương hiệu	0,401	0,032	12,501	0.00	Chấp nhận
H3	Hình ảnh thương hiệu → niềm tin thương hiệu	0,5	0,047	10,554	0.00	Chấp nhận
H5	Chất lượng dịch vụ → niềm tin thương hiệu	0,492	0,046	10,725	0.00	Chấp nhận
H7	Tiếp nhận thông tin trực tuyến → niềm tin thương hiệu	-0,002	0,029	-0,058	0,953	Bác bỏ

**5. Kết luận**

Từ cơ sở kết quả phân tích, nghiên cứu cho thấy, hình ảnh doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở sẽ tăng lên khi chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp được cải thiện. Kết quả này cũng ủng hộ kết quả nghiên cứu của Chen và Liu (2017), là các thành phần của chất lượng dịch vụ có mối tương quan dương với hình ảnh doanh nghiệp. Do đó, để tăng cường chất lượng dịch vụ thì nhà quản lý cần chú ý đến bốn thành phần chất lượng dịch vụ, đó là sản phẩm cung cấp, dịch vụ hỗ trợ, tính an toàn của dịch vụ, tính tin cậy của dịch vụ và năng lực phục vụ. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cho thấy, hình ảnh của doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở có mối liên quan đến hoạt động tiếp nhận thông tin trực tuyến của khách hàng. Nói cách khác, nhiều thông tin tích cực về doanh nghiệp bất động sản trên nền tảng Internet sẽ gia tăng hình

ảnh của doanh nghiệp đó. Vì vậy, các nhà quản lý cần tiếp tục xây dựng hình ảnh doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở tốt đối với khách hàng nhằm để từ đó tăng uy tín và xây dựng niềm tin thương hiệu của doanh nghiệp và thu hút thêm khách hàng tiềm năng thông qua hoạt động truyền miệng của khách hàng. Một lần nữa cần khẳng định, để xây dựng hình ảnh tích cực của một doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở thì cần phải tăng chất lượng dịch vụ, từ đó gia tăng các thông tin tích cực về doanh nghiệp, sản phẩm trên nền tảng số. Để làm điều này, các nhà quản trị cần tập trung vào một số vấn đề sau:

*Thứ nhất*, các doanh nghiệp nên đầu tư tăng hình ảnh và niềm tin thương hiệu thông qua xây dựng và đảm bảo toàn bộ nhân viên thực hiện đúng, đủ quy trình tư vấn, chăm sóc khách hàng khi còn đang tư vấn sản phẩm, trong quá

trình thực hiện hợp đồng và sau khi bàn giao nhà cho khách hàng về sử dụng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng niềm tin yêu thương hiệu của khách hàng.

*Thứ hai*, cần đẩy mạnh các hoạt động truyền thông thương hiệu khi khách hàng đã mua và sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp bằng chiến dịch marketing đủ lớn để lan toả. Bên cạnh đó, cần tận dụng tiến bộ công nghệ số, website và các mạng xã hội, để chia sẻ về sự hài lòng của khách hàng trong quá trình tìm hiểu về sản phẩm, trong quá trình mua sản phẩm và sau khi đã nhận nhà về sinh sống. Mặt khác, cần nâng cao vai trò của Hiệp hội Bất động sản trong quản lý và truyền thông về thương hiệu của doanh nghiệp để tạo niềm tin yêu thương hiệu.

*Thứ ba*, nâng cao nhận thức của lãnh đạo và nhân viên tại doanh nghiệp phát triển dự án bất động sản về tình yêu thương hiệu như là mục tiêu chiến lược có thể đo lường và luôn nhắc tư duy về tầm quan trọng của việc phát triển

mối quan hệ tình cảm của khách hàng đối với hình ảnh doanh nghiệp, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu còn các hạn chế như sau. *Thứ nhất*, nghiên cứu chỉ dừng lại ở kiểm định mô hình nhưng chưa xét tính phân biệt giữa các nhóm yếu tố nhân khẩu (kiểm định đa nhóm). *Thứ hai*, nghiên cứu này khảo sát khách hàng nói chung, chưa phân biệt khách hàng cao cấp và khách hàng thường. Nghiên cứu cũng khảo sát tất cả các doanh nghiệp phát triển dự án trong lĩnh vực bất động sản nhà ở, nhưng chưa phân loại nhà ở cao cấp hay nhà ở thương mại cấp trung. Đây là vấn đề cho hướng nghiên cứu tiếp theo. *Cuối cùng là*, mô hình nghiên cứu chỉ xem xét tác động của chất lượng dịch vụ, tiếp nhận thông tin trực tuyến trực tiếp lên hình ảnh doanh nghiệp, nhưng trong thực tế có thể có nhiều thành phần khác tác động đến hình ảnh doanh nghiệp. Đây cũng là vấn đề dành cho các nghiên cứu tiếp theo.

## Tài liệu tham khảo

- Alam, S. S. & Yasin, N. M. (2010). What factors influence online brand trust: evidence from online tickets buyers in Malaysia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 5(3), 78-89.
- Bùi Nguyên Hùng và Nguyễn Thúy Quỳnh Loan (2010). *Quản lý Chất lượng*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP HCM.
- Brady, M.K. & Cronin, J.J.Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36 (7/8), 811-828. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-56.
- Chandio, Z. U., Qureshi, M. A. & Ahmed, S. (2015). Brand trust, customer satisfaction and Brand Loyalty-a cross Examination. *Journal of Business Strategies*, 9(1), 62-81.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Chen, S., & Liu, C. C. (2017). From demand response to transactive energy: state of the art. *Journal of Modern Power Systems and Clean Energy*, 5(1), 10-19.
- Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L. & Chen, H. (2009). Credibility of Electronic Word-of-Mouth: Informational and Normative Determinants of On-line Consumer Recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, 13(4), 9-38.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.1177%2F002224299205600304>
- Crosby, L. A., Evans, K. R. & Cowles, D. (1990). Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing*, 54(3), 68-81.
- Dobni, D. & Zinkhan, G. M. (1990). In search of brand image: a foundation analysis. *Advances in Consumer Research*, 17, 110-119.
- Fombrun, C.J. & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258.
- Gao, L., Waechter, K. A., & Bai, X. (2015). Understanding consumers' continuance intention towards mobile purchase: A theoretical framework and empirical study - A case of China. *Computers in Human Behavior*, 53(C), 249-262.

- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23. <https://doi.org/10.1002/CJAS.129>
- Hair, Jr. J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5<sup>th</sup> Edition). Upper Saddle River Prentice-Hall.
- Jalilvand, M. R. & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention - An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Johnson, L.L, Dotson, M.J. & Dunlap B.J. (1988). Service Quality Determinants and Effectiveness in the Real Estate Brokerage Industry. *Journal of Real Estate Research*, 3(2), 21-36.
- Kaiser, H. F. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Keller, K.L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (2<sup>nd</sup> Edition). Prentice Hall, New Jersey.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2<sup>nd</sup> Ed.). New York: Guilford.
- Lin, M. Q. & Lee, B. C. Y. (2012). The influence of website environment on brand loyalty: brand trust and brand affect as mediators. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(4), 308-321.
- Liu, Y. (2006). Word of Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue. *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89.
- Mehta, S. C., Lalwani, A. K. & Han, S. L. (2000). Service Quality in Retailing: Relative Efficiency of Alternative Measurement Scales for Different Product-Service Environments. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(2), 62-72. <https://doi.org/10.1108/09590550010315106>
- Nelson, S. & Nelson, T. (1995). RESERV: An instrument for measuring real estate brokerage service quality. *Journal of Real Estate Research*, 10(1), 99-113.
- Nguyễn Đình Thọ và cộng sự (2003). *Đo lường chất lượng dịch vụ khu vui chơi giải trí ngoài trời tại TPHCM*, CS 2003-19. Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh, Vietnam.
- Ofori, K. S., Boakye, K. & Narteh, B. (2018). Factors influencing consumer loyalty towards 3G mobile data service providers: Evidence from Ghana. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(5-6), 580-598.
- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2005). Investigating the effects of airline service quality on airline image and passengers' future behavioural intentions: findings from Australian international air passengers. *Journal of Tourism Studies*, 16(1), 2-11.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer-Verlag, New York, NY.
- Pitta, D.A. & Fowler, D. (2005). Online consumer communities and their value to new product developers. *Journal of Product & Brand Management*, 14(5), 283-291.
- Pollack, B.L. (2009). Linking the hierarchical service quality model to customer satisfaction and loyalty. *Journal of Services Marketing*, 23(1), 42-50.
- Rust, R.T., & Oliver, R.L. (1994). *Service quality: insights and managerial implications from the frontier*. Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Sage Publications, Thousand Oaks, CA, 1-19.
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706-711. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.19.5.21018>
- Sandes, F. S., & Urdan, A. T. (2013). Electronic word-of-mouth impacts on consumer behavior: Exploratory and experimental studies. *Journal of International Consumer Marketing*, 25(3), 181-197. <https://doi.org/10.1080/08961530.2013.780850>
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behavior* (8<sup>th</sup> Edition). Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Seiler, V.L., Webb, J.R. & Whipple, T.W. (2000). Assessment of Real Estate Brokerage Service Quality with a Practicing Professional's Instrument. *Journal of Real Estate Research*, (20)1, 105-117.
- Sussman, S.W. & Siegal, W.S. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47-65.
- Upamannu, N. K., & Sankpal, S. (2014). Effect of brand image on customer satisfaction & loyalty intention and the role of customer satisfaction between brand image and loyalty intention. *Journal of Social Science Research*, 3(2), 274-285.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.



## FACTORS AFFECTING ONLINE PURCHASE INTENTION OF CONSUMER ELECTRONICS: A STUDY OF QUANG BINH PROVINCE

Le Thi Minh Duc<sup>1\*</sup>, Nguyen Thi Yen<sup>1</sup>, Le Thi Hoai Thuong<sup>1</sup>, Le Hoang Thuy Vy<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Vietnam-Korea University of Information and Communication Technology

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.276</p> <p><i>Received:</i> April 30, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> August 08, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Consumer electronics; Readiness for change; Online purchase intention.</p>	<p>This study investigates the effect of factors on online purchase intention of consumer electronics. Data is collected through a survey of individual customers living and working in Quang Binh province, focusing on customers aged 40 and over. A validity survey sample with 401 respondents was included in the analysis and evaluation. The results show that factors affected online purchase intention of consumer electronics of middle-aged customers in Quang Binh include: (1) perceived usefulness, (2) perceived trust, (3) promotions, (4) earnings, (5) electronic word-of-mouth, and (6) readiness for change. In particular, readiness for change has the strongest influence on the intention to purchase online consumer electronic products of middle-aged customers in Quang Binh. Based on the research results, some managerial implications are proposed to help businesses selling consumer electronics set out policies to improve the online purchase intention of consumers.</p>

\*Corresponding author:

Email: [ltmduc@vku.udn.vn](mailto:ltmduc@vku.udn.vn)



## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA SẮM TRỰC TUYẾN SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ TIÊU DÙNG: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI TỈNH QUẢNG BÌNH

Lê Thị Minh Đức<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Yến<sup>1</sup>, Lê Thị Hoài Thương<sup>1</sup>, Lê Hoàng Thúy Vy<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông Việt - Hàn

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.276</p> <p>Ngày nhận: 30/04/2022</p> <p>Ngày nhận lại: 08/08/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Điện tử tiêu dùng; Sự sẵn sàng thay đổi; Ý định mua sắm trực tuyến.</p>	<p>Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng. Dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát các khách hàng cá nhân đang sống tại tỉnh Quảng Bình; trong đó, tập trung vào nhóm khách hàng có độ tuổi từ 40 trở lên. 401 mẫu khảo sát hợp lệ được thu thập đã đưa vào phân tích và đánh giá. Kết quả nghiên cứu cho thấy, ý định mua sắm trực tuyến chịu ảnh hưởng tích cực bởi các nhân tố: (1) Sự hữu ích cảm nhận, (2) Sự tin tưởng cảm nhận, (3) Khuyến mại, (4) Thu nhập, (5) Truyền miệng trực tuyến và (6) Sự sẵn sàng thay đổi. Đặc biệt, nhân tố sự sẵn sàng thay đổi có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng của khách hàng trung niên tại Quảng Bình. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đề xuất góp phần giúp các doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm điện tử tiêu dùng theo hình thức trực tuyến có thể đề ra những giải pháp giúp nâng cao ý định mua hàng trực tuyến của nhóm khách hàng này.</p>

### 1. Giới thiệu

Trong thời đại kỹ thuật số, sự phát triển vượt bậc của công nghệ khiến việc mua sắm trực tuyến trở thành xu hướng dẫn đầu mang lại những lợi ích như tiết kiệm thời gian, chi phí, công sức và nhiều yếu tố khác. Điều này được thể hiện qua tỷ lệ người tiêu dùng mua sắm trực tuyến cũng như doanh thu từ hoạt động bán lẻ trực tuyến không ngừng gia tăng theo thời gian. Theo Cục Thương mại điện tử

và Kinh tế số - Bộ Công thương (2021), trong những năm qua, Việt Nam liên tục ghi nhận mức tăng trưởng mạnh cả về tỷ lệ người dân sử dụng Internet cũng như số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến và giá trị mua sắm. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến đã tăng từ 77% trong năm 2019 lên 88% trong năm 2020. Tuy nhiên, có sự chênh lệch lớn về sự phát triển thương mại điện tử giữa các tỉnh thành. Nhiều địa phương, trong đó có tỉnh Quảng Bình, các hoạt động thương mại điện tử còn chưa phát triển, việc mua hàng trực tuyến hay thực hiện các giao dịch trên Internet còn xa lạ với hầu hết người dân.

\*Tác giả liên hệ:

Email: [ltmduc@vku.udn.vn](mailto:ltmduc@vku.udn.vn)



Đặc biệt, đối với các sản phẩm điện tử tiêu dùng là dòng sản phẩm có giá thành khá cao với công nghệ hiện đại, phục vụ nhu cầu sinh hoạt, liên lạc, giải trí,... được nhiều cửa hàng tại đây phân phối và phát triển, việc kinh doanh trực tuyến ngành hàng này cũng như ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng tại đây vẫn chưa được tìm hiểu một cách đầy đủ. Do đó, để thu hút người tiêu dùng mua sắm trực tuyến nói chung nhiều hơn và các sản phẩm điện tử tiêu dùng nói riêng thì việc nhận biết được các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng là rất cần thiết đối với các nhà bán lẻ (Lohse và cộng sự, 2000).

Hơn nữa, đối với các nghiên cứu trước đây trong lĩnh vực này, đa phần chỉ dừng lại ở mức khảo sát thực nghiệm các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng tại các khu vực thành thị và khu dân cư thu nhập cao, còn các nghiên cứu tập trung vào đối tượng có thu nhập thấp hoặc trung tại các tỉnh thành phân bố nhiều khu vực nông thôn mà tỉnh Quảng Bình là một đặc trưng còn hạn chế. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng tại tỉnh Quảng Bình. Cụ thể, nhóm tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước đây và phát triển hai nhân tố mới trong mô hình nghiên cứu là “thu nhập” và “sự sẵn sàng thay đổi”. Sau đó, mô hình được thực nghiệm bằng cách sử dụng dữ liệu thu thập từ những người tiêu dùng tại tỉnh Quảng Bình, trong đó tập trung vào nhóm khách hàng trung niên (từ 40 tuổi trở lên). Kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở để đề xuất một số hàm ý nhằm giúp cho các nhà bán lẻ sản phẩm điện tử tiêu dùng có những điều chỉnh phù hợp hơn nhằm đáp ứng được những mong đợi, qua đó nâng cao ý định mua hàng trực tuyến của nhóm khách hàng này.

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

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

#### 2.1.1. Một số khái niệm

**Mua sắm trực tuyến.** Theo Monsuwé và cộng sự (2004), mua sắm trực tuyến là hành vi của người tiêu dùng trong việc mua sắm thông qua

các cửa hàng trên mạng hoặc sử dụng website để thực hiện các giao dịch mua hàng trực tuyến. Theo Sulaiman và cộng sự (2017) mua sắm trực tuyến là dịch vụ mà người tiêu dùng sử dụng các thiết bị điện tử có kết nối Internet để giao dịch mua sắm. Nói một cách dễ hiểu nhất, mua sắm trực tuyến là hình thức mua hàng qua mạng, người tiêu dùng tìm một sản phẩm quan tâm bằng cách truy cập trang web/ứng dụng bán hàng của nhà bán lẻ hoặc tìm kiếm giữa các nhà cung cấp thay thế nhờ vào công cụ tìm kiếm mua sắm, hàng hóa sẽ được giao đến cho khách hàng mà khách hàng không cần trực tiếp đến cửa hàng để mua.

**Ý định mua sắm trực tuyến.** Theo Ajzen (1991) ý định là “bao gồm các yếu tố động cơ có ảnh hưởng đến hành vi của mỗi cá nhân, các yếu tố này cho thấy mức độ sẵn sàng hoặc nỗ lực mà mỗi cá nhân sẽ bỏ ra để thực hiện hành vi”. Theo Pavlou và Fygenson (2006) một khách hàng dự định sẽ dùng các giao dịch trực tuyến để mua sắm được gọi là ý định mua sắm trực tuyến. Trong phạm vi nghiên cứu này, ý định mua sắm trực tuyến thể hiện mức độ mà khách hàng có ý định sử dụng các trang thương mại điện tử để mua sắm trong tương lai và có thể đề nghị những người khác tiến hành mua sắm trực tuyến.

**Sản phẩm điện tử tiêu dùng.** Điện tử tiêu dùng là thuật ngữ khái quát để chỉ các thiết bị điện tử dành cho sử dụng cá nhân hoặc gia đình, với mục đích phục vụ nhu cầu sinh hoạt, giải trí hoặc thông tin liên lạc cá nhân. Có thể hiểu điện tử tiêu dùng để cập đến bất kỳ thiết bị điện tử nào được thiết kế để người dùng cuối hoặc người tiêu dùng mua và sử dụng cho các mục đích phi thương mại hoặc nghề nghiệp. Thuật ngữ điện tử tiêu dùng ban đầu dùng để chỉ các thiết bị điện tử được cài đặt hoặc sử dụng cụ thể trong nhà. Tuy nhiên, giờ đây người ta cũng kết hợp các thiết bị di động và máy tính, có thể dễ dàng mang theo bởi một cá nhân bên ngoài nhà. Hiểu rộng ra, các sản phẩm điện tử tiêu dùng rất đa dạng, bao gồm các thiết bị được sử dụng cho giải trí như máy thu thanh, tivi, đầu đĩa... và thiết bị truyền thông như điện thoại di động hoặc phục vụ các hoạt động khác như máy tính, máy in, máy giặt, tủ lạnh, điều hòa...

### 2.1.2. Lý thuyết nền tảng

Thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action – TRA) của Fishbein và Ajzen (1975) dự báo về ý định hành vi, xem ý định chính là phần tiếp nối giữa thái độ và hành vi. Ý định của cá nhân để thực hiện hành vi bị tác động bởi hai yếu tố là thái độ và chuẩn chủ quan. Điều này có nghĩa là bất cứ khi nào thái độ của chúng ta khiến chúng ta phải làm một việc nhưng các tiêu chuẩn liên quan cho thấy chúng ta nên làm một việc khác, lúc này cả hai yếu tố đều ảnh hưởng đến ý định hành vi của chúng ta.

Ajzen (1991) đã phát triển thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior – TPB) từ thuyết hành động hợp lý (TRA) bằng cách bổ sung biến “niềm tin kiểm soát hành vi” vào mô hình TRA. Biến này bị tác động bởi hai biến số là niềm tin kiểm soát và sự dễ dàng cảm nhận. TPB đã được chấp nhận và sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu với mục đích dự đoán ý định sử dụng và hành vi cụ thể của các cá nhân. Hơn nữa, các nghiên cứu thực nghiệm đã cho thấy sự phù hợp của mô hình này trong việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong bối cảnh mua sắm trực tuyến (Hà Ngọc Thắng, 2016; Shim và cộng sự, 2001).

Davis (1989) đã xây dựng mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM) liên quan cụ thể hơn đến dự đoán về khả năng chấp nhận một hệ thống thông tin. Trong mô hình TAM, yếu tố “thái độ” được đo lường với hai biến chấp nhận công nghệ đó là “sự hữu ích cảm nhận” và “sự dễ sử dụng cảm nhận”. Mục đích của TAM là cung cấp lời giải thích rõ các yếu tố quyết định chấp nhận công nghệ nói chung, đồng thời lý giải hành vi của người dùng trên các ứng dụng công nghệ và kỹ thuật máy tính một cách vừa thực tế, vừa theo lý thuyết.

Venkatesh và cộng sự (2003) đã phát triển mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology – UTAUT) đã xác định các yếu tố quyết định như nỗ lực kỳ vọng, hiệu suất mong đợi, ảnh hưởng xã hội, các điều kiện thuận lợi và các nhân tố điều tiết như giới tính, tuổi tác, trải nghiệm, sự tự nguyện sử dụng. Từ góc độ lý thuyết, UTAUT cung cấp một cái nhìn về cách các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và hành vi

phát triển theo thời gian. UTAUT đã được thực nghiệm và được chứng minh là cho kết quả tốt hơn các mô hình khác. Tuy nhiên, UTAUT không phải là hoàn hảo. Để áp dụng UTAUT vào các lĩnh vực khác nhau cần sửa đổi, bổ sung cho phù hợp.

### 2.1.3. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan

Shim và cộng sự (2001) đã sử dụng mô hình ý định mua hàng trực tuyến dựa trên thuyết hành vi dự định để xem xét mối quan hệ giữa thái độ của người tiêu dùng đối với mua sắm trực tuyến. Nghiên cứu được tiến hành với kích thước mẫu là 2.000 hộ gia đình có sở hữu máy tính cá nhân. Kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ của người tiêu dùng đối với việc mua sắm trên Internet có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định mua hàng qua Internet của họ, cả trực tiếp và gián tiếp thông qua ý định sử dụng Internet để tìm kiếm thông tin.

Ye và Zhang (2014) đã thực hiện nghiên cứu điều tra ảnh hưởng của khuyến mại đến ý định mua hàng trực tuyến. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng thái độ và ý định mua hàng của người tiêu dùng trong các giao dịch C2C có thể được giải thích và dự đoán bằng hai yếu tố cốt lõi của mô hình TAM là sự hữu ích cảm nhận và sự dễ sử dụng cảm nhận. Khuyến mại không ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ mua hàng và ý định mua hàng. Thay vào đó, nó ảnh hưởng đến rủi ro cảm nhận và sự dễ sử dụng cảm nhận, từ đó tác động đến ý định mua hàng.

Lim và cộng sự (2016) đã tìm hiểu về mối liên hệ của hai nhân tố là sự hữu ích cảm nhận và sự tin cậy đến hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng miền bắc Malaysia. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hữu ích cảm nhận và sự tin cậy là những yếu tố quan trọng tác động đến hành vi mua sắm trực tuyến. Tính toàn vẹn và uy tín của các nhà bán lẻ trực tuyến là rất quan trọng trong quyết định của người tiêu dùng để mua sắm trực tuyến.

Hà Ngọc Thắng (2016) đã tiến hành nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam. Nhóm tác giả đã bổ sung biến niềm tin và cảm nhận rủi ro để dự đoán ý định mua trực tuyến của người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, niềm tin, cảm nhận rủi ro, thái độ và niềm tin kiểm soát hành vi ảnh hưởng đến ý

định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng. Nhóm tham khảo không tác động đến ý định mua trực tuyến và cảm nhận rủi ro là nhân tố được chứng minh làm giảm ý định mua trực tuyến của khách hàng.

Nguyễn Thị Tiểu Loan (2021) đã phân tích hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng thông qua khảo sát 195 khách hàng tại An Giang. Kết quả nghiên cứu cho thấy, ba yếu tố người tiêu dùng quan tâm hàng đầu khi lựa chọn mua hàng trực tuyến là chất lượng sản phẩm/ dịch vụ; giá cả sản phẩm/dịch vụ và uy tín của người bán/website. Nghiên cứu cũng chỉ ra những người có thu nhập cá nhân càng cao thì sẽ có tần suất mua hàng cũng như chi tiêu hàng tháng cho mua sắm trực tuyến cao hơn.

Như vậy, từ các nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể nhận thấy nghiên cứu ý định hành vi mua sắm trực tuyến đã được quan tâm và thực hiện từ rất lâu do nhận thức về vai trò, vị trí quan trọng của thị trường thương mại điện tử. Các công trình nghiên cứu chủ yếu tập trung khai thác các phương diện như lợi ích, niềm tin, rủi ro của mua sắm trực tuyến.

## 2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Theo Venkatesh và cộng sự (2003), tính hữu ích liên quan đến mức độ mọi người nhận thấy một công nghệ mới có hữu ích trong cuộc sống hàng ngày của họ trong việc nâng cao năng suất cũng như tiết kiệm thời gian và công sức của họ. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, việc mua sắm trực tuyến sẽ được cảm nhận là hữu ích và đạt hiệu suất trong công việc nếu đặc điểm của hệ thống mua sắm trực tuyến phù hợp với yêu cầu và cung cấp một giá trị đáng kể cho người sử dụng (Gefen và cộng sự, 2003). Vì vậy, giả thuyết H1 được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H1: Sự hữu ích cảm nhận tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

Sự tin tưởng cảm nhận được coi là có tầm quan trọng sống còn trong bối cảnh mua sắm trực tuyến bởi vì người mua hàng và các nhà bán lẻ không thể nhìn thấy nhau trong quá trình tương tác. Nó giúp khách hàng vượt qua ý nghĩ về sự không chắc chắn và các rủi ro kèm theo khi họ chia sẻ thông tin cá nhân hoặc mua hàng qua mạng thật sự (Pavlou & Fygenson, 2006). Một số nghiên cứu đã tìm thấy mối quan

hệ thuận chiều giữa sự tin tưởng cảm nhận và ý định mua trực tuyến (Gefen và cộng sự, 2003). Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất là:

*Giả thuyết H2: Sự tin tưởng cảm nhận tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

Khuyến mại bao gồm nhiều công cụ khuyến khích, chủ yếu là giảm giá, được sử dụng để kích thích người tiêu dùng và/hoặc đại lý đẩy nhanh quá trình mua hàng hoặc tăng số lượng bán hàng. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, khuyến mại có tác động thuận chiều đến ý định mua trực tuyến của người tiêu dùng (Gallagher và cộng sự, 2001; Nusair và cộng sự, 2010). Nếu khách hàng cảm thấy các trang web/ ứng dụng bán hàng làm tốt hoạt động khuyến mại thì ý định mua hàng cũng tăng. Với kỳ vọng trên, giả thuyết H3 được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H3: Khuyến mại tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

Nhiều nghiên cứu đã chứng minh thu nhập ảnh hưởng trực tiếp đến chi tiêu thanh toán của người tiêu dùng. Lohse và cộng sự (2000) đã chỉ ra rằng, người tiêu dùng có thu nhập cao hơn sẽ có thái độ tích cực hơn đối với mua sắm trực tuyến. Monsuwé và cộng sự (2004) cũng kết luận rằng, thu nhập có vai trò quan trọng đối với hành vi mua hàng trực tuyến. Kết luận này được giải thích là do người tiêu dùng có thu nhập cao hơn sẽ có mối tương quan thuận với việc sở hữu máy tính, truy cập Internet và trình độ học vấn cao hơn. Tương tự, Nguyễn Thị Tiểu Loan (2021) cho rằng, có mối tương quan cao giữa thu nhập cá nhân và ý định, hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng. Với kỳ vọng trên, giả thuyết H4 được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H4: Thu nhập tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

Truyền miệng trực tuyến (electronic word-of-mouth – eWOM) là tất cả những thông tin liên quan đến việc sử dụng hoặc đặc điểm của sản phẩm/dịch vụ và người bán hàng, được truyền tải một cách không chính thức qua Internet (Cheung và cộng sự, 2009). Khi nghĩ rằng, một bình luận, đánh giá trong cộng đồng trực tuyến là hữu ích, người tiêu dùng sẽ tin tưởng vào bình luận, đánh giá từ

đó chấp nhận thông tin eWOM và có ý định mua hàng cao hơn (Cheung và cộng sự, 2009; Lee & Koo, 2015). Do đó, giả thuyết H5 được đề xuất như sau:

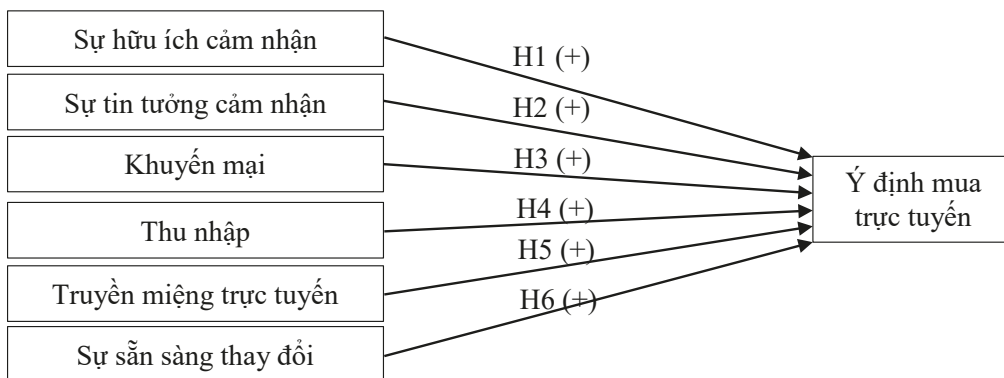
*Giả thuyết H5: Truyền miệng trực tuyến tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

Sự sẵn sàng thay đổi liên quan đến mức độ nhận thức và cảm xúc của cá nhân theo khuynh hướng chấp nhận, nắm bắt và tuân theo cách thức triển khai dịch vụ do các doanh nghiệp hoặc tổ chức cung cấp (Lê Thị Hoài Thu, 2019). Sự sẵn sàng thay đổi có thể được xác định thông qua mức độ tích cực của người dùng về sự cần thiết phải thay đổi, cũng như mức độ mà bản thân họ tin rằng sản phẩm/dịch vụ có thể đem lại lợi ích cho họ (Armenakis và cộng sự, 1993). Họ nghĩ rằng, họ có thể bỏ lỡ lợi ích nếu không thử dùng dịch vụ công nghệ mới. Những người sẵn sàng về công nghệ có nhiều khả năng thấy nó dễ sử dụng hơn, dẫn đến nâng cao ý định sử dụng. Từ lập luận trên, nhóm tác giả kỳ vọng rằng, những cá nhân sẵn sàng thay đổi có thể tích cực hơn đối với mua sắm trực tuyến, giả thuyết H6 được đề xuất như sau:

*Giả thuyết H6: Sự sẵn sàng thay đổi tác động tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng.*

**2.3. Mô hình nghiên cứu và thang đo**

Mô hình nghiên cứu đề xuất kế thừa từ các mô hình lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm liên quan trước đây, đặc biệt là mô hình kết hợp TAM và thuyết hành vi dự định. Lý do đề xuất là vì mô hình này thường được trích dẫn để giải thích hành vi của con người và việc áp dụng công nghệ mới. Để phù hợp với bối cảnh của người tiêu dùng tại Quảng Bình, nhóm tác giả xây dựng thang đo đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến sản phẩm điện tử tiêu dùng gồm “thu nhập” và “sự sẵn sàng thay đổi”. Ngoài ra, nghiên cứu kế thừa thang đo “sự hữu ích cảm nhận” từ mô hình TAM để giải thích và dự đoán ý định mua sắm trực tuyến (Davis, 1989). Bên cạnh đó, dựa trên cơ sở lý thuyết như đã phân tích ở trên, nhóm tác giả đề xuất ba thang đo là “sự tin tưởng cảm nhận”, “truyền miệng trực tuyến” và “khuyến mại”. Các thang đo được kế thừa và hiệu chỉnh từ nghiên cứu của Gefen và cộng sự (2003), Cheung và cộng sự (2009) và Nusair và cộng sự (2010).



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

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu sơ bộ thông qua phương pháp định tính được nhóm tác giả thực hiện bằng phỏng vấn sâu (n = 15). Kết quả nghiên cứu định tính cho thấy, có 04 biến quan sát thuộc thang đo “thu nhập” và “sự sẵn sàng thay đổi” được điều chỉnh để dễ hiểu hơn và bổ sung 02 biến quan sát mới cho thang đo “truyền miệng trực tuyến” và “sự tin tưởng cảm nhận”. Từ kết

quả nghiên cứu sơ bộ, nhóm tác giả điều chỉnh thang đo để tiến hành nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện thông qua phương pháp định lượng, sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp từng cá nhân (khách hàng) thông qua bảng câu hỏi để thu thập thông tin. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), để mẫu nghiên cứu mang tính tổng quát cao thì cỡ mẫu ít nhất phải bằng 5 hoặc 6 lần

số biến quan sát. Nghiên cứu này có 25 biến quan sát thì cỡ mẫu khảo sát tối thiểu là 150. Tuy nhiên về nguyên tắc, kích thước mẫu càng lớn càng tốt và để đảm bảo tính khách quan của nghiên cứu, nhóm tác giả quyết định phát ra 450 phiếu khảo sát trực tiếp tại các siêu thị điện máy tại Quảng Bình. Đối tượng được khảo sát là người tiêu dùng đang sống và làm việc tại Quảng Bình, trong đó tập trung vào nhóm khách hàng có độ tuổi từ 40 trở lên.

Dữ liệu thu thập sau khi làm sạch được phân tích bằng phần mềm SPSS với phương pháp thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy, phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm đánh giá giá trị hội tụ và phân biệt của thang đo. Sau đó, tiến hành phân tích tương quan và hồi quy đa biến nhằm kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Thang đo lường các khái niệm nghiên cứu thiết kế theo thang đo Likert 5 điểm từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý).

**4. Kết quả nghiên cứu**

**4.1. Thông tin mẫu khảo sát**

Sau khi sàng lọc, loại bỏ bảng câu hỏi trả lời không hợp lệ do thiếu thông tin, trả lời không đầy đủ, phiếu trả lời chọn một kết quả cho tất cả các mục nghiên cứu, 401 phản hồi hợp lệ có thể sử dụng được, chiếm tỷ lệ phản hồi khoảng 89%. Trong đó, 46,4% đáp viên là nam và 53,6% là nữ. Hầu hết người tham gia nghiên cứu đã lập

gia đình (94,3%). Về học vấn, chủ yếu đáp viên có trình độ cao đẳng, đại học chiếm 68,8%. Về nghề nghiệp, mẫu phân bố khá rộng với nhiều ngành nghề khác nhau, trong đó chủ yếu là nhóm kinh doanh/buôn bán chiếm tỷ lệ 34,2%, nhân viên văn phòng chiếm 24,4%, nội trợ/hưu trí chiếm 20,4%, lao động phổ thông 16,5% và ngành nghề khác 4,5%. Xét về mặt thu nhập, 19,4% đáp viên có thu nhập dưới 5 triệu/tháng, 60,6% có thu nhập từ 5-10 triệu/tháng, 16% có thu nhập từ 10-20 triệu/tháng và 4% có thu nhập trên 20 triệu/tháng. Về thời gian truy cập Internet trung bình mỗi ngày, chủ yếu người tham gia có thời gian truy cập trung bình từ 2-3 tiếng mỗi ngày (61,8%). Kết quả phân tích cho thấy, mẫu khảo sát đủ điều kiện đại diện cho tổng thể nghiên cứu.

**4.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo**

Qua kiểm định và đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach’s Alpha, kết quả cho thấy, có 7 nhóm nhân tố đều cho kết quả với hệ số khá cao, đáp ứng Cronbach’s Alpha lớn hơn 0,7 và nhỏ hơn 0,95 nên đạt yêu cầu về độ tin cậy. Đồng thời, hệ số tương quan biến tổng của từng thành phần đều đạt chuẩn (lớn hơn 0,3) và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào. Điều này cho thấy, các biến có mối liên hệ chặt chẽ với nhau trong cùng khái niệm thành phần. Như vậy, các biến quan sát phù hợp để thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

**Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy**

Thang đo	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach’s Alpha nếu loại biến
<b>Sự hữu ích cảm nhận (HI): Cronbach’s Alpha = 0,871</b>				
HI1	14,56	11,547	0,710	0,841
HI2	14,63	11,934	0,693	0,845
HI3	14,69	12,706	0,599	0,867
HI4	14,57	11,756	0,719	0,839
HI5	14,47	11,270	0,765	0,827
<b>Sự tin tưởng cảm nhận (TT): Cronbach’s Alpha = 0,864</b>				
TT1	11,70	5,852	0,640	0,855
TT2	11,71	5,547	0,738	0,816
TT3	11,70	5,606	0,732	0,818
TT4	11,63	5,433	0,740	0,815

Thang đo	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
<b>Khuyến mại (KM): Cronbach's Alpha = 0,882</b>				
KM1	8,13	3,347	0,763	0,841
KM2	8,05	3,492	0,765	0,839
KM3	8,09	3,401	0,786	0,820
<b>Thu nhập (TN): Cronbach's Alpha = 0,850</b>				
TN1	7,35	2,933	0,733	0,778
TN2	7,49	2,950	0,678	0,829
TN3	7,36	2,736	0,747	0,763
<b>Truyền miệng trực tuyến (TM): Cronbach's Alpha = 0,858</b>				
TM1	11,72	6,918	0,613	0,855
TM2	11,62	6,317	0,709	0,817
TM3	11,64	6,052	0,755	0,797
TM4	11,60	6,256	0,737	0,805
<b>Sự sẵn sàng thay đổi (TD): Cronbach's Alpha = 0,869</b>				
TD1	7,90	3,487	0,683	0,877
TD2	7,85	3,309	0,791	0,779
TD3	7,87	3,327	0,780	0,789
<b>Ý định mua sắm trực tuyến (YD): Cronbach's Alpha = 0,800</b>				
YD1	8,46	1,589	0,618	0,755
YD2	8,43	1,536	0,675	0,694
YD3	8,43	1,576	0,641	0,731

### 4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Để đánh giá tính hợp lệ của công cụ đo lường, nhóm tác giả sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA) với phương pháp trích *Principal Components Analysis* cùng với phép xoay vòng góc *Varimax*. Đây được coi là phương pháp được sử dụng phổ biến nhất với khái niệm đơn hướng (tham chiếu). Kết quả kiểm định cho thấy, chỉ số KMO là 0,918 (> 0,5), chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kiểm định Barlett's là 5606,034 với mức ý nghĩa sig. = 0,000 < 0,05 cho thấy, việc phân tích nhân tố khám phá đáng tin cậy và có ý nghĩa. Như vậy, giả thuyết về ma trận tương quan giữa các biến là ma trận đồng nhất bị bác

bỏ, tức là các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố.

Kết quả phân tích EFA cho thấy, có 7 nhân tố được trích ra với các tiêu chuẩn đánh giá tất cả đều đạt yêu cầu: Giá trị Eigenvalues của các nhân tố đều > 1; Các biến quan sát có hệ số tải nhân tố đạt yêu cầu (> 0,5); Giá trị tổng phương sai trích = 73,468% (> 50%). Điều này cho thấy, các nhân tố rút trích ra đã giải thích được 73,468% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể quan sát/dữ liệu và các biến có mối liên hệ chặt chẽ với nhau trong cùng khái niệm thành phần, phân bố từ 0,658 đến 0,857 nên chấp nhận tất cả các biến.

**Bảng 2.** Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
HI5	0,801						
HI1	0,762						
HI2	0,740						
HI4	0,723						
HI3	0,658						
TT2		0,816					
TT4		0,806					
TT3		0,798					
TT1		0,767					
TM3			0,769				
TM2			0,743				
TM4			0,736				
TM1			0,733				
KM1				0,829			
KM3				0,803			
KM2				0,791			
TN1					0,843		
TN3					0,772		
TN2					0,764		
TD3						0,779	
TD2						0,773	
TD1						0,737	
YD2							0,857
YD3							0,844
YD1							0,829
<b>Các chỉ số kiểm định</b>							
- Hệ số KMO							0,918
- Kiểm định Bartlett							0,000
- Tổng phương sai trích							73,468
- Phương sai trích	36,981	8,828	7,471	5,753	5,401	5,030	4,005
- Giá trị Eigenvalues	9,245	2,207	1,868	1,438	1,350	1,257	1,001

**4.4. Phân tích hồi quy**

Hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0,598 cho thấy, 6 biến độc lập đưa vào mô hình hồi quy giải thích được 59,8% sự biến thiên của biến phụ thuộc, còn lại 40,2% là do các biến ngoài mô hình hoặc do sai số ngẫu nhiên gây ra. Giá trị kiểm định F = 100,048 ở mức ý nghĩa sig. = 0,000 < 0,05, nghĩa là có ít nhất một biến độc lập có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc, mô hình hồi quy có ý

nghĩa thống kê ở độ tin cậy trên 99%. Tiếp tục kiểm tra việc có hay không sự vi phạm các giả định trong mô hình hồi quy bội về hiện tượng đa cộng tuyến, kết quả cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến đưa vào mô hình đều nhỏ hơn 2 (từ 1,423 đến 1,918). Do đó, có thể kết luận, không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình và biến phụ thuộc không có mối tương quan chặt chẽ với biến độc lập. Về kiểm định quan hệ tuyến tính giữa biến

phụ thuộc và biến độc lập cũng như hiện tượng phương sai của phần dư thay đổi, kết quả phân tích cho thấy, các phần dư phân tán ngẫu nhiên trong một vùng đi qua gốc tọa độ 0 và không tạo thành một hình dạng đặc biệt nào. Điều này cho thấy, giá trị dự đoán và phần dư độc lập với nhau, phương sai của phần dư không đổi. Như vậy, mô hình hồi quy bội phù hợp và có thể được sử dụng.

Từ bảng thông số thống kê trong mô hình hồi quy (Bảng 4) ta thấy, hệ số Beta của giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 đều dương (các giá trị sig. < 5%), nghĩa là các yếu tố trên tác động tích cực lên ý định mua sắm trực tuyến. Do đó, các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận. Phương trình hồi quy chuẩn hóa như sau:

$$YD = 0,134*HI + 0,132*TT + 0,179*KM + 0,158*TM + 0,201*TN + 0,209*TD.$$

**Bảng 4.** Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính với phương pháp Enter

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Tổng kê t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	0,386	0,163		20,368	0,018		
1 HI	0,131	0,042	0,134	30,082	0,002	0,528	1,893
TT	0,140	0,040	0,132	30,490	0,001	0,703	1,423
KM	0,163	0,038	0,179	40,353	0,000	0,595	1,682
TM	0,157	0,044	0,158	30,599	0,000	0,521	1,918
TN	0,202	0,041	0,201	40,915	0,000	0,602	1,661
TD	0,192	0,041	0,209	40,638	0,000	0,526	1,902
<b>Các kiểm định</b>							
	R <sup>2</sup>				0,604		
	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh				0,598		
	Thống kê F (sig.)				100,048 (0,000)		
	Hệ số Durbin - Waston				2,053		

**4.5. Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các biến độc lập có ảnh hưởng tích cực đến biến phụ thuộc (p < 0,05). Trong đó, nhân tố sự sẵn sàng thay đổi ảnh hưởng mạnh nhất với hệ số đã chuẩn hóa là β = 0,209; tiếp theo là thu nhập (β = 0,201), khuyến mại (β = 0,179), truyền miệng trực tuyến (β = 0,158), sự hữu ích cảm nhận (β = 0,134); cuối cùng là sự tin tưởng cảm nhận (β = 0,132). So với các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu có một số điểm tương đồng cũng như khác biệt khá rõ ràng. Sự sẵn sàng thay đổi có ảnh hưởng tích cực nhất đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng đối với người tiêu dùng trung niên tại Quảng Bình. Điều này phản ánh sự tương đồng với kết quả một số nghiên cứu về phạm trù sự sẵn sàng thay đổi ở khía cạnh cá nhân (Kwahk & Lee, 2008; Lê Thị Hoài Thu, 2019).

Thu nhập có ảnh hưởng đáng kể đến ý định mua hàng điện tử tiêu dùng trực tuyến. Kết quả trên gần tương tự các kết quả nghiên cứu trước đây, chứng minh mức độ ảnh hưởng của thu nhập đối với ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng (Lohse và cộng sự, 2000; Monsuwé và cộng sự, 2004). Tuy nhiên, hầu như các nghiên cứu trước chỉ tìm hiểu về thu nhập dưới góc độ điều tiết/kiểm soát mối quan hệ giữa biến độc lập và ý định mua hàng trực tuyến (Lohse và cộng sự, 2000). Nghiên cứu này đã phát triển thang đo thu nhập và chứng minh rằng, có mối tương quan cao giữa thu nhập của người tiêu dùng và ý định mua hàng trực tuyến.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, khuyến mại có ảnh hưởng mạnh đến ý định mua hàng điện tử trực tuyến của người tiêu dùng như kỳ vọng. Theo Ye và Zhang (2014), khuyến mại không ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ và ý định mua hàng trực tuyến. Ngược lại, một số



nghiên cứu cho thấy, sự ảnh hưởng rõ ràng của khuyến mại lên ý định mua hàng trực tuyến, cụ thể là khuyến mại khuyến khích mọi người truy cập các trang web hoặc ứng dụng bán hàng trực tuyến và nảy sinh ý định mua sản phẩm với số lượng lớn hơn (Sulaiman và cộng sự, 2017).

Truyền miệng trực tuyến cũng được chứng minh có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng. Kết quả của nghiên cứu tương ứng với kết quả của các nghiên cứu trước đây (Cheung và cộng sự, 2009; Lee & Koo, 2015), eWOM tích cực có thể giúp phát triển hình ảnh thuận lợi cho một tổ chức, giảm thiểu chi tiêu cho quảng cáo và cuối cùng là thúc đẩy lợi nhuận của doanh nghiệp. Việc đọc các bài đánh giá tích cực không chỉ ảnh hưởng đến ý định và quyết định mua hàng trực tuyến của người mua mà còn cả tần suất mua của họ.

Ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng cũng bị ảnh hưởng bởi sự hữu ích cảm nhận mà mua sắm trực tuyến mang lại cho người tiêu dùng. Ý định mua sắm của khách hàng cao hơn nếu họ cảm nhận được lợi ích mà mua sắm trực tuyến có thể mang lại cho họ. Kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu trước đây (Gefen và cộng sự, 2003; Lim và cộng sự, 2016), theo đó người dùng trực tuyến hầu hết bị ảnh hưởng bởi tính hữu ích của các trang web hoặc hệ thống trực tuyến thay vì tính dễ sử dụng của nó, hiệu quả của mua sắm trực tuyến có thể được cải thiện bằng cách nâng cao mức độ hữu ích được nhận thức của người tiêu dùng.

Cuối cùng, nghiên cứu đã chứng minh rằng, sự tin tưởng cảm nhận có tác động thuận chiều đến ý định mua sắm của người tiêu dùng; tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng không đáng kể so với các nhân tố nghiên cứu. Trong bối cảnh mua sắm trực tuyến, niềm tin đóng một vai trò đặc biệt quan trọng vì nhận thức của người tiêu dùng về rủi ro giao dịch trong môi trường trực tuyến cao hơn khi người mua không có tương tác trực tiếp với người bán cũng như sản phẩm họ định mua. Nhờ vậy, khi lòng tin được tạo dựng thì ý định mua sắm sẽ cao hơn và ngược lại. Kết quả này tương tự với kết quả của Gefen và cộng sự (2003); Pavlou và Fygenson (2006).

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### 5.1. Kết luận

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng tại tỉnh Quảng Bình; trong đó, tập trung vào nhóm khách hàng trung niên. Ngoài việc kế thừa các biến trong các mô hình nghiên cứu trước đây, gồm sự hữu ích cảm nhận, sự tin tưởng cảm nhận, truyền miệng trực tuyến và khuyến mại, mô hình nghiên cứu bổ sung biến thu nhập và sự sẵn sàng thay đổi có ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của khách hàng. Từ mô hình và giả thuyết nghiên cứu, thực hiện giai đoạn nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp phỏng vấn sâu với chuyên gia (với n=15) và điều chỉnh thang đo để tiến hành nghiên cứu chính thức. Mô hình đề xuất đã được kiểm chứng và thực nghiệm với đối tượng khảo sát phù hợp mục tiêu nghiên cứu để ra với kích thước mẫu đạt chuẩn 401 mẫu.

Về mặt lý thuyết, trước tiên, kết quả nghiên cứu góp phần củng cố lý thuyết về ý định mua sắm trực tuyến thông qua việc làm rõ tác động của sự hữu ích cảm nhận, sự tin tưởng cảm nhận, truyền miệng trực tuyến, khuyến mại, thu nhập, sự sẵn sàng thay đổi đối với ý định mua sắm trực tuyến. Qua quá trình nghiên cứu, tác giả đã hoàn thành được những mục tiêu đề ra, đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng phù hợp, xử lý dữ liệu với công cụ thống kê tương thích để có thể xác định được hệ thống các nhân tố tác động ý định mua sắm trực tuyến. Cụ thể, kết quả nghiên cứu đã chứng minh sự phù hợp của mô hình lý thuyết và chỉ ra mối quan hệ trực tiếp và tích cực giữa các nhân tố độc lập đề xuất với ý định mua sắm trực tuyến thể hiện ở sáu giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận khi tất cả các giá trị p đều nhỏ hơn 5%. Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng tại tỉnh Quảng Bình bị ảnh hưởng mạnh nhất là do sự sẵn sàng thay đổi. Kết quả trên cho thấy, nhân tố “sự sẵn sàng thay đổi” ở cấp độ cá nhân đóng một vai trò rất quan trọng, mở ra một xu hướng nghiên cứu mới mà trước đây chưa có nghiên cứu nào tìm hiểu về tác động của nhân tố này đối với ý định hành vi mua sắm trực tuyến. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã phát triển thang đo thu nhập và chứng minh rằng, có mối

tương quan thuận chiều cao giữa thu nhập của người tiêu dùng và ý định mua hàng trực tuyến. Các nghiên cứu trong lĩnh vực thương mại điện tử có thể sử dụng, điều chỉnh, bổ sung các thang đo lường này cho nghiên cứu của mình.

### 5.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý để góp phần vào việc gia tăng ý định mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng tại tỉnh Quảng Bình, tập trung vào khách hàng có độ tuổi trung niên. Các kết luận của nghiên cứu làm sáng tỏ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định mua sắm trực tuyến; trong đó, tác động mạnh nhất là nhân tố sự sẵn sàng thay đổi của người tiêu dùng, qua đó lý giải tại sao các doanh nghiệp, nhà bán lẻ nên chú ý đến vai trò của sự sẵn sàng thay đổi của người dùng trong việc triển khai cung cấp các sản phẩm điện tử tiêu dùng theo hình thức trực tuyến. Nếu doanh nghiệp khiến cho khách hàng thấy được vai trò của sự thay đổi phương thức mua sắm thì ý định mua sắm trực tuyến sẽ tăng lên.

Thu nhập là nhân tố có tác động khá mạnh đến ý định mua của khách hàng. Vì các sản phẩm điện tử tiêu dùng là các sản phẩm có giá thành khá cao nên doanh nghiệp cần có những chính sách thanh toán phù hợp đối với nhóm đối tượng ở nông thôn có mức thu nhập thấp. Ngoài ra, doanh nghiệp cần phân phối các sản phẩm điện tử tiêu dùng đa dạng về giá, chủng loại để phù hợp với từng mức thu nhập của từng nhóm khách hàng.

Khuyến mại có mức ảnh hưởng thứ ba đến ý định mua trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng. Để gia tăng ý định mua của khách hàng, các nhà bán lẻ nên tổ chức nhiều chương trình khuyến mại phù hợp và thực hiện đúng theo chương trình đã công bố. Kế đó, cần xây dựng nội dung đầy đủ, chi tiết các thông tin về chương trình khuyến mại, đồng thời bố trí mục “mặt hàng đang khuyến mại” trên website bán hàng một cách phù hợp để khách hàng dễ dàng tìm kiếm.

Bên cạnh đó, các nhà bán lẻ trực tuyến hàng điện tử tiêu dùng cần chú ý đến truyền miệng trực tuyến. Doanh nghiệp cần tận dụng các kênh mạng xã hội như Facebook, Instagram... đăng tải nội dung về sản phẩm hoặc có thể mời các KOLs có sức ảnh hưởng trên các trang mạng xã hội để truyền tải những thông điệp

tích cực cho người tiêu dùng. Ngoài ra, chú trọng hơn nữa vào việc quản lý tốc độ lan truyền của những lời truyền miệng trực tuyến. Cuối cùng doanh nghiệp cần quan tâm, tiếp thu những nhận xét của khách hàng trên các diễn đàn trực tuyến nhằm cải thiện tốt hơn chất lượng dịch vụ, sản phẩm, qua đó có thể thu hút được khách hàng mới.

Doanh nghiệp cần giúp cho khách hàng nhận thức về sự hữu ích khi mua sắm trực tuyến các sản phẩm điện tử tiêu dùng như có những công cụ marketing riêng để truyền tải thông điệp đến từng nhóm khách hàng để giới thiệu cho họ lợi ích khi mua sắm trực tuyến tại website của mình. Mặt khác, chú trọng việc áp dụng công nghệ hiện đại để giảm thiểu thời gian tìm kiếm, so sánh và lựa chọn sản phẩm, tăng độ trải nghiệm cho người tiêu dùng bằng các công nghệ mới như thực tế ảo, hình ảnh ba chiều. Hơn nữa, doanh nghiệp cũng cần áp dụng công nghệ hiện đại để xây dựng hệ thống tiếp nhận, phản hồi thông tin cho khách hàng nhằm tăng khả năng tương tác, gắn kết với khách hàng mục tiêu.

Sự tin tưởng cảm nhận có tác động thuận yếu đối với ý định mua trực tuyến, tuy nhiên việc cải thiện yếu tố này cũng góp phần gia tăng ý định mua của khách hàng. Doanh nghiệp nên quan tâm đến chất lượng hình ảnh, thông tin sản phẩm và phụ kiện kèm theo phải cụ thể, rõ ràng. Bên cạnh đó, cần phải có những thông tin đầy đủ về sản phẩm và thông số kỹ thuật, tính năng sản phẩm, xuất xứ hàng hóa. Doanh nghiệp cần đầu tư và truyền tải rõ tới khách hàng về công nghệ bảo mật mà trang web hoặc ứng dụng bán hàng sử dụng, cam kết các thông tin cá nhân nhập của khách hàng không thể lấy cắp và sử dụng bởi các bên thứ ba.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu còn tồn tại một số hạn chế. Trước tiên, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích hồi quy tuyến tính đa biến để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu, vì thế chưa cho phép kiểm định được tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu (các thành tố của thang đo như sự sẵn sàng thay đổi hay thu nhập). Do đó, nghiên cứu tiếp theo cần sử dụng kỹ thuật phân tích cao hơn (chẳng hạn phương pháp phân tích mô hình cân bằng cấu trúc SEM) để kiểm

định mô hình nghiên cứu. Ngoài ra, do thời gian thực hiện tương đối ngắn nên số lượng cỡ mẫu nghiên cứu chưa thật sự lớn, do vậy tính đại diện cho tổng thể còn chưa cao. Đặc biệt, mô hình nghiên cứu chỉ giải thích được 59,8% sự biến thiên của ý định mua sắm. Điều này có nghĩa là tính tổng quát hóa của kết quả nghiên

cứu chưa cao. Các nghiên cứu trong tương lai có thể gia tăng cỡ mẫu quan sát, cải tiến phương pháp chọn mẫu cũng như xem xét thêm các yếu tố rào cản cản trở ý định mua sắm các sản phẩm điện tử tiêu dùng của người tiêu dùng tỉnh Quảng Bình.

### Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Armenakis, A.A., Harris, S.G., & Mossholder, K.W. (1993). Creating readiness for organizational change. *Human Relations*, 46(6), 681-702.
- Cheung, M.Y., Luo, C., Sia, C.L., & Chen, H. (2009). Credibility of electronic word-of-mouth: Informational and normative determinants of online consumer recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, 13(4), 9-38.
- Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2021). Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2020.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. California London: Addition-Wesley.
- Gallagher, K., Foster, K.D., & Parsons, J. (2001). The medium is not the message: Advertising effectiveness and content evaluation in print and on the web. *Journal of Advertising Research*, 41(4), 57-70.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D.W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hà Ngọc Thắng (2016). So sánh mô hình chấp nhận công nghệ và lý thuyết hành vi có hoạch định trong nghiên cứu ý định mua trực tuyến của người tiêu dùng. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 227(II), 57-65.
- Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.
- Kwahk, K. Y., & Lee, J. N. (2008). The role of readiness for change in ERP implementation: Theoretical bases and empirical validation. *Information and Management*, 45(7), 474-481.
- Lee, K.T., & Koo, D.M. (2015). Evaluating right versus just evaluating online consumer reviews. *Computers in Human Behavior*, 45, 316-327.
- Lê Thị Hoài Thu (2019). Sự thích ứng của cá nhân với thay đổi tổ chức: Khám phá các yếu tố phản ánh sự sẵn sàng thay đổi của cá nhân. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 35(3), 62-69.
- Lim, Y.J., Osman, A., Salahuddin, S.N., Romle, A.R., & Abdullah, S. (2016). Factors influencing online shopping behavior: the mediating role of purchase intention. *Procedia Economics and Finance*, 35, 401-410.
- Lohse, G.L., Bellman, S., & Johnson, E.J. (2000). Consumer buying behavior on the Internet: Findings from panel data. *Journal of Interactive Marketing*, 14(1), 15-29.
- Monswé, T.P., Dellaert, B.G., & De Ruyter, K. (2004). What drives consumers to shop online? A literature review. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102-121.
- Nguyễn Thị Tiểu Loan (2021). Phân tích hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng: Trường hợp trên địa bàn tỉnh An Giang. *Tạp chí Công thương*, 8, 314-319.
- Nusair, K., Yoon, H.J., Naipaul, S., & Parsa, H.G. (2010). Effect of price discount frames and levels on consumers' perceptions in low-end service industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Pavlou, P.A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 30(1), 115-143.
- Shim, S., Eastlick, M.A., Lotz, S.L., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intentions model: The role of intention to search. *Journal of Retailing*, 77(3), 397-416.
- Sulaiman, Y., Yusr, M., & Ismail, K. (2017). The influence of marketing mix and perceived risk factors on online purchase intentions. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(9), 30-40.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Ye, L.R., & Zhang, H.H. (2014). Sales promotion and purchasing intention: Applying the technology acceptance model in consumer-to-consumer marketplaces. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(3), 1-5.

**Phụ lục. Các tiêu chí của thang đo**

<b>Mã</b>	<b>Biến quan sát</b>	<b>Nguồn</b>
<b>Sự hữu ích cảm nhận (HI)</b>		
HI1	Tôi có cơ hội tiếp cận những thông tin hữu ích khi mua sắm trực tuyến.	
HI2	Tôi có thể so sánh các sản phẩm dễ dàng hơn khi mua sắm trực tuyến.	
HI3	Tôi sẽ không phải mất nhiều thời gian xếp hàng khi mua sắm trực tuyến.	Davis (1989)
HI4	Tôi có thể mua được hàng hóa với giá rẻ hơn khi mua sắm trực tuyến	
HI5	Tôi có thể mua sắm trực tuyến bất cứ nơi nào.	
<b>Sự tin tưởng cảm nhận (TT)</b>		
TT1	Các sản phẩm bày bán trên trang web đã được kiểm duyệt.	
TT2	Tôi tin tưởng thông tin được cung cấp trên trang web/ứng dụng bán hàng.	Gefen và cộng sự (2003)
TT3	Tôi tin tưởng các cơ chế bảo mật của trang web/ứng dụng bán hàng.	
TT4	Danh tiếng của nhà bán lẻ làm tăng sự tin tưởng của tôi đối với việc mua sắm trực tuyến.	
<b>Khuyến mại (KM)</b>		
KM1	Trang web cung cấp thông tin khuyến mại chi tiết và kịp thời.	
KM2	Các chương trình khuyến mại được tổ chức thường xuyên khi mua sắm trực tuyến.	Nusair và cộng sự (2010)
KM3	Tôi nhận được nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn khi mua sắm trực tuyến.	
<b>Thu nhập (TN)</b>		
TN1	Tôi thấy các sản phẩm điện tử tiêu dùng phù hợp với số tiền tích lũy.	
TN2	Thu nhập của tôi có đủ khả năng để mua các sản phẩm điện tử tiêu dùng.	Đề xuất của tác giả
TN3	Mức thu nhập của tôi càng cao thì sức mua các sản phẩm điện tử tiêu dùng của tôi càng cao.	
<b>Truyền miệng trực tuyến (TM)</b>		
TM1	Nhận xét về sản phẩm trên diễn đàn trực tuyến rất quan trọng khi tôi muốn mua hàng trực tuyến.	
TM2	Tôi thường đọc các bài đánh giá sản phẩm trực tuyến của người tiêu dùng khác khi tôi muốn mua hàng trực tuyến.	Cheung và cộng sự (2009)
TM3	Nếu tôi không đọc các bài đánh giá sản phẩm trực tuyến của người tiêu dùng khi mua một sản phẩm, tôi sẽ lo lắng về quyết định của mình.	
TM4	Những nhận xét trên các diễn đàn trực tuyến ảnh hưởng đến việc mua hàng trực tuyến của tôi.	
<b>Sự sẵn sàng thay đổi (TD)</b>		
TD1	Tôi ủng hộ những ý tưởng/cách thức mới.	
TD2	Tôi thường đề xuất những cách tiếp cận mới đối với mọi thứ.	Đề xuất của tác giả
TD3	Tôi sẽ làm bất cứ điều gì để thích ứng với phương thức mua hàng trực tuyến.	
<b>Ý định mua sắm trực tuyến (YD)</b>		
YD1	Tôi có ý định tham gia mua sắm trực tuyến trong tương lai gần.	
YD2	Tôi dự đoán tôi sẽ thực hiện mua sắm trực tuyến trong vài tháng tới.	Venkatesh và cộng sự (2003)
YD3	Tôi sẽ giới thiệu gia đình, bạn bè về việc tham gia mua sắm trực tuyến.	



**ASSESSMENT OF THE IMPACT OF THE NEW RURAL PROGRAM TO IMPROVE  
THE INCOME OF THE S'TIENG ETHNIC MINORITY HOUSEHOLDS  
IN HUNG PHUOC COMMUNE, BU DOP DISTRICT, BINH PHUOC PROVINCE**

Pham Trung Hau<sup>1\*</sup>, Tran Hoai Nam<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Nong Lam University

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi71.288</p> <p><i>Received:</i> May 28, 2022</p> <p><i>Accepted:</i> September 13, 2022</p> <p><i>Published:</i> October 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Multiple regression; New rural program; S'tieng ethnic minority; Income.</p>	<p>The nation target program on new rural development or called name the New Rural program, is a national main program for the years 2010 to 2020, with the goal of changing rural areas and improving people's material and spiritual lives, especially for ethnic minority groups. In this study, the multivariate regression model with the least square estimation (OLS) were used to the impact of the new rural program on improving the income of the S'tieng ethnic minority. The data was collected by surveying 200 S'tieng ethnic minority households. The research results show that the average income of S'tieng ethnic households is still lower (20,63 million VND/person/year) and the satisfaction level of households with criteria for new rural program is quite high (2,993 points to 4,205 points). In addition, the result of the regression model also shows that 11 factors improve the income of of S'tieng people's households, there are 6 influencing factors and all have positive effects, including: land area agriculture, number of members participating in income generation of the household, number of income generating activities of the household, participation in training in agricultural economics, degree of participation in the new rural program and participation in vocational training.</p>

\*Corresponding author:

Email: [18120057@st.hcmuaf.edu.vn](mailto:18120057@st.hcmuaf.edu.vn)



## ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH NÔNG THÔN MỚI ĐẾN CẢI THIỆN THU NHẬP HỘ ĐỒNG BÀO DÂN TỘC S’TIÊNG TẠI XÃ HƯNG PHƯỚC, HUYỆN BÙ ĐỐP, TỈNH BÌNH PHƯỚC

Phạm Trung Hậu<sup>1\*</sup>, Trần Hoài Nam<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p><b>DOI:</b> 10.52932/jfm.vi71.288</p> <p><i>Ngày nhận:</i> 28/05/2022</p> <p><i>Ngày nhận lại:</i> 13/09/2022</p> <p><i>Ngày đăng:</i> 25/10/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Chương trình nông thôn mới; Đồng bào dân tộc S’tiêng; Hồi quy đa biến; Thu nhập.</p>	<p>Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới hay gọi tắt là Chương trình nông thôn mới là một chương trình trọng điểm quốc gia được triển khai trong giai đoạn 2010-2020 nhằm thay đổi diện mạo nông thôn, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người dân, đặc biệt là nhóm đối tượng hộ đồng bào dân tộc thiểu số. Trong nghiên cứu này, mô hình hồi quy đa biến với phương pháp bình phương bé nhất (OLS) được sử dụng nhằm mục tiêu đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến cải thiện thu nhập hộ đồng bào dân tộc S’tiêng. Dữ liệu được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp 200 hộ đồng bào S’tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thu nhập bình quân đầu người trên hộ còn thấp (20,63 triệu đồng/người/năm) và mức độ hài lòng của hộ về các nhóm tiêu chí xây dựng nông thôn mới là khá cao (2,993 điểm đến 4,205 điểm). Bên cạnh đó, kết quả mô hình hồi quy đa biến đã chỉ ra, trong số 11 yếu tố ảnh hưởng đến cải thiện thu nhập hộ đồng bào S’tiêng thì có 6 yếu tố tác động tích cực đến mức tăng thu nhập như: diện tích đất nông nghiệp, số thành viên tham gia tạo thu nhập của hộ, số hoạt động tạo thu nhập của hộ, tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp, mức độ tham gia chương trình nông thôn mới và tham gia đào tạo nghề.</p>

### 1. Giới thiệu

Chương trình nông thôn mới là chương trình trọng điểm quốc gia, được thực hiện trên cả nước. Qua 10 năm triển khai (2010-2020), chương trình đã đạt được một số thành tựu: tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, quản lý

của Nhà nước, phát huy sức mạnh của đoàn thể chính trị - xã hội ở nông thôn; đẩy mạnh xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội nông nghiệp, nông thôn; xây dựng nền nông nghiệp đô thị theo hướng hiện đại, phát triển công nghiệp và dịch vụ ở nông thôn; đẩy mạnh tạo nguồn nhân lực đột phá để hiện đại hoá nông nghiệp, công nghiệp hoá nông thôn, phát huy hiệu quả nguồn vốn ngân sách; đạt mục tiêu đời sống vật chất và tinh thần của dân cư nông thôn được nâng cao (Lê Thanh Liêm, 2016). Chính vì

\*Tác giả liên hệ:

Email: 18120057@st.hcmuaf.edu.vn

thế, việc xây dựng nông thôn mới là một vấn đề cấp thiết trong chiến lược phát triển dài hạn tại Việt Nam.

Trước khi thực hiện đề án xây dựng nông thôn mới, tỉnh Bình Phước gặp nhiều khó khăn, hạn chế làm cản trở quá trình phát triển kinh tế như nguồn nước phục vụ sinh hoạt và sản xuất hạn chế, cơ sở hạ tầng vừa thiếu lại vừa yếu, nguồn nhân lực trình độ, kỹ năng và kỷ luật thấp, tỷ lệ hộ nghèo còn cao, đời sống của một bộ phận đồng bào vùng sâu vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn, đồng bào dân tộc thiểu số còn nhiều khó khăn (Nguyễn Minh Hà & Nguyễn Hữu Tịnh, 2010). Đến nay, toàn tỉnh có 3 địa phương hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới, 60/90 xã đạt chuẩn nông thôn mới, 8 xã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao, 13 thôn, ấp được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới (Cổng thông tin điện tử Bình Phước, 2021). Qua đó, góp phần làm thay đổi rõ nét diện mạo vùng nông thôn với đường xá được trải nhựa, cơ sở vật chất tại các trường học được nâng cao, thu nhập người dân từng bước ổn định và bền vững, bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc ít người được bảo tồn và phát huy,... Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện triển khai chương trình nông thôn mới vẫn còn một số hạn chế và tồn tại như nhiều tiêu chí vẫn chưa sát với thực tế, huy động nguồn lực, tiến độ thực hiện còn chậm trễ,...những điều này ảnh hưởng đến thu nhập và đời sống của người dân tại địa phương. Trong đó, nhóm đồng bào dân tộc S'tiêng là một trong những nhóm đối tượng có cải thiện đáng kể như trẻ em suy dinh dưỡng giảm, hệ thống đường xá tại khu vực sinh sống được nâng cấp, các hộ đồng bào dân tộc có công ăn việc làm,... Do vậy, nghiên cứu thực hiện đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến cải thiện thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước.

## 2. Cơ sở lý thuyết

Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới là cuộc cách mạng nhằm rút ngắn khoảng cách giữa nông thôn với thành thị. Trong đó, để xã đạt chuẩn nông thôn mới thì phải đạt 5 nhóm tiêu chí, gồm 19 tiêu chí cụ thể: Quy hoạch và thực hiện quy hoạch, giao thông, thủy lợi, điện, trường học, cơ sở

vật chất văn hóa, chợ nông thôn, bưu điện, nhà ở dân cư, thu nhập bình quân đầu người/năm, tỷ lệ hộ nghèo, cơ cấu lao động, hình thức tổ chức sản xuất, giáo dục, y tế, văn hóa, môi trường, hệ thống tổ chức chính trị xã hội vững mạnh và an ninh, trật tự xã hội. Nhiều nghiên cứu được thực hiện trong thời gian qua chỉ ra chương trình nông thôn mới đã nâng cao đời sống người dân và giúp bộ mặt nông thôn đã dần thay đổi (Nguyễn Duy Cần và cộng sự, 2012), phát triển kinh tế của hộ (Võ Hồng Tú & Nguyễn Thùy Trang, 2020), tăng thu nhập (Dương Văn Chương, 2015; Nguyễn Thùy Trang và cộng sự, 2016; Trần Thanh Dũng & Nguyễn Ngọc Đệ, 2016), thúc đẩy khả năng tiếp cận vốn của hộ gia đình (Tô Ngọc Hưng & Nguyễn Đức Trung, 2017), bên cạnh những thành tựu đạt được vẫn còn nhiều bất cập về tiêu chí đánh giá, cách tiếp cận và triển khai chương trình (Đỗ Kim Chung & Kim Thị Dung, 2012; Dương Thị Bích Diệp, 2014).

Trong 19 tiêu chí xây dựng nông thôn mới, thu nhập được xem là tiêu chí quan trọng mang tính quyết định kết quả thực hiện chương trình nông thôn mới tại địa phương. Theo Singh và cộng sự (1986), thu nhập của hộ gia đình bao gồm thu nhập từ nông nghiệp và thu nhập từ phi nông nghiệp. Hiện nay, thu nhập của hộ đồng bào dân tộc ở nước ta vẫn còn thấp và chủ yếu đến từ hoạt động nông nghiệp (Lành Ngọc Tú & Đặng Thị Bích Huệ, 2020). Tuy nhiên, thu nhập của hộ vẫn có thể cải thiện nhờ tăng năng suất lao động (Park, 1992), tăng số lượng lao động (Abdulai & CroleRees, 2001; Yang, 2004), chủ động trước những rủi ro (Nguyễn Tuấn Kiệt & Nguyễn Tấn Phát, 2019). Ngoài ra, nhiều chương trình cũng tác động đến thu nhập như chương trình tín dụng nông thôn (Barslund & Tarp, 2008; Đinh Phi Hồ & Đông Đức, 2015), chương trình nông thôn mới (Dương Văn Chương, 2015; Nguyễn Thùy Trang và cộng sự, 2016).

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### 3.1. Nguồn số liệu

Theo nghiên cứu của Tabachnick và Fidell (1996), khi sử dụng các phương pháp hồi quy, kích thước mẫu cần thiết được tính theo công thức:  $n \geq 50 + 8p$ . Trong đó:  $n$  là kích thước

mẫu tối thiểu cần thiết, p là số lượng biến độc lập trong mô hình. Do đó, 11 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu được đề xuất thì cỡ mẫu cần điều tra là  $n \geq 50 + 8 \times 11 = 138$  quan sát. Trong khi đó, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát qua việc phỏng vấn trực tiếp 200 hộ đồng bào dân tộc S'tiêng trên địa bàn xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước thông qua bảng câu hỏi soạn sẵn. Nghiên cứu thực hiện khảo sát phần lớn chủ hộ tại nhà ở và một số địa điểm khác như: cổng trường, quán nước,... Phiếu khảo sát sẽ bị loại bỏ nếu chủ hộ không phải là người đồng bào dân tộc S'tiêng. Chính vì vậy, với lượng quan sát đạt 200 mẫu thì dữ liệu đã đủ điều kiện để sử dụng mô hình cho nghiên cứu. Các thông tin đã thu thập được tổng hợp, tính toán và phân tích bằng phần mềm Excel và SPSS 20. Ngoài ra, nghiên cứu còn thu thập các thông tin thứ cấp từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm các tài liệu, báo cáo thuộc UBND tỉnh

Bình Phước, UBND xã Hưng Phước, những công trình nghiên cứu về thu nhập cũng như về chương trình nông thôn mới được đăng trên các tạp chí uy tín trong và ngoài nước.

**3.2. Phương pháp phân tích**

Nhằm đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến mức tăng thu nhập hộ đồng bào S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước, phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng. Mô hình nghiên cứu đề xuất như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + \beta_5.X_5 + \beta_6.X_6 + \beta_7.D_1 + \beta_8.D_2 + \beta_9.D_3 + \beta_{10}.D_4 + \beta_{11}.D_5$$

Trong đó:

Y: Mức cải thiện thu nhập hộ đồng bào S'tiêng (%)

Xi: Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập hộ, cụ thể như trong bảng 1.

**Bảng 1.** Các biến độc lập và kỳ vọng dấu trong mô hình

Tên biến	ĐVT	Kỳ vọng dấu	Nguồn tham khảo
X <sub>1</sub> (Tuổi chủ hộ)	Năm	(-)	Lakshmanan (2007), Mubin và cộng sự (2013).
X <sub>2</sub> (Trình độ học vấn)	Năm	(+)	Võ Văn Tuấn và Lê Cảnh Dũng (2015), Tuyen (2015)
X <sub>3</sub> (Diện tích đất nông nghiệp)	Ha	(+)	Huỳnh Thị Đan Xuân và Mai Văn Nam (2011), Võ Hồng Tú và Nguyễn Thuỳ Trang (2021)
X <sub>4</sub> (Số lao động tham gia tạo thu nhập của hộ)	Người	(+)	Nguyễn Quốc Nghi và Bùi Văn Trịnh (2011), Võ Hồng Tú và Nguyễn Thuỳ Trang (2020)
X <sub>5</sub> (Số hoạt động tạo thu nhập tăng thêm)	Số hoạt động	(+)	Nguyễn Quốc Nghi và Bùi Văn Trịnh (2011), Huỳnh Công Thiệu (2016)
X <sub>6</sub> (Mức độ tham gia của hộ về chương trình NTM)	1: Không tham gia 2: Tham gia 3: Tham gia tích cực	(+)	Đề xuất của nhóm nghiên cứu
D <sub>1</sub> (Giới tính chủ hộ)	1: Nam 0: Nữ	(+)	Nguyễn Minh Hà và Nguyễn Hữu Tịnh (2010), Tô Ngọc Hưng và Nguyễn Đức Trung (2017)
D <sub>2</sub> (Vay vốn)	1: Có 0: Không	(+)	Nghiêm và cộng sự (2012), Tô Ngọc Hưng và Nguyễn Đức Trung (2017)
D <sub>3</sub> (Tham gia tổ chức địa phương)	1: Có 0: Không	(+)	Nguyễn Thuỳ Trang và cộng sự (2016), Võ Hồng Tú và Nguyễn Thuỳ Trang (2020)



Tên biến	ĐVT	Kỳ vọng dấu	Nguồn tham khảo
D <sub>4</sub> (Tham gia đào tạo nghề)	1: Có 0: Không	(+)	Trần Thanh Dũng và Nguyễn Ngọc Đệ (2016), Nguyễn Thuỳ Trang và cộng sự (2016)
D <sub>5</sub> (Tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp)	1: Có 0: Không	(+)	Mai Đình Quý và cộng sự (2018), Nguyễn Tuấn Kiệt và Nguyễn Tấn Phát (2019)

Theo Đinh Phi Hồ (2014), để mô hình hồi đảm bảo khả năng tin cậy và hiệu quả, cần thực hiện 5 kiểm định: (1) Kiểm định tương quan từng phần của hệ số hồi quy, (2) Kiểm định mức độ giải thích và phù hợp của mô hình, (3) Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến, (4) Kiểm

định hiện tượng tự tương quan, (5) Kiểm định hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

**4. Kết quả và thảo luận**

**4.1. Đánh giá mức độ hài lòng của hộ đồng bào S'tiêng về chương trình NTM**

**4.1.1. Đặc điểm hộ điều tra**

**Bảng 2.** Thông tin chung về hộ S'tiêng tham gia khảo sát

Chỉ tiêu	Tần số (Hộ)	Tỷ lệ (%)	Chỉ tiêu	Tần số (Hộ)	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính chủ hộ			3. Trình độ học vấn		
Nam	122	61,00	Mù chữ	5	2,50
Nữ	78	39,00	Tiểu học	102	51,00
2. Tuổi chủ hộ			Trung học cơ sở	68	34,00
≤ 30 tuổi	46	23,00	Trung học phổ thông	17	8,50
30 tuổi – 40 tuổi	74	37,00	Trung cấp - Cao đẳng	8	4,00
40 tuổi – 50 tuổi	40	20,00	4. Quy mô sản xuất		
50 tuổi – 60 tuổi	22	11,00	≤ 3.000 m <sup>2</sup>	47	23,50
> 60 tuổi	18	9,00	3.000 m <sup>2</sup> – 10.000 m <sup>2</sup>	116	58,00
			> 10.000 m <sup>2</sup>	37	18,50

Kết quả điều tra đối tượng phỏng vấn cho thấy, 6,01% chủ hộ là nam và 39,0% chủ hộ là nữ. Trong mẫu nghiên cứu, chủ hộ nam giới chiếm đa số và là nguồn lao động chính của hộ. Điều này là phù hợp vì thu nhập của hộ đến từ sản xuất nông nghiệp và làm thuê. Những công việc này cần sức khỏe nên sẽ phù hợp với nam giới hơn nữ giới. Bên cạnh đó, độ tuổi của chủ hộ vẫn còn khá trẻ, chủ yếu dưới 40 tuổi chiếm 60,0%, từ 40 tuổi đến 50 tuổi chiếm 20,0% và 9,0% nằm ngoài độ tuổi lao động (trên 60 tuổi). Mặt khác, tỷ lệ mù chữ tại địa phương cơ bản được giải quyết với chỉ 2,5% chủ hộ không biết chữ. Tuy nhiên, trình độ học vấn vẫn còn thấp với 51,0% bậc tiểu học và 34,0% bậc trung học cơ sở. Đây được xem là một trong những khó

khăn khi thực hiện xây dựng nông thôn mới tại địa phương.

Hoạt động sản xuất tại địa phương chủ yếu đến từ sản xuất nông nghiệp và những hộ đồng bào S'tiêng tại địa phương cũng không ngoại lệ. Tuy nhiên, quy mô sản xuất của hộ chủ yếu ở mức trung bình, từ 3.000 m<sup>2</sup> đến 10.000 m<sup>2</sup> chiếm 58%. Điều này được giải thích, do phần lớn hộ đồng bào sản xuất theo hình thức thủ công, ít hoặc không áp dụng kỹ thuật cao trong sản xuất nên việc quản lý quy mô vừa phải sẽ đạt hiệu quả cao hơn.

**4.2.2. Đánh giá mức độ hài lòng của hộ đồng bào S'tiêng về chương trình nông thôn mới**

**Bảng 3.** Mức độ hài lòng của hộ S'tiêng về chương trình nông thôn mới

Nhóm tiêu chí	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Quy hoạch	3,426	0,867
Hạ tầng kinh tế - xã hội	4,205	0,714
Kinh tế và tổ chức sản xuất	2,993	0,811
Văn hóa xã hội và môi trường	3,970	0,702
Hệ thống chính trị	3,520	0,771

Chương trình nông thôn mới được xây dựng trên 5 nhóm tiêu chí (Quy hoạch; Hạ tầng kinh tế - xã hội; Kinh tế và tổ chức sản xuất; Văn hóa xã hội và môi trường; Hệ thống chính trị). Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert (5 mức độ) nhằm đánh giá mức độ hài lòng của hộ đồng bào S'tiêng về chương trình nông thôn mới tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp. Kết quả cho thấy, nhóm tiêu chí Hạ tầng kinh tế - xã hội có điểm đánh giá hài lòng cao nhất với 4,21 điểm, tiếp theo là nhóm tiêu chí Văn hóa xã hội và môi trường với 3,97 điểm. Điều này cho thấy, chương trình xây dựng nông thôn mới đã và đang cải thiện đời sống tinh thần cho những hộ đồng bào S'tiêng tại địa phương khi các tiêu chí gắn liền với đời sống của hộ dân như: Giao thông, thủy lợi, điện, trường học, y tế, văn hóa.

Mặt khác, nhóm tiêu chí về Hệ thống chính trị cho kết quả tương đối khả quan với 3,52 điểm. Các vấn đề liên quan tới an ninh, trật tự xã hội được cải thiện như tình trạng trộm, cắp, sử dụng chất kích thích đã giảm đáng kể. Tuy

nhiên, nhóm tiêu chí về quy hoạch cũng như kinh tế và tổ chức sản xuất có đánh giá không cao với số điểm lần lượt là 3,43 và 2,99. Điều này một phần do trong quá trình quy hoạch gặp nhiều khó khăn trong khâu giải phóng mặt bằng, làm ảnh hưởng tới đời sống và sinh hoạt của người dân. Trong khi các chỉ tiêu về thu nhập và tỷ lệ hộ nghèo, tổ chức sản xuất trong nhóm tiêu chí kinh tế và tổ chức sản xuất đã không đạt được kỳ vọng của người dân. Đặc biệt, công tác hoạt động của hợp tác xã tại địa phương không hiệu quả và thu nhập của hộ vẫn còn tương đối thấp so với thu nhập bình quân đầu người tại địa phương.

**4.2. Đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến mức tăng thu nhập của hộ đồng bào dân tộc S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước**

**4.2.1. So sánh thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng trước và sau khi thực hiện chương trình nông thôn mới**

**Bảng 4.** Thu nhập bình quân trước và sau khi thực hiện chương trình nông thôn mới

*DVT: Nghìn đồng/người/năm*

Nguồn thu	Năm 2010		Năm 2021	
	Trung bình	Tỷ trọng (%)	Trung bình	Tỷ trọng (%)
Thu nhập	9.950		20.630	
Nông nghiệp	5.500	55,28	9.330	45,23
Trồng trọt	5.100	92,73	7.380	79,10
Chăn nuôi	400	7,27	1.950	20,90
Phi nông nghiệp	4.450	44,72	11.300	54,77
Buôn bán	650	14,61	1.360	12,04
Lương	280	6,29	930	8,23
Làm thuê	910	20,45	8.440	74,69
Thu từ rừng	2.610	58,65	570	5,04

Kết quả khảo sát cho thấy (Bảng 4), trong giai đoạn trước nông thôn mới thu nhập từ nông nghiệp của hộ chủ yếu đến từ trồng trọt chiếm 92,73% trong nguồn thu từ nông nghiệp và thu từ rừng chiếm 58,65% trong nguồn thu từ phi nông nghiệp. Giai đoạn này, trồng trọt của hộ tập trung vào cây lương thực và một số cây công nghiệp nhưng do sản xuất phụ thuộc hoàn toàn vào tự nhiên nên năng suất thấp và thời gian còn lại trong năm thì các hộ đồng bào khai thác các đặc sản từ rừng.

Sau khi hoàn thành xây dựng nông thôn mới, thu nhập của hộ đã cải thiện rõ rệt đạt 20,63 triệu đồng/người/năm, tuy nhiên nguồn thu từ nông nghiệp đã không còn là thu nhập chính của hộ đồng bào S'tiêng (45,23%). Cụ thể, nguồn thu từ trồng trọt chỉ đạt 9,33 triệu đồng/người/năm, còn chăn nuôi là 1,95 triệu đồng/người/năm. Nguyên nhân được lý giải là

do hiệu quả sản xuất nông nghiệp không cao, gặp nhiều rủi ro trong quá trình sản xuất, giá đầu ra không ổn định nên các hộ dân hướng tới những công việc làm thuê nhằm đảm bảo nguồn thu nhập của gia đình. Tuy nhiên, việc làm thêm chủ yếu đến từ những công việc mang tính mùa vụ (phụ hồ, phun thuốc, nhật điều, hái tiêu) nên tình trạng thất nghiệp tạm thời diễn ra tương đối nhiều trong nhóm hộ đồng bào S'tiêng. Bên cạnh đó, nguồn thu từ rừng cũng ở mức thấp chiếm 5,04% nguồn thu nhập phi nông nghiệp. Một phần nguyên nhân là do tình trạng khai thác, sử dụng tài nguyên rừng không đi kèm cải tạo và khôi phục, dẫn đến nguồn tài nguyên dần cạn kiệt và giảm đáng kể thu nhập hộ đồng bào S'tiêng.

4.2.2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập hộ đồng bào dân tộc S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước

**Bảng 5.** Kết quả ước lượng mô hình hồi quy

Biến phụ thuộc: Thu nhập hộ đồng bào dân tộc S'tiêng	Hệ số hồi quy			Giá trị Sig.	VIF
	Chưa chuẩn hóa (B)	Sai số	Chuẩn hóa (Beta)		
<b>Biến độc lập</b>					
Tuổi chủ hộ	0,000	0,004	0,003	0,968	1,629
Trình độ học vấn	0,005	0,012	0,029	0,671	1,505
Diện tích đất nông nghiệp	0,229***	0,035	0,373	0,000	1,076
Số lao động tham gia tạo thu nhập	0,102***	0,033	0,190	0,002	1,250
Số hoạt động tạo thu nhập tăng thêm	0,091***	0,033	0,162	0,007	1,169
Mức độ tham gia của hộ về chương trình NTM	0,091*	0,053	0,104	0,084	1,183
Giới tính chủ hộ	0,039	0,081	0,029	0,628	1,153
Vay vốn	0,050	0,204	0,014	0,805	1,029
Tham gia tổ chức địa phương	0,064	0,129	0,044	0,622	2,578
Tham gia đào tạo nghề	0,160*	0,084	0,113	0,060	1,178
Tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp	0,337***	0,123	0,249	0,007	2,741
<b>Hằng số</b>	<b>-0,484</b>	<b>0,329</b>		<b>0,143</b>	
<b>Chỉ số mô hình</b>					
Số mẫu quan sát	200				
Hệ số R <sup>2</sup>	0,432				
Hệ số R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	0,398				
F-statistic	12,974***				
Durbin – Watson	1,692				

**Ghi chú:** Ký hiệu \*\*\*, \* lần lượt là mức ý nghĩa 1% và 10%.

Bảng 5 cho thấy, kết quả mô hình hồi quy được sử dụng nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến mức tăng thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Hệ số  $R^2$  của mô hình là 0,432 và Prob (F statistic) = 0,000 rất nhỏ so với mức ý nghĩa 5%. Điều này cho thấy, mô hình là phù hợp và các yếu tố trong mô hình giải thích được

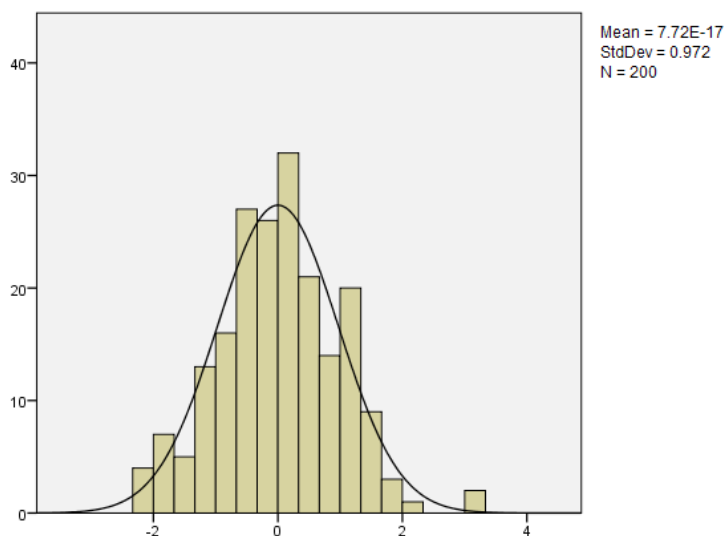
43,2% đến mức cải thiện thu nhập của hộ. Kết quả bảng trên cũng cho thấy, hệ số  $1,5 < DW < 2,5$  (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008) nên mô hình không có hiện tượng tự tương quan. Ngoài ra, hệ số VIF của tất cả 11 biến trong mô hình đều có giá trị  $< 10$  (cao nhất là 2,741) nên mô hình cũng không có hiện tượng đa cộng tuyến.

**Bảng 6.** Kết quả phân tích tương quan

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	D1	D2	D3	D4	D5
X1	1,000										
X2	-0,483	1,000									
X3	0,125	-0,033	1,000								
X4	0,363	-0,351	0,081	1,000							
X5	-0,217	-0,002	0,031	0,011	1,000						
X6	-0,207	0,276	-0,053	-0,131	0,032	1,000					
D1	0,327	-0,234	0,042	0,207	-0,094	-0,073	1,000				
D2	-0,020	-0,051	0,053	0,027	0,003	0,058	0,009	1,000			
D3	-0,038	-0,019	0,132	0,005	0,125	0,208	0,073	0,110	1,000		
D4	-0,121	0,067	0,089	0,015	0,158	-0,011	-0,063	0,091	0,319	1,000	
D5	-0,105	-0,063	0,169	0,072	0,276	0,202	0,045	0,109	0,763	0,304	1,000

Kết quả phân tích tương quan Pearson (Bảng 6) cho thấy, hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình đều nhỏ hơn 0,5 (cao nhất là

-0,483). Điều này cho thấy, các biến này không có tương quan với nhau và có ý nghĩa thống kê.



**Hình 1.** Tần số của phần dư chuẩn hóa

Nhằm đảm bảo mô hình được thực hiện bằng phương pháp ước lượng bình phương bé nhất (OLS) thỏa điều kiện giả thiết phương sai có phân phối chuẩn. Kết quả thống kê phần dư (Hình 1) cho thấy, phân phối phần dư xấp xỉ chuẩn (Std. Residual) với trung bình (Mean) =  $7,72E^{-17}$  (gần bằng 0) và độ lệch chuẩn (Std. Deviation) = 0,972 (xấp xỉ bằng 1). Do đó, có thể kết luận rằng, giả thiết phân phối chuẩn không bị vi phạm trong quá trình sử dụng phương pháp hồi quy.

#### 4.2.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Trong số 11 biến được sử dụng trong mô hình thì có 6 biến có ý nghĩa thống kê, trong đó: 4 biến có độ tin cậy 99% là diện tích đất nông nghiệp, số thành viên tham gia tạo thu nhập của hộ, số hoạt động tạo thu nhập của hộ, tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp; 2 biến mức độ tham gia chương trình nông thôn mới, tham gia đào tạo nghề có độ tin cậy 90% và 5 biến không có ý nghĩa thống kê, đó là tuổi chủ hộ, trình độ học vấn, giới tính, vay vốn, tổ chức xã hội. Các biến được giải thích như sau:

Biến diện tích đất nông nghiệp có hệ số  $\beta_3 = 0,229$ , cùng dấu kỳ vọng và có mức ý nghĩa 1%. Nghĩa là trong trường hợp các yếu tố khác không đổi, nếu diện tích đất nông nghiệp tăng một ha thì thu nhập của hộ sẽ tăng 22,9%. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Phạm Tấn Hòa (2014) Trần Thanh Dũng và Nguyễn Ngọc Đệ (2016), Lâm Văn Siêng (2021), Nguyễn Tuấn Kiệt và cộng sự (2021), Võ Hồng Tú và Nguyễn Thùy Trang (2021), diện tích đất sản xuất tác động tích cực đến thu nhập hộ. Quá trình nghiên cứu cũng cho kết quả tương tự, vì hoạt động sản xuất ở địa phương vẫn phụ thuộc nhiều vào nông nghiệp (cây điều, cây tiêu, cây cao su,...) nên khi quy mô sản xuất nông nghiệp tăng thì sẽ góp phần làm tăng thu nhập của hộ.

Số thành viên tham gia tạo thu nhập có hệ số  $\beta_4 = 0,102$  có cùng dấu kỳ vọng và ý nghĩa ở mức 1%. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi hộ có thêm một thành viên tham gia vào hoạt động sản xuất thì thu nhập của hộ sẽ tăng 10,2%. Kết quả nghiên cứu của Abdulai và CroleRees (2001), Yang (2004), Dương Văn Chương (2015), Võ Thành Khởi (2015), Huỳnh Công Thiệu (2016), Lâm Văn Siêng (2021) và Võ Hồng Tú và Nguyễn Thùy Trang (2021)

cũng cho kết quả tương tự, quy mô hộ có ảnh hưởng tích cực đến thu nhập của hộ. Điều này phù hợp với thực tế, số thành viên tham gia tạo thu nhập tăng thì tỷ lệ phụ thuộc của hộ sẽ giảm từ đó làm tăng thu nhập của hộ.

Số hoạt động tạo thu nhập của hộ có mức ý nghĩa 1% và hệ số  $\beta_5 = 0,091$  cùng dấu kỳ vọng. Nghĩa là trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi số hoạt động tạo thu nhập của hộ tăng thêm một hoạt động thì thu nhập của hộ sẽ tăng lên 9,08%. Nguyễn Quốc Nghi và Bùi Văn Trịnh (2011), Võ Thành Khởi (2015) và Huỳnh Công Thiệu (2016) cũng nhận định rằng, số hoạt động thu nhập có tỷ lệ thuận với thu nhập của hộ. Tuy nhiên, mức tăng này là không đáng kể, bởi vì trong quá trình khảo sát thực tế cho thấy các hoạt động chủ yếu là làm thuê, làm mướn theo thời vụ (nhặt điều, hái tiêu, phun thuốc,...). Chính vì vậy, cần có những chính sách phù hợp tạo công ăn việc làm lâu dài, bền vững thì thu nhập của hộ mới đảm bảo và ổn định trong dài hạn.

Mức độ tham gia chương trình nông thôn mới có hệ số  $\beta_6 = 0,091$ , mức ý nghĩa 10% và cùng dấu với kỳ vọng. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi mức độ tham gia chương trình nông thôn mới tăng lên thì thu nhập của hộ sẽ được cải thiện là 9,1%. Tinh thần tự nguyện của những hộ tham gia là yếu tố tiên quyết góp phần thực hiện các chỉ tiêu hoàn thành đúng tiến độ. Sự đóng góp về vật chất cũng như tinh thần, tuy ít hay nhiều đều góp phần vào công cuộc xây dựng một nông thôn phát triển và vững mạnh. Tuy mức độ cải thiện thu nhập hộ không cao nhưng phần nào phản ánh được sự đóng góp của những hộ đồng bào dân tộc S'tiêng nói chung và những hộ đồng bào dân tộc thiểu số tại xã Hưng Phước nói riêng vào công cuộc xây dựng đất nước sẽ kéo theo sự cải thiện đời sống của họ.

Tham gia đào tạo nghề cùng dấu với kỳ vọng với hệ số  $\beta_{10} = 0,160$  tại mức ý nghĩa 10%. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu hộ tham gia hoạt động đào tạo nghề của địa phương thì thu nhập của hộ sẽ cao hơn hộ không tham gia đào tạo nghề 16,0%. Nghiên cứu của Hứa Thị Phương Chi và Nguyễn Minh Đức (2016), Trần Thanh Dũng và Nguyễn Ngọc Đệ (2016), Lữ Hoàng Khởi (2017) và Bùi Hoàng

(2018) cũng cho kết quả tương tự. Kết quả của nghiên cứu cũng cho thấy, tác động tích cực của hoạt động đào tạo nghề tại địa phương khi hướng đến mọi đối tượng, lứa tuổi với tâm thế dễ tiếp cận nhưng vẫn đảm bảo tính ổn định và dài lâu.

Việc tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp có ý nghĩa ở mức 1%, cùng dấu với kỳ vọng và hệ số  $\beta_{11} = 0,337$ . Tức là trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, nếu hộ tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp thì thu nhập của hộ sẽ cao hơn hộ không tham gia tập huấn 33,7%. Kết quả của nghiên cứu là phù hợp vì theo Le Dang và cộng sự (2014) công tác khuyến nông là vô cùng quan trọng cho những chiến lược thích ứng thành công của hộ. Dương Văn Chương (2015) cho rằng, việc tập huấn kinh tế nông nghiệp giúp hộ học hỏi cũng như ứng dụng những kỹ thuật mới. Nguyễn Tuấn Kiệt và cộng sự (2021) chỉ ra công tác khuyến nông tác động tích cực đến thu nhập của hộ và có vai trò quan trọng để nâng cao khả năng ứng phó rủi ro cho hộ.

## 5. Kết luận và hàm ý chính sách

### 5.1. Kết luận

Nông thôn mới là chương trình trọng điểm nhằm phát triển toàn diện khu vực nông thôn và cải thiện thu nhập là một trong những nội dung quan trọng trong nhóm tiêu chí Kinh tế và tổ chức sản xuất. Do vậy, việc đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến mức tăng thu nhập của người dân là việc cần thiết, đặc biệt đối với đồng bào dân tộc S'tiêng trên địa bàn xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Điều này là tiền đề cho việc thực hiện nông thôn mới nâng cao, bền vững tại địa phương. Nghiên cứu thực hiện đánh giá tác động của chương trình nông thôn mới đến cải thiện thu nhập hộ đồng bào dân tộc S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Nhìn chung, mức độ hài lòng của hộ đồng bào S'tiêng về các nhóm tiêu chí trong chương trình nông thôn mới trên địa bàn được đánh giá khá cao với mức điểm số từ 2,993 đến 4,205. Trong đó, nhóm tiêu chí hạ tầng kinh tế - xã hội được đánh giá cao nhất (4,205) và mức đánh giá thấp nhất là nhóm tiêu chí kinh tế và tổ chức sản xuất (2,993). Bên cạnh đó, thu nhập

trung bình của hộ đồng bào cải thiện đáng kể từ 9,95 triệu đồng/người/năm lên 20,63 triệu đồng/người/năm (2010 - 2021). Mặt khác, kết quả nghiên cứu còn cho thấy các yếu tố có ảnh hưởng đến mức tăng thu nhập hộ đồng bào S'tiêng, tuy nhiên có 6 yếu tố tác động tích cực gồm diện tích đất nông nghiệp, số thành viên tham gia tạo thu nhập của hộ, số hoạt động tạo thu nhập của hộ, tham gia tập huấn kinh tế nông nghiệp, mức độ tham gia chương trình nông thôn mới và tham gia đào tạo nghề.

### 5.2. Hàm ý chính sách

Chương trình nông thôn mới được thực hiện đã góp phần cải thiện đời sống của người dân đồng bào S'tiêng tại xã Hưng Phước, huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Tuy nhiên, kết quả thực hiện chương trình đối với nhóm hộ này chưa cao. Chính vì vậy, nhóm nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao thu nhập hộ đồng bào S'tiêng như sau:

Giải quyết vấn đề việc làm từ đào tạo nghề, quá trình xây dựng nông thôn mới đã chuyển dịch cơ cấu sản xuất nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ tại địa phương. Chính vì vậy, các hộ dân đang gặp khó khăn trong việc thích ứng và tìm kiếm cho mình công việc phù hợp. Đặc biệt, khó khăn của những hộ đồng bào S'tiêng tại địa phương là trình độ học vấn không cao, tay nghề thấp. Chính vì vậy, để đảm bảo tính bền vững trong thu nhập của hộ thì chính quyền địa phương cần có những khảo sát, đánh giá tính khả thi của những chương trình đào tạo nghề trong thời gian tới. Vì đây được xem là yếu tố quan trọng trong việc cải thiện thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng.

Duy trì hoạt động sản xuất nông nghiệp, bên cạnh hoạt động đào tạo nghề tại địa phương, các cấp chính quyền vẫn phải quan tâm tới hoạt động sản xuất nông nghiệp của những hộ đồng bào S'tiêng. Tuy rằng, tỷ trọng thu nhập trong nông nghiệp đã giảm nhưng vẫn là nguồn thu quan trọng trong hoạt động sản xuất của hộ. Chính vì vậy, các cấp chính quyền cần khuyến khích, vận động người dân “duy trì” diện tích đất sản xuất nông nghiệp của hộ. Ngoài ra, tình trạng đất trống, đất bỏ hoang vẫn còn tồn tại tại một số khu vực, nên việc tận dụng nguồn đất này đối với nhóm đối tượng đồng bào dân tộc thiểu số là rất cần thiết. Vậy nên, cần có những

chính sách phù hợp của các cấp chính quyền nhằm hỗ trợ những hộ đồng bào S'tiêng có nhu cầu sản xuất nông nghiệp từ nguồn này.

Công tác khuyến nông, tập huấn nông nghiệp là một giải pháp rất hữu hiệu đối với hoạt động sản xuất tại các vùng nông thôn nước ta. Tuy nhiên, do điều kiện kinh tế - xã hội tại địa phương còn kém, kiến thức của những hộ đồng bào S'tiêng vẫn rất hạn chế nên công tác này cần phải đi từ thấp lên cao, đi từ cơ bản lên hiện đại. Vì vậy, cần sự tìm hiểu kỹ càng của chính quyền địa phương khi đưa các ứng dụng, khoa học kỹ thuật vào thực tế sản xuất. Đặc biệt, các cấp chính quyền phải là cầu nối, liên kết sản xuất của những hộ dân với các tổ hợp tác, hợp tác xã, câu lạc bộ khuyến nông và có những kết quả thực tiễn của công tác khuyến nông, tập huấn tại địa phương. Chỉ khi đó, họ mới thực sự tin tưởng và thực hiện theo đúng hướng dẫn.

### 5.3. Hạn chế nghiên cứu

*Thứ nhất*, số liệu nghiên cứu được thu thập vào tháng 11/2021 – 12/2021, khoảng thời gian này kinh tế của địa phương nói chung vẫn đang bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 nên nguồn thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng cũng bị ảnh hưởng đáng kể. *Thứ hai*, Nhóm thực hiện xác nhận độ tin cậy về thu nhập là không cao. Trong quá trình khảo sát, nhóm có liên hệ với chính quyền địa phương xã về nội dung của nghiên cứu và được giải đáp thắc mắc về thu nhập bình quân của xã đầu giai đoạn xây dựng nông thôn mới. Đây cũng là căn cứ để nhóm xem xét dữ liệu về thu nhập năm 2010. Từ đó đánh giá mức độ cải thiện của hộ. *Thứ ba*, mức độ giải thích của mô hình chưa cao chỉ đạt 43,2%. Như vậy, vẫn còn tồn tại các biến độc lập khác ngoài mô hình tác động đến thu nhập của hộ đồng bào S'tiêng. Chính vì vậy, trong các nghiên cứu sau cần bổ sung thêm các biến quan sát khác nhằm khắc phục hạn chế của nghiên cứu này.

### Tài liệu tham khảo

- Abdulai, A., & CroleRees, A. (2001). Determinants of income diversification amongst rural households in Southern Mali. *Food Policy*, 26(4), 437-452.
- Barslund, M., & F. Tarp (2008). Formal and informal credit in four provinces of Vietnam. *Journal of Development Studies*, 44(4), 485-503.
- Bùi Hoàng (2018). *Phân tích ảnh hưởng của đào tạo nghề nông nghiệp đến thu nhập của hộ nông dân trên địa bàn huyện Trảng Bom, tỉnh Đồng Nai*. Trường Đại học Kinh tế TP HCM.
- Cổng thông tin điện tử tỉnh Bình Phước (2021). 90 xã xây dựng nông thôn mới đạt trung bình 17,46 tiêu chí/xã. <https://binhphuoc.gov.vn/vi/news/tin-tuc-su-kien-421/90-xa-xay-dung-nong-thon-moi-dat-trung-binh-17-46-tieu-chi-xa-24880.html>
- Dương Thị Bích Diệp (2014). Chương trình xây dựng nông thôn mới ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, 8(81), 61-69.
- Dương Văn Chương (2015). *Phân tích thu nhập của hộ nông dân huyện Ba Tri, tỉnh Bến Tre trong quá trình xây dựng nông thôn mới*. Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đình Phi Hồ (2014). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế và viết luận văn thạc sĩ*. Nhà xuất bản Phương Đông.
- Đình Phi Hồ và Đông Đức (2015). Tác động của tín dụng chính thức đến thu nhập của nông hộ ở Việt Nam. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 26(2), 65-82.
- Đỗ Kim Chung và Kim Thị Dung (2012). Chương trình nông thôn mới ở Việt Nam - Một số vấn đề đặt ra và kiến nghị. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 26(2), 03-10.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005). *Phân tích dữ liệu với SPSS*. Nhà xuất bản Thống kê.
- Huỳnh Công Thiệu (2016). *Các nhân tố tác động đến thu nhập hộ gia đình: Trường hợp hộ đồng bào dân tộc Khmer trên địa bàn tỉnh Cà Mau*. Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Huỳnh Thị Đan Xuân và Mai Văn Nam (2011). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của các hộ chăn nuôi gia cầm ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 17(B), 87-96.
- Hứa Thị Phương Chi và Nguyễn Minh Đức (2016). Những nhân tố ảnh hưởng đến đa dạng hóa thu nhập của nông hộ ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học – Đại học Văn Hiến*, 4(3), 46-54.
- Lakshmanan, S. (2007). Yield gaps in mulberry sericulture in Karnataka: An Econometric Analysis. *Indian Journal of Agricultural Economics*, 62(4), 623-636.

- Lành Ngọc Tú và Đặng Thị Bích Huệ (2020). Hoạt động sinh kế chính của hộ gia đình trên địa bàn huyện Định Hóa, tỉnh Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên*, 225(10), 106-112.
- Lâm Văn Siêng (2021). Những yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của hộ nông dân trồng lúa tại huyện Tân Hồng, tỉnh Đồng Tháp. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 64(4), 66-78.
- Le Dang, H., Li, E., Nuberg, I., & Bruwer, J. (2014). Farmers' assessments of private adaptive measures to climate change and influential factors: a study in the Mekong Delta, Vietnam. *Natural Hazards*, 71(1), 385-401.
- Lê Thanh Liêm (2016). Bài học kinh nghiệm Thành Phố Hồ Chí Minh trong việc thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP HCM*, 12(1), 46-52.
- Lữ Hoàng Khởi (2017). *Đánh giá tác động của đào tạo nghề đến thu nhập của hộ gia đình ở nông thôn trên địa bàn tỉnh Kiên Giang*. Trường Đại học Kinh tế TP HCM.
- Mai Đình Quý, Phạm Thị Thùy Chinh, Lê Na, Phạm Thu Phương, Đặng Thanh Tùng và Châu Tấn Lực (2018). Phân tích hiệu quả sử dụng nước trong canh tác nho tại tỉnh Ninh Thuận. *Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển*, 17(2), 26-32.
- Mubin, S., Ahmed, M., Mubin, G., & Majeed, M. A. (2013). Impact evaluation of development projects: A case study of project Development of sericulture activities in Punjab. *Pakistan Journal of Science*, 65(2), 263-268.
- Nghiêm, S., Coelli, T., & Rao, P. (2012). Assessing the welfare effects of microfinance in Vietnam: Empirical results from a quasi-experimental survey. *Journal of Development Studies*, 48(5), 619-632.
- Nguyễn Duy Cần, Trần Duy Phát, Phạm Văn Trọng Tính và Lê Sơn Trang (2012). Đánh giá và huy động các nguồn lực của cộng đồng trong quá trình xây dựng nông thôn mới tại xã Vĩnh Viễn, Hậu Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 24(B), 199-209.
- Nguyễn Minh Hà và Nguyễn Hữu Tịnh (2010). Các yếu tố tác động đến tình trạng nghèo của hộ gia đình ở nông thôn (Trường hợp tỉnh Bình Phước). *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP HCM*, 5(2), 38-49.
- Nguyễn Quốc Nghi và Bùi Văn Trịnh (2011). Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người dân tộc thiểu số ở Đồng Bằng Sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 18(A), 240-250.
- Nguyễn Tuấn Kiệt và Nguyễn Tấn Phát (2019). Ứng phó của nông dân đối với rủi ro trong sản xuất nông nghiệp tại thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 55, 135-147. Doi:10.22144/ctu.jsi.2019.089
- Nguyễn Tuấn Kiệt, Hồ Hữu Phương Chi, Từ Minh Lý và Trịnh Công Đức (2021). Chiến lược ứng phó với rủi ro ảnh hưởng đến thu nhập của hộ nuôi thủy sản ở đồng bằng Sông Cửu Long. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 289, 94-103.
- Nguyễn Thùy Trang, Trương Thảo Nhi và Võ Hồng Tú (2016). Đánh giá tác động của chương trình xây dựng nông thôn mới đến thu nhập nông hộ tại tỉnh Hậu Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 46(D), 116-121.
- Park, S. S. (1992). *Tăng trưởng và phát triển [Growth and development]*. Hanoi, Vietnam: Viện nghiên cứu quản lý Trung Ương, Trung tâm thông tin - tư liệu.
- Phạm Tấn Hòa (2014). *Phân tích thu nhập của hộ gia đình khu vực Đồng Tháp Mười, tỉnh Long An*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Mở TP HCM.
- Singh, I., L.Squire & J.Strauss. (1986). *Agricultural household models: Extensions, applications, and policy*. The World Bank.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: HarperCollins.
- Tô Ngọc Hưng và Nguyễn Đức Trung (2017). Phân tích các yếu tố tác động đến quy mô vay vốn của hộ gia đình khu vực nông thôn mới. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 60(4), 6-12.
- Tuyen, T. Q. (2015). Socio-economic determinants of household income among ethnic minorities in the North-West Mountains, Vietnam. *Croatian Economic Survey*, 17(1), 139-159.
- Trần Thanh Dũng và Nguyễn Ngọc Đệ (2016). Sinh kế của thanh niên trong bối cảnh xây dựng nông thôn mới tại tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 44(C), 106-113.
- Võ Hồng Tú và Nguyễn Thùy Trang (2020). Vai trò của chương trình xây dựng nông thôn mới trong phát triển kinh tế hộ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 56(D), 266-273.
- Võ Hồng Tú và Nguyễn Thùy Trang (2021). Vốn sinh kế và giải pháp nâng cao thu nhập cho nông hộ trên địa bàn xây dựng nông thôn mới tỉnh Hậu Giang. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Khoa học Xã hội*, 16(2), 20-35.
- Võ Thành Khởi (2015). Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của hộ gia đình ở huyện Chợ Lách tỉnh Bến Tre. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Trà Vinh*, 18, 59-65.
- Võ Văn Tuấn và Lê Cảnh Dũng (2015). Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả sinh kế của nông hộ ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 38, 120-129.
- Yang, D.T. (2004). Education and allocative efficiency: household income growth during rural reforms in China. *Journal of Development Economics*, 74(1), 137-162.