

Mục lục

Chất lượng quản trị công cấp tỉnh và mức sống hộ gia đình: Bằng chứng mới từ cuộc Điều tra Khảo sát Mức sống Dân cư 2016

Trần Quang Tuyền, Vũ Văn Hương 2

Xác định sự chuyển đổi trạng thái tỷ suất sinh lợi chứng khoán trên thị trường Việt Nam: Tiếp cận bằng mô hình chuyển trạng thái Markov

Trần Thị Tuấn Anh 11

Đánh giá các nhân tố tác động đến tỷ lệ thanh khoản của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Thái Văn Đại, Trần Việt Thanh Trúc 20

Ảnh hưởng của đặc điểm quản trị công ty đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam

Phạm Hoài Hương, Trần Thùy Uyên 30

Các nhân tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ viễn thông di động 4G của khách hàng tại Việt Nam

Nguyễn Thanh Hiền, Lê Thị Thu Thủy, Đào Trung Kiên 38

Môi trường, thái độ và sự thực hiện công việc của nhân viên: Nghiên cứu trường hợp sân bay Tân Sơn Nhất

Trịnh Thuỳ Anh, Trần Kỳ Bảo Trân 50

Mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu điểm đến: trường hợp thành phố Hội An, Việt Nam

Trần Trung Vinh 61

Đầu tư công thông qua công tác đấu thầu trên địa bàn tỉnh Cà Mau

Nguyễn Phước Hoàng 72

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học đối với chất lượng đào tạo các khóa học ngắn hạn: Khảo sát thực nghiệm tại trường cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng

Phan Thanh Hải, Dương Phú Khải Trí 83

Huy động và sử dụng vốn cho đầu tư phát triển tại thành phố Hải Phòng

Nguyễn Thị Thanh Nhân 94

XÁC ĐỊNH SỰ CHUYỂN ĐỔI TRẠNG THÁI TỶ SUẤT SINH LỢI CHỨNG KHOÁN TRÊN THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM: TIẾP CẬN BẰNG MÔ HÌNH CHUYỂN TRẠNG THÁI MARKOV

Trần Thị Tuấn Anh

Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email: anhttt@ueh.edu.vn

Ngày nhận: 04/9/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/12/2017

Ngày duyệt đăng: 10/01/2018

Tóm tắt:

Với dữ liệu về chỉ số chứng khoán VNindex thu thập trên thị trường HOSE trong giai đoạn từ 02/01/2008 đến 22/4/2017, việc áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov đã giúp tìm thấy bằng chứng thống kê cho sự tồn tại của hai trạng thái giá lên (bull) và trạng thái giá xuống (bear) của chỉ số VNindex trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Xác suất duy trì trạng thái khá cao, nghĩa là khả năng để một ngày ở trạng thái bear tiếp theo một ngày ở trạng thái bear, hoặc một ngày ở trạng thái bull tiếp theo một ngày ở trạng thái bull là khá cao. Đối với nhà đầu tư, việc dự đoán được thị trường sẽ ở trạng thái bull hay bear cũng giúp nhà đầu tư hoạch định được chiến lược đầu tư tối ưu. Bài viết với việc áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov trên thị trường chứng khoán Việt Nam đã giúp các nhà phân tích định lượng có thêm một công cụ phân tích dữ liệu chứng khoán hiệu quả để làm cơ sở cho các quyết định đầu tư.

Từ khóa: Chuyển trạng thái, mô hình chuyển trạng thái Markov, xác suất chuyển trạng thái, thị trường chứng khoán Việt Nam, tỷ suất sinh lợi chứng khoán.

Investigating the Regime Transitions of Stock Return on Vietnam Stock Exchange: A Markov Switching Approach

Abstract:

With daily historical data of VN Index collected from Ho Chi Minh Stock Exchange from January 2nd 2008 to April 22nd 2017, the application of the Markov switching model helps to find statistical evidence for the existence of bull and bear market. These two states are persist, that is, the probability that a bear day follows a bear day or a bull day follows a bull day is quite high. Predicting the bull or bear states of market will help investors to optimize their investment strategy. This research helps analysts have an additional tool in analyzing stocks effectively for making investment decision.

Keywords: Regime transitions, Markov switching model, transition probabilities, Vietnam Stock Exchange, stock returns.

1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Trong thị trường tài chính, nhà đầu tư quan tâm đến hai xu hướng thị trường: thị trường theo chiều giá lên (sau đây sẽ gọi là thị trường bull - *bull market*) và thị trường theo chiều giá xuống (thị trường bear - *bear market*). Thị trường *bull* thường được nhận

diện khi thị trường đang có xu hướng chung là tăng lên (tỷ suất sinh lợi dương với độ biến động thấp) và thị trường *bear* tương ứng với giai đoạn của xu hướng chung là giảm (tỷ suất sinh lợi âm có độ biến động khá cao). Việc xác định thị trường đang ở trạng thái giá lên (*bull*) hay trạng thái giá xuống (*bear*) và cơ chế chuyển đổi giữa hai trạng thái này có ý nghĩa

rất quan trọng trong việc đưa ra các chiến lược phân bổ danh mục đầu tư và cho phép các nhà hoạch định chính sách phòng hộ rủi ro.

Cũng như trên thị trường chứng khoán ở các nước trên thế giới, việc xác định trạng thái thị trường giá lên hay giá xuống cũng quan trọng đối với các nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Do vậy, bài viết này hướng tới việc áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để xác định trạng thái và xu hướng thay đổi trạng thái trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Với mục tiêu nghiên cứu như vậy, bài viết được tổ chức như sau: Mục 2 của bài viết giới thiệu phương pháp nghiên cứu và tổng quan các nghiên cứu sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để phân tích chuyển trạng thái thị trường; Mục 3 trình bày kết quả nghiên cứu với dữ liệu thu thập trên thị trường chứng khoán Việt Nam; Mục 4 kết luận và đề xuất những hàm ý chính sách.

2. Tổng quan lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan các nghiên cứu trước

Trên thế giới đã có rất nhiều các nghiên cứu ứng dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để nghiên cứu hành vi của thị trường chứng khoán. Một trong những nghiên cứu tiên phong trong lĩnh vực này là nghiên cứu của Hamilton (1989). Hamilton đã đề xuất dùng mô hình chuyển trạng thái Markov để cải tiến nghiên cứu của Goldfeld & Quandt (1973) khi tìm hiểu về cơ chế chuyển trạng thái trên thị trường. Sau công bố của Hamilton (1989), Turner & cộng sự (1989) là những tác giả tiên phong thực nghiệm phương pháp này trên thị trường chứng khoán Mỹ với mô hình MS – AR (Markov switching - Autoregressive). Mô hình MS – AR của Turner cho phép kiểm soát sự chuyển trạng thái trong cả phương trình trung bình và phương sai của tỷ suất sinh lợi, mô hình này cho thấy tính hiệu quả khi dự báo hành vi thị trường chứng khoán hơn so với các phương pháp dự báo truyền thống khác cũng như so với mô hình chuyển trạng thái nhưng phương sai cố định.

Schaller & Norden (1997) áp dụng mô hình của Turner với một kiểm định mới được đề xuất đã củng cố hơn sự khả thi khi phân tích trạng thái thị trường và dự đoán trạng thái trong tương lai. Nishiyama (1998) khảo sát sự tồn tại của các trạng thái khác nhau của chỉ số chứng khoán gộp của năm nước công nghiệp. Nghiên cứu của Nishiyama cho thấy bằng chứng rằng có tồn tại nhiều trạng thái trong

độ bất ổn của tỷ suất sinh lợi tính trên chỉ số gộp và có sự chuyển tiếp linh hoạt giữa các trạng thái này. Guidolin & Timmerman (2006) ứng dụng mô hình MS-VAR (*Markov switching – Vector Autoregressive*) để nghiên cứu mối liên hệ giữa tỷ suất sinh lợi của thị trường chứng khoán Mỹ với lãi suất trái phiếu. Các tác giả cho thấy rằng việc sử dụng cách tiếp cận MS-VAR là phù hợp để kiểm soát sự biến động của trung bình, phương sai và hệ số tương quan giữa hai tỷ suất sinh lợi này. Wang & Theobald (2007) thực hiện nghiên cứu sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov đối với kỳ vọng và phương sai của suất sinh lợi chứng khoán trên sáu thị trường chứng khoán mới nổi ở Đông Á, bao gồm Indonesia, Hàn Quốc, Malaysia, Philippines, Đài Loan, và Thái Lan trong giai đoạn từ 1970 và 2004. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự chuyển đổi giữa hai trạng thái trên các thị trường Malaysia, Philippines và Đài Loan; trong khi sự chuyển đổi giữa ba trạng thái xảy ra ở các quốc gia Indonesia, Hàn Quốc và Thái Lan. Maheu & cộng sự (2009) sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để xác định trạng thái giá lên và giá xuống đối với 123 chứng khoán trên thị trường Mỹ và phân tích sự thay đổi giữa các trạng thái này.

Cuestas & Tang (2015) nghiên cứu hiệu ứng lan tỏa giữa tỷ giá hối đoái và tỷ suất sinh lợi chứng khoán ở Trung Quốc bằng mô hình tự hồi quy cấu trúc kết hợp với chuyển trạng thái Markov (MS-SVAR). Các tác giả này chỉ rõ sự thất bại khi nghiên cứu mối liên hệ này với mô hình VAR cấu trúc thông thường khi bỏ qua hiệu ứng chuyển tiếp giữa các trạng thái. Wu (2016) sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để nghiên cứu mối quan hệ giữa lợi nhuận chứng khoán và khối lượng giao dịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy có bằng chứng ủng hộ rằng tồn tại hai trạng thái trên thị trường chứng khoán khi xét mối quan hệ giữa hai đại lượng này. Kết quả này nhất quán với các nghiên cứu trước đó về mối liên hệ phi tuyến tính phức tạp giữa khối lượng cổ phiếu và tỷ suất sinh lợi.

Trong khi các nghiên cứu nước ngoài ứng dụng ngày càng nhiều các mô hình chuyển trạng thái Markov trong kinh tế - tài chính, thì rất ít các nghiên cứu ở Việt Nam áp dụng mô hình này. Nguyễn Thị Liên Hoa & Lương Thị Thuý Hằng (2014) sử dụng mô hình EGARCH chuyển đổi Markov để tìm hiểu mối liên kết động giữa tỷ giá hối đoái và biến động thị trường chứng khoán cho thị trường mới nổi ASEAN thời kỳ 2005 – 2013. Kết quả nghiên cứu

của các tác giả này cho thấy sự bằng chứng thống kê về mối liên hệ giữa thị trường chứng khoán và thị trường ngoại hối cũng như cho thấy biến động tỷ suất sinh lợi chứng khoán phản ứng bất đối xứng với các thị trường ngoại hối. Ngoài ra, chưa có nghiên cứu nào sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để tìm hiểu sự thay đổi trạng thái *bull* và *bear* trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Do đó, bài viết này hướng tới việc xác định liệu trạng thái giá lên và giá xuống có tồn tại đối với thị trường chứng khoán Việt Nam hay không; từ đó, bài nghiên cứu tiến hành phân tích sự chuyển đổi giữa hai trạng thái này và dự báo các trạng thái trong các kỳ tương lai.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Giả sử trên thị trường có K trạng thái. Mô hình chuyển trạng thái Markov đối với chuỗi thời gian y_t với K trạng thái này thường được biểu diễn như sau:

$$y_t = X_t' \beta_{S_t} + \varepsilon_t$$

với $\varepsilon_t \sim i.i.d N(0, \sigma^2)$,

Trong đó q_t là trạng thái của thị trường tại thời điểm t . Mối liên hệ giữa trạng thái ở thời điểm t với trạng thái ở thời điểm $(t-1)$ được thể hiện bằng công thức tính xác suất chuyển trạng thái:

$$\begin{aligned} P(S_t = s_j | q_{t-1} = S_i, S_{t-2} = s_k, \dots) \\ = P(S_t = s_j | S_{t-1} = s_i) = p_{ij} \end{aligned}$$

Với $1 \leq i, j, k \leq n$.

p_{ij} là xác suất chuyển từ trạng thái s_i ở thời điểm $t-1$ sang trạng thái s_j ở thời điểm t ; ta có:

$$0 \leq p_{ij} \leq 1 \quad \text{và} \quad \sum_{j=1}^k p_{ij} = 1$$

S_t là trạng thái thực của thị trường ở thời điểm t .

Trong mô hình chuyển trạng thái Markov, xác suất chuyển trạng thái là đại lượng rất được quan tâm. Xác suất mô hình chuyển sang trạng thái s_j (tức $S_t = s_j$) chỉ phụ thuộc vào trạng thái trước đó tại thời điểm $t-1$. Tất cả các xác suất chuyển trạng thái có thể được viết dưới dạng ma trận gọi là ma trận chuyển trạng thái.

$$P_{K \times K} = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{12} & \dots & p_{1K} \\ p_{21} & p_{22} & \dots & p_{2K} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ p_{K1} & p_{K2} & \dots & p_{KK} \end{bmatrix}$$

Việc ước lượng các hệ số hồi quy của mô hình chuyển trạng thái Markov cũng như ma trận chuyển trạng thái được thực hiện bằng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại (*MLE – Maximum likelihood estimator*).

Khi áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov trên thị trường Việt Nam, bài viết này sử dụng mô hình chuyển trạng thái Markov để khảo sát sự tồn tại các trạng thái khác nhau của tỷ suất sinh lợi: trạng thái *bull* và trạng thái *bear*. Gọi r_t là tỷ suất sinh lợi chứng khoán. Giả sử thị trường tồn tại hai trạng thái s_1 và s_2 . Dạng đơn giản của mô hình chuyển trạng thái như sau:

$$r_t = \begin{cases} \mu_1 + \varepsilon_t & \text{if } S_t = s_1 \\ \mu_2 + \varepsilon_t & \text{if } S_t = s_2, \end{cases} \quad (1)$$

Trong đó, μ_1 là tỷ suất sinh lợi kỳ vọng khi thị trường ở trạng thái s_1 và μ_2 là tỷ suất sinh lợi kỳ vọng khi thị trường ở trạng thái s_2 ; và sai số $\varepsilon_t \sim i.i.d(0, \sigma^2)$. Nếu sai số ε_t có phương sai khác nhau trên từng trạng thái, khi đó mô hình chuyển trạng thái Markov sẽ chuyển đổi không những giá trị trung bình mà còn chuyển đổi cả phương sai khi chuyển từ trạng thái này sang trạng thái khác. Mô hình chuyển trạng thái Markov của kỳ vọng và phương sai có dạng:

$$r_t = \begin{cases} \mu_1 + \sigma_1 \varepsilon_{1t}, \varepsilon_{1t} \sim i.i.d(0, 1) & \text{if } S_t = s_1 \\ \mu_2 + \sigma_2 \varepsilon_{2t}, \varepsilon_{2t} \sim i.i.d(0, 1) & \text{if } S_t = s_2, \end{cases} \quad (2)$$

Mặc dù chúng ta không thể biết chính xác trạng thái tại một thời điểm cụ thể, nhưng chúng ta có thể ước lượng được xác suất mà thị trường sẽ ở trạng thái tương ứng. Gọi p_{ij} là xác suất chuyển từ trạng thái s_i sang trạng thái s_j với $(i, j=1,2)$, nghĩa là:

$$p_{ij} = \Pr[S_t = s_j | S_{t-1} = s_i] \quad \text{với} \quad \sum_{j=1}^2 p_{ij} = 1 \quad (3)$$

Khi thị trường chỉ có hai trạng thái s_1 và s_2 , mô hình sẽ có bốn xác suất chuyển trạng thái được xếp thành ma trận chuyển trạng thái Markov như sau:

$$P_{2 \times 2} = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{12} \\ p_{21} & p_{22} \end{bmatrix} \quad \text{với} \quad p_{11} + p_{12} = 1$$

$$\text{và} \quad p_{21} + p_{22} = 1 \quad (4)$$

Mô hình chuyển trạng thái Markov như trong (2) cần ước lượng các tham số $\theta = \{\mu_1, \sigma_1, \mu_2, \sigma_2\}$. Phương pháp ước lượng hợp lý sẽ được áp dụng

để ước lượng các tham số này. Trong bài báo này, các tính toán ước lượng tham số của mô hình chuyển trạng thái Markov bằng phương pháp giá trị hợp lý cực đại được thực hiện bằng Stata 14.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Thống kê mô tả số liệu

Bài nghiên cứu này sử dụng giá đóng cửa hàng ngày của chỉ số chứng khoán VNIndex trong giai đoạn từ 02/01/2008 đến ngày 22/04/2017 để thực hiện ước lượng mô hình và dự báo. Dữ liệu được thu thập từ trang web chính thức của thị trường chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh (HOSE). Để ước lượng mô hình, toàn bộ mô hình sẽ được sử dụng để thực hiện hồi quy. Kết quả ước lượng được sẽ dùng để kiểm định sự hiện diện của các trạng thái *bull* và *bear* trên thị trường chứng khoán Việt Nam và thực hiện dự báo cho một số ngày trong tương lai.

Với dữ liệu giá đóng cửa theo ngày của VNIndex trong giai đoạn từ 02/01/2008 đến ngày 22/04/2017, tỷ suất sinh lợi hàng ngày được tính theo công thức:

$$return_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right), \quad (5)$$

Trong đó, P_t là giá đóng cửa VNIndex ngày t . Tỷ

suất sinh lợi được quy đổi thành số phần trăm để thuận lợi cho việc diễn giải kết quả tính toán.

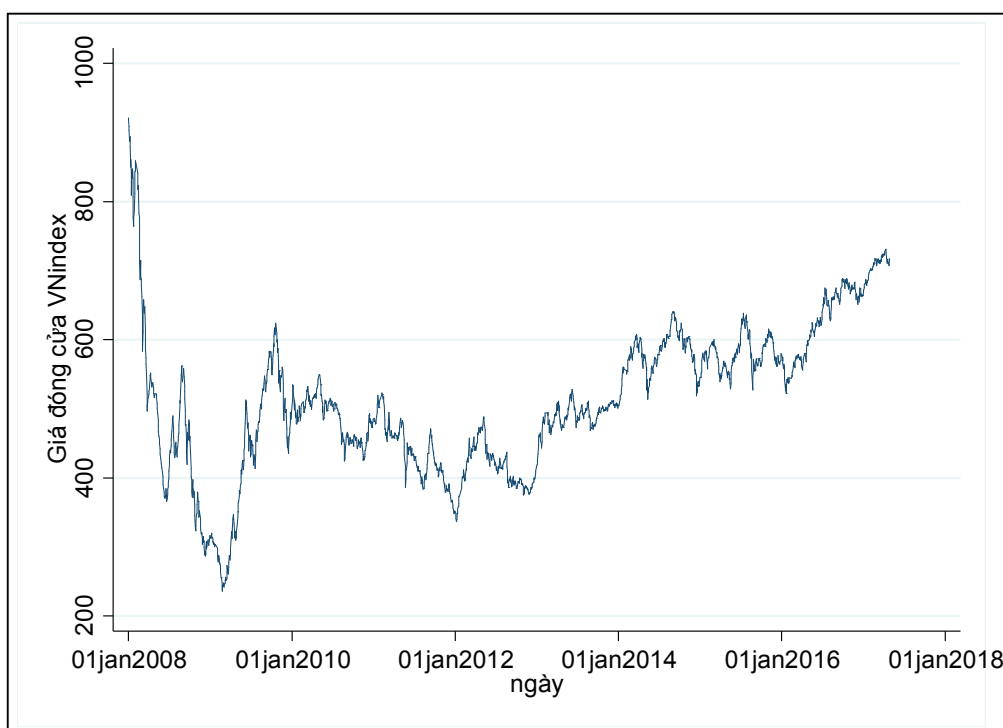
Hình 1 và Hình 2 biểu diễn chiều hướng thay đổi giá đóng cửa và tỷ suất sinh lợi của VNIndex. Trong giai đoạn từ 02/01/2008 đến 22/04/2017 có 2318 ngày giao dịch đã diễn ra. Theo tỷ suất sinh lợi hàng ngày trung bình của giai đoạn này là -0,011%, tỷ suất sinh lợi thấp nhất là -6,05% và tỷ suất sinh lợi cao nhất là 4,65%.

3.2. Kết quả nghiên cứu

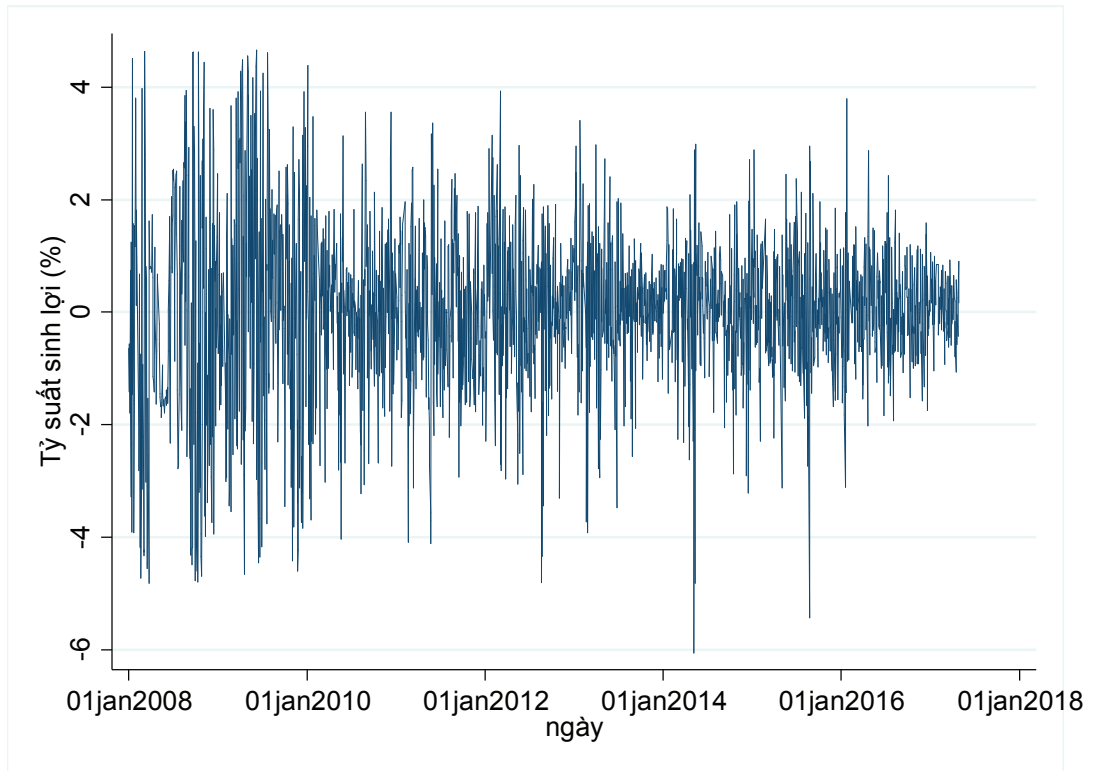
Để tránh vấn đề hồi quy giả mạo, chuỗi tỷ suất sinh lợi của VNIndex được đưa vào kiểm định tính dừng trước khi tiến hành phân tích. Kết quả kiểm định tính dừng ở Bảng 2 cho thấy chuỗi tỷ suất sinh lợi của VNIndex trong khoảng thời gian được xét mang tính dừng, ở cả hai trường hợp không xu thế và có xu thế đối với cả hai kiểm định là Dickey – Fuller và kiểm định Phillip – Perron.

Bảng 2 thể hiện kết quả ước lượng mô hình chuyển trạng thái Markov như phương trình (2) với dữ liệu VNIndex từ 02/01/2008 đến 22/04/2017. Kết quả hồi quy cho thấy có bằng chứng thống kê ủng hộ cho nhận định rằng hai trạng thái *bear* (trạng thái 1) và *bull* (trạng thái 2) có hiện diện trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Điều này thể hiện ở 4 dòng đầu tiên của Bảng 2. Theo đó, kết quả tỷ suất sinh

Hình 1: Giá đóng cửa VNIndex từ ngày 01/01/2010 đến 22/04/2017



Hình 2: Tỷ suất sinh lợi VNindex từ ngày 01/01/2010 đến 22/04/2017



Bảng 1: Thống kê mô tả giá đóng cửa và tỷ suất sinh lợi VNindex từ ngày 01/01/2010 đến 22/04/2017

Tên biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
closeprice	2318	510.712	105.022	235.5	921.1
return	2318	-0.011	1.461	-6.054	4.652

Bảng 2: Kiểm định tính dừng của tỷ suất sinh lợi VNindex

	Không xu thế	Có xu thế
Dickey – Fuller	-37.976***	-37.992***
Phillip-Perron	-38.05***	-38.059***

lợi kỳ vọng của trạng thái 1 mang dấu âm, cụ thể là $\mu_1 = -0,178\%$ và có ý nghĩa thống kê; trong khi đó phương sai của trạng thái này là $\sigma_1^2 = 2,213$; lớn hơn rất nhiều so với phương sai của tỷ suất sinh lợi ước lượng được ở trạng thái 2 là $\sigma_2^2 = 0,886$. Tỷ suất sinh lợi kỳ vọng của trạng thái 2 mang dấu dương, cụ thể là bằng $0,069\%$. Như vậy, có thể nhận định rằng trạng thái 1 mà mô hình ước lượng được tương ứng với trạng thái *bear* trong lý thuyết kinh tế (tỷ suất sinh lợi âm, độ biến động cao) và trạng thái 2 của kết quả ước lượng chính là trạng thái *bull* (tỷ suất sinh

lợi dương, độ biến động thấp).

Ma trận chuyển trạng thái

$$P = \begin{bmatrix} 0.966 & 0.034 \\ 0.016 & 0.984 \end{bmatrix},$$

có thể thấy rằng sự duy trì trạng thái của VNindex khá bền. Nếu thị trường ở trạng thái *bear*, với xác suất duy trì trạng thái 1 là $96,6\%$ thì thời gian duy trì trạng thái *bear* trung bình là 30 ngày. Nếu thị trường ở trạng thái *bull*, xác suất duy trì trạng thái *bull* là

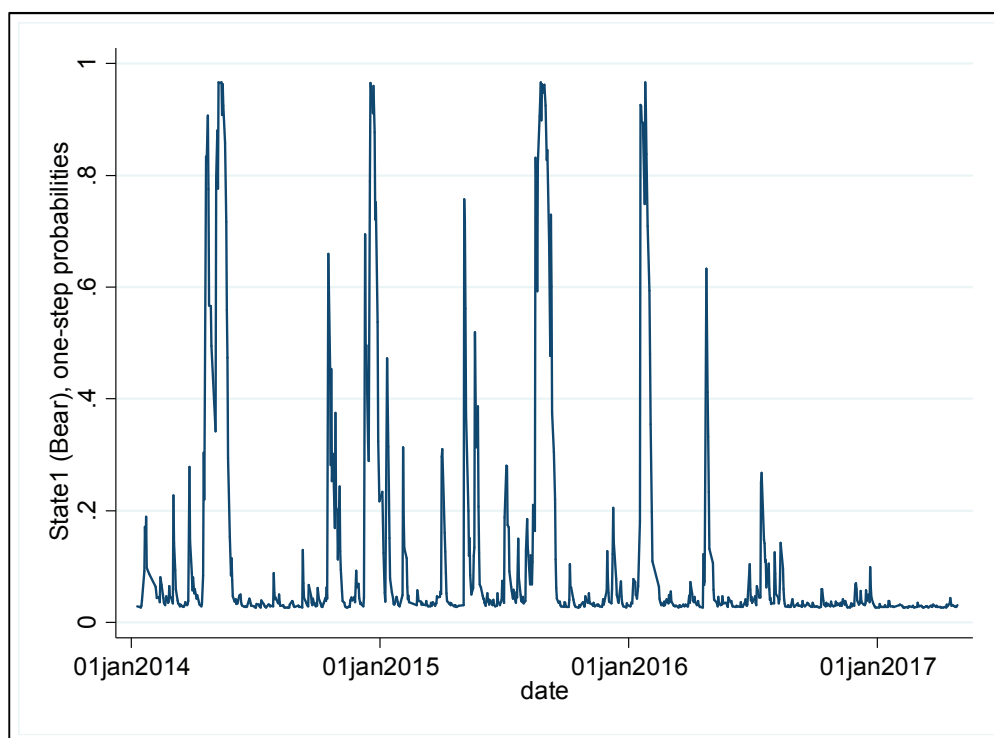
Bảng 3: Kết quả mô hình chuyển trạng thái Markov với thị trường chứng khoán Việt Nam

Trạng thái	Đại lượng	Hệ số	Sai số chuẩn	thống kê t	p-value
1 (Bear)	Tỷ suất sinh lợi kỳ vọng (μ_1)	-0.178**	0.084	-2.120	0.034
	Phương sai tỷ suất sinh lợi (σ_1^2)	2.213***	0.066		
2 (Bull)	Tỷ suất sinh lợi kỳ vọng (μ_2)	0.069	0.024	2.850	0.004
	Phương sai tỷ suất sinh lợi (σ_2^2)	0.886	0.021		
Xác suất chuyển trạng thái	p11	0.966			
	p12	0.034			
	p21	0.016			
	p22	0.984			
Thời gian duy trì trạng thái trung bình	Trạng thái 1 (Bear)	30 ngày			
	Trạng thái 2 (Bull)	62 ngày			

Bảng 4: Trích kết quả tính toán một số chu kỳ bull và bear trên thị trường chứng khoán Việt Nam từ năm 2008 đến 2017

Chu kỳ	Trạng thái 1 (bear)			Trạng thái 2 (bull)			Số ngày trong chu kỳ
	Ngày bắt đầu	Ngày kết thúc	Số ngày	Ngày bắt đầu	Ngày kết thúc	Số ngày	
1	11/1/2008	1/4/2008	82	2/4/2008	14/5/2008	43	125
2	15/5/2008	13/6/2008	30	16/6/2008	17/6/2008	2	32
3	18/6/2008	18/6/2008	1	19/6/2008	19/6/2008	1	2
4	20/6/2008	26/12/2008	190	29/12/2008	30/12/2008	2	192
5	31/12/2008	2/1/2009	3	5/1/2009	3/2/2009	30	33
6	4/2/2009	9/3/2009	34	10/3/2009	10/3/2009	1	35
7	11/3/2009	7/8/2009	150	10/8/2009	10/8/2009	1	151
8	11/8/2009	12/8/2009	2	13/8/2009	4/9/2009	23	25
9	7/9/2009	7/9/2009	1	8/9/2009	8/9/2009	1	2
10	9/9/2009	10/9/2009	2	11/9/2009	2/10/2009	22	24
...
52	17/10/2014	17/10/2014	1	20/10/2014	9/12/2014	51	52
53	10/12/2014	10/12/2014	1	11/12/2014	16/12/2014	6	7
54	17/12/2014	29/12/2014	13	30/12/2014	4/5/2015	126	139
55	5/5/2015	7/5/2015	3	8/5/2015	20/5/2015	13	16
56	21/5/2015	21/5/2015	1	22/5/2015	17/8/2015	88	89
57	18/8/2015	7/9/2015	21	8/9/2015	8/9/2015	1	22
58	9/9/2015	10/9/2015	2	11/9/2015	18/1/2016	130	132
59	19/1/2016	1/2/2016	14	2/2/2016	22/4/2016	81	95
60	25/4/2016	25/4/2016	1	26/4/2016	28/4/2017	368	369

Hình 3: Biểu đồ xác suất ở trạng thái Bear của VNindex giai đoạn 2014 – 2017



cao hơn, lên đến 98,4%; do vậy thời gian duy trì trạng thái *bull* cũng lâu hơn, khoảng 62 ngày.

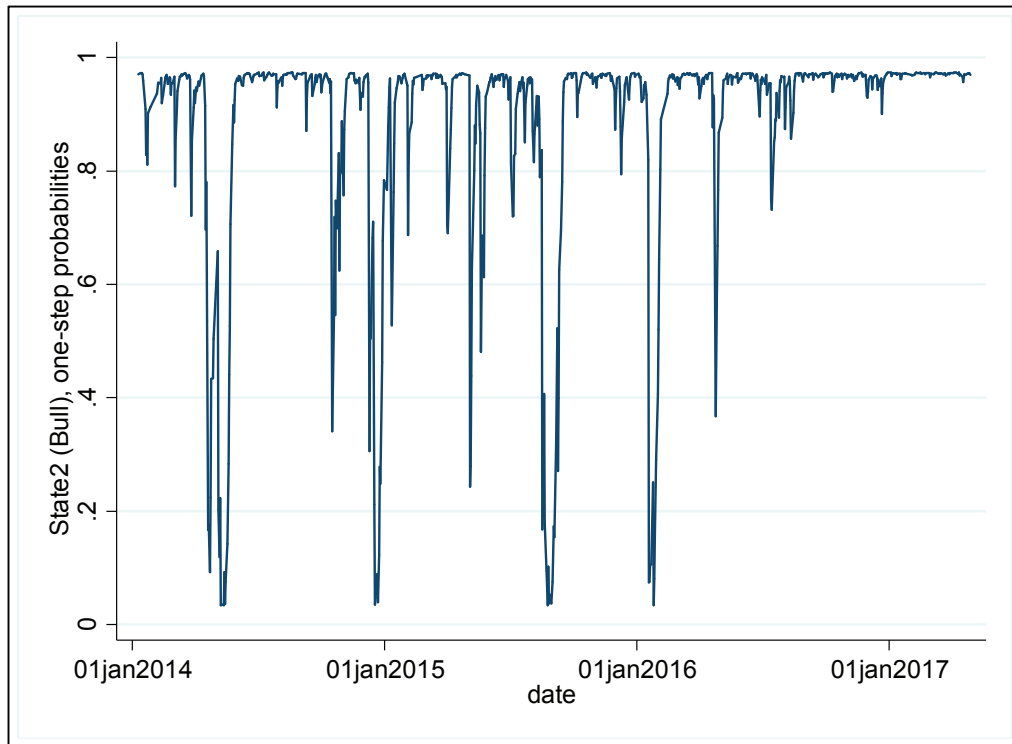
Với kết quả mô hình chuyển trạng thái Markov tính toán được, đề tài ứng dụng để xác định các trạng thái của chuỗi dữ liệu lịch sử và kết quả trạng thái xác định được trích lược thể hiện ở Bảng 4. Bảng 4 chỉ gồm kết quả liệt kê của các chu kỳ chuyển trạng thái trong giai đoạn từ năm 2008 trở lại đây. Mỗi chu kỳ được tính từ lúc bắt đầu trạng thái *bear* đến khi kết thúc trạng thái *bull* liền kề. Việc xác định trạng thái thị trường là *bear* hay *bull* phụ thuộc vào xác suất làm trơn (*smoothed probability*) được ước lượng từ mô hình chuyển trạng thái Markov. Có thể thấy rằng, trong giai đoạn 2008 – 2017, có 60 chu kỳ *bear – bull* đã diễn ra liên tiếp. Mặc dù có những chu kỳ, thời gian duy trì trạng thái rất ngắn nhưng cũng có những giai đoạn thời gian duy trì trạng thái rất dài. Thời gian duy trì trạng thái *bull* trung bình trong thực tế dài hơn trạng thái *bear*, phù hợp với kết quả ước lượng ở Bảng 3, khi mà thời gian duy trì trạng ước lượng dựa trên xác suất chuyển trạng thái.

Tương ứng với kết quả xác định trạng thái trong chuỗi dữ liệu lịch sử, xác suất ở từng trạng thái trong quá khứ cũng được ước lượng và thể hiện ở trên Hình 3 và Hình 4. Xác suất nhận trạng thái *bear* và *bull* trong Hình 3 và 4 chỉ được thể hiện cho giai

đoạn ngày 01/01/2014 cho đến ngày 22/04/2017. Hình 3 thể hiện xác suất một ngày trong quá khứ sẽ ở trạng thái *bear* và Hình 4 thể hiện xác suất 1 ngày trong quá khứ sẽ ở trạng thái *bull*. Tổng hai xác suất này sẽ bằng 1 nên có thể thấy rằng hai đồ thị sẽ ghép khớp lên nhau nếu xoay Hình 4 và đặt vào phía trên Hình 3. Nhất quán với kết quả trong Bảng 4, có thể thấy rằng trong quá khứ, số ngày mà xác suất để thị trường trong trạng thái *bull* lớn hơn trạng thái *bear* là rất nhiều, và điều này khớp với thực tế là trong chuỗi dữ liệu lịch sử, số ngày *bull* cũng nhiều hơn số ngày *bear*.

Mô hình chuyển trạng thái Markov sau khi tính toán với dữ liệu lịch sử cũng được sử dụng để dự báo trạng thái cho những ngày kế tiếp. Kết quả dự báo cho 18 ngày giao dịch tiếp theo sau ngày 22/04/2017 được thể hiện trong Bảng 5. Từ Bảng 5, có thể nhận định rằng trong các ngày giao dịch tiếp theo, xác suất thị trường ở trạng thái *bull* cao hơn so với xác suất thị trường ở trạng thái *bear*. Nguyên nhân của việc này là vì ngày 22/04/2017 là ngày thị trường giao dịch vẫn đang trong trạng thái *bull* và xác suất duy trì trạng thái *bull* là 0,984 và xác suất chuyển qua trạng thái *bear* chỉ có 0,016. Dự báo càng xa trong tương lai, thì xác suất thị trường rơi vào trạng thái *bull* càng giảm dần.

Hình 4: Biểu đồ xác suất ở trạng thái Bull của VNindex giai đoạn 2014 – 2017



Bảng 5: Bảng dự báo xác suất trạng thái cho 18 ngày tiếp theo

Ngày dự báo	Xác suất ở trạng thái	
	Bear	Bull
Thứ 1	0.05	0.95
Thứ 2	0.06	0.94
Thứ 3	0.07	0.93
Thứ 4	0.08	0.92
Thứ 5	0.10	0.90
Thứ 6	0.11	0.89
Thứ 7	0.12	0.88
Thứ 8	0.13	0.87
Thứ 9	0.14	0.86
Thứ 10	0.15	0.85
Thứ 11	0.16	0.84
Thứ 12	0.16	0.84
Thứ 13	0.17	0.83
Thứ 14	0.18	0.82
Thứ 15	0.19	0.81
Thứ 16	0.19	0.81
Thứ 17	0.20	0.80
Thứ 18	0.21	0.79

4. Kết luận

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, Việt Nam là một trong những quốc gia nhận được sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài tham gia ngày càng sâu rộng trên thị trường chứng khoán. Điều này đã giúp nâng cao hiệu quả của thị trường chứng khoán Việt Nam. Nhưng cùng với tiềm năng phát triển của thị trường là những rủi ro tiềm ẩn mà nhà đầu tư có thể gánh chịu. Nghiên cứu này cố gắng tìm hiểu hành vi của thị trường chứng khoán và các nỗ lực để xác định sự chuyển biến trên thị trường chứng khoán giữa các trạng thái *bull* và *bear*. Với dữ liệu về chỉ số chứng khoán VNindex thu thập trên thị trường HOSE trong giai đoạn từ 02/01/2008 đến 22/04/2017, việc áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov đã giúp tìm thấy bằng chứng thống kê cho sự tồn tại của hai trạng thái *bull* và *bear* của chỉ số VNindex trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Xác suất duy trì trạng thái khá cao, nghĩa là khả năng để một ngày ở trạng thái *bear* tiếp theo một ngày ở trạng thái *bear* trước đó, hoặc một ngày ở trạng thái *bull* tiếp theo một ngày ở trạng thái *bull* là khá cao. Đối với nhà đầu tư, việc dự đoán được thị trường sẽ ở trạng thái *bull* hay *bear* cũng giúp nhà đầu tư hoạch định được chiến lược đầu tư tối ưu. Bài viết với việc áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov trên thị trường chứng khoán Việt Nam đã giúp các nhà phân tích định lượng có thêm một công cụ phân tích dữ liệu

chứng khoán hiệu quả để làm cơ sở cho các quyết định đầu tư.

Việc xác định được trạng thái thị trường hiện tại cũng như dự đoán trạng thái thị trường trong tương lai rất có ý nghĩa với nhà đầu tư. Trạng thái *bull* biểu hiện cho xu hướng đi lên của thị trường, là dấu hiệu kinh tế tăng trưởng tốt. Trạng thái *bear* biểu hiện cho xu thế đi xuống của thị trường là dấu hiệu yếu kém trì trệ. Nhà đầu tư có thể dựa vào trạng thái thị trường hiện tại và tương lai để ra các quyết định đầu tư sinh lợi tối đa hoặc cắt giảm mức lỗ có thể xảy ra. Các nhà hoạch định chính sách nắm bắt xu hướng thị trường để có những hỗ trợ phù hợp này khuyến khích thị trường tăng trưởng tốt hơn hoặc cứu vãn thị trường trì trệ.

5. Những hạn chế của nghiên cứu

Tác giả chỉ mới áp dụng mô hình chuyển trạng thái Markov ở dạng đơn giản nhất là thị trường có hai trạng thái và tỷ suất sinh lợi kỳ vọng là hằng số cũng như giả định phương sai là thuần nhất ở mỗi trạng thái. Tỷ suất sinh lợi kỳ vọng trên từng trạng thái có thể phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác và phương sai có thể không thuần nhất. Do vậy, nghiên cứu có thể nghiên cứu mở rộng theo hướng áp dụng các mô hình MS-AR (Markov switching - Autoregressive) hoặc mô hình MSGARCH (*Markov switching Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity*).

Tài liệu tham khảo

- Cuestas, J.C. & Tang, B. (2015), 'Exchange Rate Changes and Stock Returns in China: A Markov Switching SVAR Approach, Working Paper', *Sheffield Economic Research Paper Series (SERPS)*, 201502 (024).
- Goldfeld, S.M. & Quandt, R.E. (1973), 'A Markov model for switching regressions', *Journal of Econometrics*, 1, 3-16.
- Guidolin, M. & Timmermann, A. (2006), 'Economic Implications of Bull and Bear Regimes in UK Stock and Bond Returns', *The Economic Journal*, 115, 111 -143.
- Hamilton, J.D. (1989), 'A new approach to the economic analysis of nonstationary time series and the business cycle', *Econometrica*, 57, 357-384.
- Maheu, J.M. & McCurdy, T.H. (2000), 'Identifying Bull and Bear markets in stock returns', *Journal of Business and Economic Statistics*, 18, 100-112.
- Nguyễn Thị Liên Hoa & Lương Thị Thuý Hường (2014), 'Mối liên kết động giữa tỷ giá hối đoái và biến động thị trường chứng khoán các quốc gia mới nổi ASEAN', *Tạp chí Hội nhập và phát triển*, 17(27), 31-35.
- Nishiyama, K. (1998), 'Some evidence of regime shifts in international stock markets', *Managerial Finance*, 24(4), 30-55.
- Schaller, H. & Norden, S. (1997), 'Regime switching in stock market returns', *Applied Financial Economics*, 7, 177-192.
- Turner, M.C., Startz, R. & Nelson, C.F. (1989), 'A Markov model of heteroskedasticity, risk, and learning in the stock market', *Journal of Financial Economics*, 25, 3-22.
- Wang, P. & Theobald, M. (2007), 'Regime switching volatility of six East Asian emerging markets', *Research in International Business and Finance*, 22, 267-283.
- Wu, Jing-Tung (2016), 'Stock Return and Trading Volume - An Application of the Markov switching Model', *Asian Business Research*, 1(1-2016), doi:10.20849/abr.v1i1.27.

CHẤT LƯỢNG QUẢN TRỊ CÔNG CẤP TỈNH VÀ MỨC SỐNG HỘ GIA ĐÌNH: BẰNG CHỨNG MỚI TỪ CUỘC ĐIỀU TRA KHẢO SÁT MỨC SỐNG DÂN CƯ 2016

Trần Quang Tuyên

Trường Đại học Kinh tế, ĐHQG Hà Nội

Email: tuyentq@vnu.edu.vn

Vũ Văn Hưởng

Khoa Kinh tế, Học Viện Tài Chính

Ngày nhận: 24/10/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/12/2017

Ngày duyệt đăng: 20/02/2018

Tóm tắt:

Bài viết đánh giá ảnh hưởng của chất lượng quản trị công cấp tỉnh tới mức sống hộ gia đình ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình kinh tế lượng vi mô với dữ liệu lấy từ chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2016 (PCI) và cuộc Khảo Sát Mức Sống Dân Cư (VHLSS) ở Việt Nam năm 2016. Bằng việc kết hợp dữ liệu cấp tỉnh và hộ gia đình, nghiên cứu đã lượng hóa tác động của chất lượng quản trị công của tỉnh tới mức sống dân cư được đo bằng thu nhập và đói nghèo, với điều kiện có kiểm soát các đặc điểm của hộ gia đình và vùng miền. Bài viết đã cung cấp bằng chứng kinh tế lượng rằng chất lượng quản trị công cấp tỉnh có tác động tích cực tới thu nhập cũng như tăng khả năng thoát nghèo của các hộ gia đình ở Việt Nam. Phát hiện của bài viết cung cấp những hàm ý chính sách cho việc hoàn thiện hơn nữa chất lượng quản trị công cấp tỉnh ở Việt Nam.

Từ khóa: Quản trị công cấp tỉnh, mức sống hộ gia đình, PCI, thu nhập, đói nghèo.

The Quality of Provincial Governance and Household Welfare: New Evidence from the Vietnam Household Living Standards Survey 2016

Abstract:

This study examined the effect of provincial governance on household welfare in Vietnam. The study used micro-econometrics with data from the 2016 PCI and the 2016 Vietnam Household Living Standards Survey (VHLSS). By combining the provincial and household data, the study quantified the impact of provincial governance on household welfare (as measured by per capita income and poverty of households), controlling for various household and region characteristics. The study provides the econometric evidence that better governance help increase income and reduce the probability of households falling in poverty. The findings provide useful policy implications for further improving the quality of provincial governance in Vietnam.

Keywords: Provincial governance, household welfare, PCI, income, poverty.

1. Giới thiệu

Mối quan hệ giữa quản trị công và mức sống dân cư là chủ đề chính trong nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm ở các nước đang phát triển (Jairo & cộng sự, 2015). Các nhà kinh tế học thể chế như Krueger (1974) và North (1994, 1995) đã chỉ ra rằng quản trị công tốt giúp giảm chi phí giao dịch cho

các hoạt động kinh tế. Stiglitz (2002) và các nhà kinh tế trường phái Keynes mới cho rằng khuôn khổ luật pháp minh bạch và chính sách thuế rõ ràng sẽ giúp cho thị trường vận hành hiệu quả. Hơn nữa, Brinkerhoff (2008) lập luận rằng nâng cao chất lượng quản trị công ở cấp độ quốc gia hay quốc tế là nhân tố quan trọng cho sự phát triển của các

nước nghèo. Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu to lớn trong tăng trưởng thu nhập và giảm nghèo trong vòng hai thập kỷ vừa qua. Nền kinh tế đã duy trì được tỷ lệ tăng trưởng bình quân 6,7% trong giai đoạn 1986-2013 và chính thức trở thành quốc gia có mức thu nhập trung bình thấp vào năm 2010 (Nguyen & Tran, 2014). Tỷ lệ nghèo theo chuẩn chi tiêu của Tổng Cục thống kê [GSO] và Ngân hàng Thế giới [WB] đã giảm mạnh từ 58% vào năm 1993 xuống còn khoảng 30% năm 2001 (WB, 2012), 20% năm 2010 và 17% vào năm 2012 (GSO, 2013) và 13,5% vào năm 2014 (WB, 2017). Việt Nam cũng đạt được các thành tựu đáng kể khác về nâng cao mức sống dân cư, từ việc gia tăng tỷ lệ nhập học phổ thông trung học tới việc cải thiện sức khỏe và giảm thiểu tỷ lệ tử vong của trẻ em. Việt Nam đã đạt được và đạt sớm một số chỉ số về mục tiêu phát triển thiên niên kỷ (WB, 2012).

Đã có nhiều nghiên cứu xem xét đóng góp của các nhân tố trong việc nâng cao mức sống của hộ gia đình ở Việt Nam. Các nghiên cứu này thường xem xét đặc điểm hộ gia đình và đặc điểm của cộng đồng (hạ tầng, điều kiện tự nhiên, địa lý,...) trong việc nâng cao mức sống dân cư (Nguyen, 2008; Tran & cộng sự, 2014; Tran & cộng sự, 2015; Van den Berg & Nguyen, 2011). Ngoài các đặc điểm cộng đồng nói trên thì chất lượng quản trị công của chính quyền địa phương cũng có tác động đáng kể tới mức sống của người dân (Attridge & cộng sự, 2002; Sáez, 2012). Ở Việt Nam, nâng cao chất lượng quản trị công được coi là điều kiện tiên quyết để giảm nghèo và nâng cao mức sống dân cư (Jairo & cộng sự, 2015). Tuy nhiên, cho tới nay, chưa có nghiên cứu nào đánh giá tác động của chất lượng quản trị của chính quyền địa phương tới mức sống của các hộ gia đình. Chính vì vậy, nghiên cứu của chúng tôi là nghiên cứu đầu tiên sử dụng các mô hình kinh tế lượng vi mô để đánh giá tác động của thể chế cấp tỉnh (được đo bằng *chỉ số năng lực cạnh tranh cấp* [PCI]) tới mức sống hộ gia đình (được đo bằng thu nhập, nghèo đói) ở Việt Nam.

Trên cơ sở phân tích về tác động của chất lượng quản trị cấp tỉnh tới mức sống dân cư, bài viết sẽ đưa ra những khuyến nghị chính sách hữu ích góp phần nâng cao mức sống dân cư ở Việt Nam, thông qua việc cải cách và nâng cao chất lượng quản trị công cấp tỉnh. Bài viết có kết cấu như sau: phần 2 trình bày lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm về quản trị công và mức sống dân cư; phần 3 mô tả nguồn dữ liệu và mô hình kinh tế lượng được chỉ định với

các biến độc lập và phụ thuộc. Kết quả thực nghiệm và thảo luận được trình bày ở phần 4 và kết luận với một vài hàm ý chính sách được diễn tả ở phần 5.

2. Lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm

Theo Eric & cộng sự (2003), có hai mô hình lý thuyết được thảo luận từ các tài liệu nghiên cứu giải thích vai trò của quản trị công trong cải thiện thu nhập và giảm nghèo. “Mô hình kinh tế” cho rằng quản trị công tốt sẽ làm tăng đầu tư kinh tế, giảm thiểu sự vận hành méo mó của thị trường, thúc đẩy cạnh tranh, nâng cao hiệu quả bằng cách giảm chi phí kinh doanh, từ đó khuyến khích tăng trưởng kinh tế và giảm nghèo. Mặt khác, “mô hình quản trị” cho thấy quản lý nhà nước tốt sẽ cải thiện năng lực thể chế của chính phủ để cung cấp các dịch vụ công có chất lượng, tăng đầu tư công trong lĩnh vực quan trọng của đời sống, tăng cường tuân thủ các quy định về an toàn và sức khỏe và trợ cấp xã hội, giảm áp lực ngân sách đối với chính phủ. Quản trị công tốt sẽ làm tăng vốn xã hội và sự tin tưởng của công chúng vào các thể chế chính phủ; điều này làm tăng nguồn lực công sẵn có để thực hiện các chương trình phát triển kinh tế hiệu quả và tăng cường năng lực của chính phủ để giúp đỡ công dân và người nghèo nói riêng. Do đó, cải thiện quản trị, ở cả cấp quốc gia và quốc tế, là rất quan trọng đối với sự phát triển ở các nước nghèo (Brinkerhoff, 2008).

Hầu hết các nghiên cứu quy mô lớn thường sử dụng phương pháp thống kê và kinh tế lượng với dữ liệu tập hợp từ nhiều nước để xem xét tác động của một số biến số chính về quản trị công với thành tựu phát triển kinh tế-xã hội. Ở cấp độ vĩ mô, đa phần các nghiên cứu đều bắt đầu bằng việc tập trung vào khám phá mối quan hệ giữa quản trị công và tăng trưởng kinh tế (Sáez, 2012). Công trình nghiên cứu có ảnh hưởng sâu sắc cho các nghiên cứu sau này của Barro (1991) đã hồi quy dữ liệu chéo của các quốc gia về tăng trưởng thu nhập với các biến số đặc điểm của quản trị công của các nước như chỉ tiêu chính phủ, đầu tư công cho giáo dục và sự ổn định chính trị). Phát hiện chính của nghiên cứu này là sự bất ổn về chính trị và tỷ lệ chi tiêu của chính phủ/GDP có tác động tiêu cực tới tăng trưởng thu nhập.

Campos & Nugent (1999) đã đánh giá tác động của quản trị công tới một số chỉ số phát triển như thu nhập đầu người, tỷ lệ chết của trẻ sơ sinh và tỷ lệ mù chữ. Trong nghiên cứu này, quản trị công được đo bằng một bộ chỉ số thể chế: (i) trách nhiệm giải trình; (ii) xã hội dân sự; (iii) mức độ quan liêu;

và (iv) nhà nước pháp quyền. Phân tích hồi quy với phương pháp bình phương nhỏ nhất được dùng với dữ liệu từ mẫu nghiên cứu bao gồm 21 nước Châu Mỹ La Tinh (LACs) và tám nước Đông Nam Á (SEACs). Kết quả phân tích cho thấy ba chỉ số sau cùng có quan hệ đồng biến với thu nhập bình quân đầu người thực tế trong toàn bộ mẫu nghiên cứu. Tuy nhiên, kết quả phân tích hồi quy cho từng khu vực cho thấy chỉ có chỉ số xã hội dân sự là có quan hệ dương với thu nhập ở các nước SEACs. Trong khi đó, mức độ quan liêu có quan hệ nghịch biến với thu nhập và nhà nước pháp quyền có quan hệ dương với thu nhập ở các nước LACs. Phát hiện tương tự cũng được tìm thấy ở chỉ số tỷ lệ chết của trẻ sơ sinh và tỷ lệ không biết chữ. Kết quả này cho thấy mối quan hệ giữa quản trị công và mức sống dân cư có thể khác nhau giữa các quốc gia và khu vực.

Haq & cộng sự (2006) đã trả lời câu hỏi có hay không mối quan hệ giữa quản trị công tốt và tăng trưởng vì người nghèo ở Pakistan trong thời gian từ 1996 tới 2005. Các tác giả này sử dụng ba chỉ số có nội hàm rộng, bao gồm: (i) quản trị về chính trị (ví dụ: quyền phát ngôn của người và trách nhiệm giải trình của chính phủ, sự ổn định chính trị và xung đột); (ii) quản trị về kinh tế (ví dụ: hiệu quả quản trị công, và chất lượng pháp quy); và (iii) các khía cạnh thể chế của quản trị công (ví dụ: nhà nước pháp quyền, kiểm soát tham nhũng). Hai tác giả này đã kiểm tra giả thuyết về mối quan hệ giữa quản trị công và giảm nghèo và quản trị công và bất bình đẳng về thu nhập với việc sử dụng phương pháp hồi quy bình phương nhỏ nhất (OLS). Phát hiện nghiên cứu chính của họ cho thấy quyền phát ngôn, trách nhiệm giải trình và sự ổn định chính trị có tác động tích cực với giảm nghèo ở quốc gia này.

Sử dụng phương pháp phân tích hệ số tương quan Pearson, Sittha (2012) đã phân tích mối quan hệ giữa các chỉ số về tăng trưởng, giảm nghèo và quản trị công ở Thái Lan với dữ liệu từ năm 1996 tới 2009. Kết quả tính toán cho thấy giảm nghèo ở Thái Lan đạt được thông qua chính sách vì người nghèo nhưng được thực hiện không tốt, chứ không phải do tăng trưởng thu nhập. Kết quả này hỗ trợ niềm tin phổ biến rằng chỉ thực hiện duy nhất chính sách “*tăng trưởng vì người nghèo*” sẽ là không đủ cho chiến lược giảm nghèo và bất bình đẳng. Do vậy, chiến lược giảm nghèo và bất bình đẳng của Thái Lan nên được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với những cải cách đáng kể trong nâng cao chất lượng quản trị công, đặc biệt là các khía cạnh như quyền

phát ngôn và trách nhiệm giải trình, ổn định chính trị, kiểm soát xung đột và tôn trọng pháp luật (Sittha, 2012).

Chất lượng quản trị công có mức độ chênh lệch lớn giữa các tỉnh ở Việt Nam (Malesky, 2007; Tuyên & cộng sự, 2016) và do vậy, một số nghiên cứu đã xem xét mối quan hệ giữa quản trị công và mức sống dân cư ở cấp độ tỉnh. Ví dụ, mối quan hệ đồng biến được tìm thấy giữa chỉ số phát triển con người (HDI) và chỉ số quản trị công cấp tỉnh (UNDP, 2011). Ha & Hanh (2013) cũng phát hiện thấy tác động tích cực của cải cách quản trị công tới GDP bình quân đầu người cấp tỉnh ở Việt Nam. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng các nghiên cứu sử dụng dữ liệu gộp cấp tỉnh có thể cung cấp những ước tính sai lệch vì không kiểm soát được sự khác biệt về đặc điểm của các hộ gia đình có tác động đáng kể tới mức sống của chính hộ gia đình (Blundell & Stoker, 2005).

Việc tổng quan tài liệu nghiên cứu ở các nước cho thấy, một mặt, có ít nghiên cứu cấp độ hộ gia đình về mối quan hệ giữa quản trị công và mức sống dân cư (Sáez, 2012). Mặt khác, tổng quan nghiên cứu về Việt Nam cho thấy hiện chưa có nghiên cứu nào về vai trò của quản trị công cấp tỉnh trong việc nâng cao mức sống hộ gia đình. Khoảng trống nghiên cứu này là lý do chính cho việc chúng tôi lựa chọn chủ đề nghiên cứu. Nghiên cứu của chúng tôi là nghiên cứu đầu tiên sử dụng cách tiếp cận kinh tế lượng vi mô để lượng hóa tác động của quản trị công cấp tỉnh tới thu nhập và đói nghèo của các gia đình ở Việt Nam.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Nguồn dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng hai nguồn dữ liệu chính sau đây. Trước tiên là dữ liệu từ các cuộc khảo sát về năng lực cạnh tranh cấp tỉnh ([PCI] Provincial Competitiveness Index) được thực hiện bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam [VCCI] với sự hợp tác nghiên cứu và trợ giúp của Cơ quan hợp tác Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ [US-AID] (VCCI & USAID, 2016). PCI là một chỉ số tổng hợp để đánh giá và xếp hạng chính quyền các tỉnh, thành của Việt Nam trong việc xây dựng môi trường kinh doanh thuận lợi cho việc phát triển doanh của khu vực kinh tế tư nhân.

Bộ số liệu thứ hai lấy từ cuộc khảo sát về mức sống hộ gia đình (VHLSSs) cập nhật nhất gần đây, năm 2016. Cuộc tra này được tiến hành bởi Tổng Cục Thống Kê Việt Nam với hỗ trợ kỹ thuật từ Ngân

hàng Thế giới. Mỗi cuộc điều tra bao gồm khoảng 46.000 hộ. Dữ liệu của VHLSS mang tính đại diện ở mức độ quốc gia và vùng (8 vùng kinh tế và 6 vùng địa lý). Dữ liệu về hộ gia đình và cá nhân bao gồm những thông tin về hộ gia đình và các cá nhân bao gồm việc làm, nhân khẩu, tham gia lực lượng lao động, y tế, thu nhập, chi tiêu, nhà cửa, tài sản cố định và hàng hóa lâu bền, sự tham gia của hộ gia đình trong các chương trình xóa đói giảm nghèo.

3.2. Mô hình kinh tế lượng

Đề lượng hóa tác động của chất lượng quản trị công cấp tỉnh đến phúc lợi hộ gia đình, nghiên cứu này sử dụng mô hình kinh tế lượng vi mô được kế thừa từ Glewwe (1991) và phát triển như sau:

$$\ln(y_{ij}) = \beta_0 + X_{ij}\beta_1 + Z_{\lambda}\beta_2 + Z_{\lambda}\beta_2 + \ln(PCI)_j\beta_3 + u_{ij} \quad (1)$$

trong đó, $\ln(y_{ij})$ là biến phúc lợi kinh tế của hộ (đo bằng logarit tự nhiên của thu nhập bình quân đầu người/tháng) của hộ gia đình i tại tỉnh j ; X_{ij} là vector các biến đặc điểm hộ gia đình như nhân khẩu, giáo dục và tài sản sản xuất (đất đai); Z_{λ} là vector các biến giả về đặc điểm địa lý 8 vùng kinh tế và hai vùng thành thị và nông thôn để phản ánh những tác động vùng cố định đại diện cho đặc điểm về tự nhiên, kinh tế và xã hội; $\ln(PCI)_j$ là vector các biến chất lượng quản trị công tại tỉnh j (logarit tự nhiên của PCI), và u_{ij} là các yếu tố không quan sát được.

Mô hình (2) sử dụng các biến giải thích tương tự như mô hình (1) để đo lường tác động của chất lượng quản trị công tới khả năng rơi vào nghèo của hộ gia đình. Trong đó, P_{ij} là biến số đo lường xác suất của hộ gia đình i trong tỉnh j có là hộ nghèo hay không. Vì biến P_{ij} có giá trị nhị phân nên mô hình hồi quy Logit được sử dụng để đánh giá tác động của các biến số tới khả năng là hộ nghèo (Wooldridge, 2013):

$$P_{ij} = \beta_0 + X_{ij}\beta_1 + Z_{\lambda}\beta_2 + \ln(PCI)_j\beta_3 + u_{ij} \quad (2)$$

Nghiên cứu về quản trị công và mức sống dân cư có thể sử dụng chỉ số gộp (chỉ số tổng thể) hoặc chỉ số thành phần về chất lượng quản trị công. Trong khi xem xét ảnh hưởng của từng chỉ số thành phần có thể cho biết tác động của từng khía cạnh khác nhau của quản trị công với mức sống, sử dụng riêng từng chỉ số thành phần lại không thể phản ánh đầy đủ ảnh hưởng của quản trị công tới mức sống dân cư. Nhiều nghiên cứu thường đo lường chất lượng quản trị công bằng một chỉ số gộp, bởi nó phản ánh

được chất lượng tổng thể của quản trị công (Tebaldi & Mohan, 2010). Hơn nữa, trong nghiên cứu này, sử dụng chỉ số gộp còn tránh được vấn đề đa cộng tuyến cao khi sử dụng nhiều chỉ số thành phần trong mô hình phân tích¹.

Vì lý do nêu trên, nghiên cứu này chỉ xem xét tác động của quản trị công được đo bằng chỉ số gộp PCI. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng xem xét tác động trễ một năm (PCI năm 2015) của chất lượng quản trị công tới thu nhập và đói nghèo của các hộ gia đình. Kiểm định đa cộng tuyến các mô hình trên cho thấy giá trị VIF (nhân tử phóng đại phương sai) có giá trị trung bình là 5.87. Do vậy, mô hình không gặp phải vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng (Wooldridge, 2013). Bên cạnh đó, chúng tôi cũng sử dụng lựa chọn hồi quy với lựa chọn ‘robust’ trong STATA để có được sai số chuẩn chính xác hơn trong tình huống xuất hiện phương sai của sai số thay đổi (Cameron & Trivedi, 2005).

4. Kết quả thực nghiệm và thảo luận

4.1. Phân tích thống kê mô tả

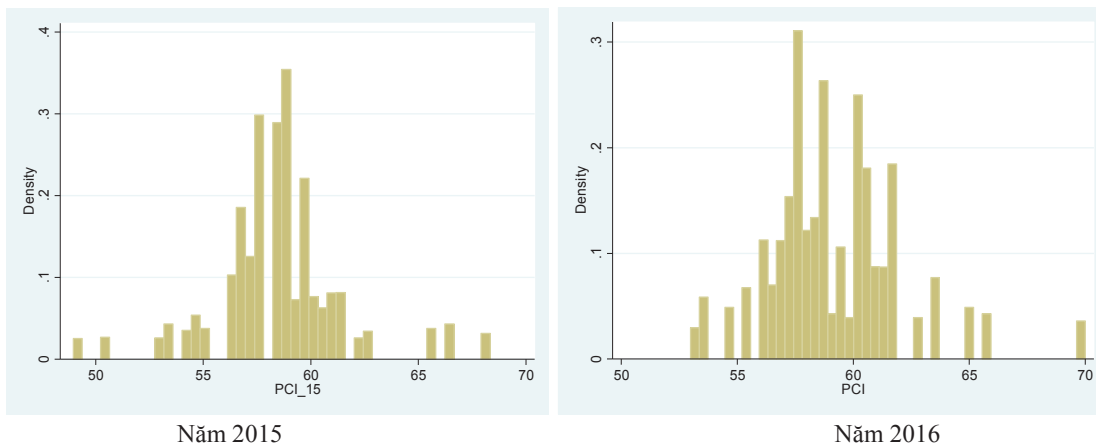
Bảng 1 mô tả đặc điểm các hộ gia đình trong mẫu khảo sát năm 2016. Số liệu cho thấy thu nhập bình quân đầu người/hộ/tháng là 2,695 triệu, và mức thu nhập cao hơn đáng kể ở đô thị (4,4 triệu) so với nông thôn (2,35 triệu). Bên cạnh đó, tỷ lệ nghèo ở vùng nông thôn còn khá cao, 11%, trong khi đô thị là 3%. Tỷ lệ chủ hộ là nam cao hơn đáng kể ở nông thôn so với đô thị (79% so với 65%). Quy mô hộ và tỷ lệ phụ thuộc không khác nhau đáng kể giữa hai vùng. Bình quân một chủ hộ có số năm đi học chính thức là 8,35. Hơn nữa số năm đi học của chủ hộ sống ở đô thị cao hơn đáng kể so với nông thôn. Có khoảng gần 70% số hộ tham gia vào các hoạt động làm công ăn lương và tỷ lệ này cao hơn ở đô thị so với nông thôn (76% so với 64%). Khoảng một phần ba số hộ có tham gia hoạt động kinh tế phi nông nghiệp tự làm và có sự chênh lệch lớn về con số này giữa đô thị và nông thôn (44% và 28%). Tính trung bình cho toàn mẫu khảo sát thì bình quân một hộ có khoảng 2700 mét vuông đất trồng cây hàng năm, 1240 mét vuông đất trồng cây lâu năm và khoảng 1344 mét vuông đất rừng. Số liệu cũng cho thấy diện tích đất sản xuất nói chung cao hơn nhiều cho các hộ ở nông thôn. Sau cùng, hình 1 mô tả biến động chỉ số PCI giữa các tỉnh của Việt Nam. Đà Nẵng, Quảng Nam, Đồng Tháp và Bình Dương là những tỉnh có chỉ số PCI cao nhất, trong khi đó Sơn La, Hà Giang, Bắc Cạn, Đắc Nông, Lai Châu và Cao Bằng có chỉ số

Bảng 1: Thông kê mô tả các biến sử dụng trong phân tích

Các biến số	Cả nước		Nông thôn		Đô thị	
	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Thu nhập bình quân/tháng (nghìn VND)	2965	25737	2349	2654	4408	46846
Tỷ lệ nghèo	8,60		11,00		3,00	
PCI (đo lường từ 1 tới 100)	59.11	2.77	58.77	2.49	59.89	3.19
Giới tính chủ hộ	0.75	0.44	0.79	0.41	0.65	0.48
Tuổi chủ hộ	51.83	13.92	51.42	14.06	52.78	13.56
Hôn nhân (1: có; 0: không)	0.03	0.16	0.02	0.14	0.04	0.19
Giáo dục: số năm đi học chính thức của chủ hộ	8.35	4.05	7.62	3.67	9.97	4.36
Dân tộc (1: kinh; 0: thiểu số)	0.83	0.38	0.78	0.41	0.94	0.23
Quy mô hộ (số thành viên)	3.78	1.62	3.80	1.64	3.73	1.58
Tỷ lệ phụ thuộc của hộ	0.38	0.30	0.38	0.30	0.36	0.30
Làm công (1=có; 0=không)	0.68	0.47	0.64	0.48	0.76	0.43
Tự làm phi nông nghiệp (1=có; 0=không)	0.33	0.47	0.28	0.45	0.44	0.50
Đất trồng hàng năm (100 m ²)	27.14	74.70	35.17	82.56	8.35	46.72
Đất trồng cây lâu năm (100 m ²)	12.41	64.90	15.44	72.99	5.31	39.07
Đất trồng rừng (100 m ²)	13.44	89.00	18.63	105.05	1.26	20.42
Diện tích nuôi trồng thủy sản(100 m ²)	3.53	30.94	4.54	34.62	1.17	19.64
Số quan sát	46372		32498		13874	

Nguồn: tính toán của tác giả từ VHLSS và PCI năm 2016. Tỷ lệ phụ thuộc tính bằng số thành viên phụ thuộc (nhỏ hơn 15 và ngoài 60) /số thành viên trong độ tuổi lao động (15-59).

Hình 1 : Chỉ số PCI năm 2015 và 2016



Lưu ý: phân phối của chỉ số PCI năm 2015 và 2016 biến động giữa 63 tỉnh

Nguồn: tính toán của tác giả từ PCI 2015 và 2016

PCI cuối bảng (VCCI & USAID, 2016).

4.2. Phân tích kinh tế lượng

Kết quả ước lượng hồi quy từ mô hình thu nhập (1) và đói nghèo (2) được trình bày ở Bảng 2. Kết quả cho thấy nhiều hệ số có ý nghĩa thống kê cao (mức nhỏ hơn 5%) và có dấu như kỳ vọng. Hệ số ước lượng của biến số PCI 2016 ở cả hai mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, có dấu dương ở mô hình thu nhập, và có giá trị nhỏ hơn 1 ở mô hình đói nghèo. Điều đó xác nhận rằng chất lượng quản

trị công tốt hơn giúp nâng cao thu nhập hộ gia đình và giảm nghèo. Vì biến thu nhập và PCI có giá trị logarit nên có thể hiểu giá trị hệ số PCI ở mô hình 1 như là độ co giãn của thu nhập với chất lượng quản trị công (Woolridge, 2013). Cụ thể, giữ nguyên các nhân tố khác không đổi trong mô hình 1, nếu chỉ số PCI 2016 của một tỉnh tăng thêm 1% thì thu nhập bình quân của hộ trong tỉnh đó sẽ có mức tăng tương ứng là 0,816%. Đồng thời, hệ số tỷ suất tương đối (Odd Ratios: OR) của biến PCI ở mô hình Logit có

Bảng 2: Quản trị công và mức sống hộ gia đình

Biến giải thích	Mô hình thu nhập (OLS)	Mô hình nghèo (Logit)
PCI 2016	0.816*** (0.115)	0.014*** (0.012)
PCI 2015	0.523*** (0.106)	0.148*** (0.101)
Giới tính	-0.003 (0.007)	0.838*** (0.048)
Tuổi chủ hộ	0.004*** (0.000)	0.982*** (0.002)
Hôn nhân	-0.103*** (0.020)	1.837*** (0.242)
Giáo dục	0.052*** (0.001)	0.878*** (0.006)
Dân tộc	0.361*** (0.017)	0.258*** (0.024)
Quy mô hộ	-0.060*** (0.002)	1.189*** (0.018)
Tỷ lệ phụ thuộc	-0.441*** (0.012)	4.377*** (0.414)
Việc làm công	0.180*** (0.009)	0.252*** (0.016)
Việc tự làm phi nông nghiệp	0.262*** (0.008)	0.233*** (0.018)
Đất trồng cây hàng năm	-0.012*** (0.001)	1.022*** (0.009)
Đất trồng cây lâu năm	0.013*** (0.002)	0.941*** (0.010)
Đất trồng rừng	-0.009*** (0.002)	1.013 (0.010)
Diện tích nuôi trồng thủy sản	0.012*** (0.002)	0.956*** (0.013)
Thành thị/nông thôn	0.230*** (0.012)	0.825* (0.082)
Đồng Bằng Sông Hồng	0.151*** (0.023)	0.533*** (0.075)
Miền Núi Phía Bắc	0.051** (0.024)	0.817* (0.100)
Bắc Trung Bộ	-0.109*** (0.026)	1.639*** (0.226)
Duyên Hải Miền Trung	0.012 (0.025)	0.859 (0.132)
Tây nguyên	0.068** (0.027)	0.786 (0.125)
Đông Nam Bộ	0.301*** (0.024)	0.245*** (0.045)
Tây Nam Bộ	0.104*** (0.024)	0.620*** (0.082)
Hệ số chặn	3.464*** (0.466)	
Số quan sát	43,487	43,494
Hệ số R bình phương/ Hệ số R bình phương giả	0.408	0.28

Lưu ý: Sai số chuẩn vững trong ngoặc. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1. Vùng Núi Tây Bắc làm nhóm so sánh. OR: tỷ suất tương đối (Odds Ratio) có giá trị lớn hơn 1 cho biết mối quan hệ đồng biến, nhỏ hơn một cho biết mối quan hệ nghịch biến, và bằng 1 là không có quan hệ. Hệ số P-seudo (R bình phương giả) cho mô hình Logit.

giá trị là 0,014 cho thấy nếu chỉ số PCI 2016 ở một tỉnh tăng thêm 10% thì khả năng rơi vào nghèo của một hộ gia đình ở tỉnh đó sẽ giảm khoảng 40%². Kết quả cũng cho chất lượng quản trị công (PCI 2015) cũng có tác động trễ (một năm) tới thu nhập và giảm nghèo với xu hướng tương tự như tác động tức thời (PCI 2016) nhưng tác động nhỏ hơn. Cả hai kết quả này hàm ý rằng việc cải thiện chất lượng quản trị công đều giúp cho hộ gia đình nâng cao thu nhập và giúp tăng khả năng thoát nghèo cho hộ gia đình. Kết quả nghiên cứu này đồng thuận với một số nghiên cứu đã được thảo luận trong phần tổng quan nghiên cứu.

Liên quan tới mối quan hệ giữa các đặc điểm cá nhân và hộ gia đình với mức sống, kết quả cho thấy tuổi chủ hộ có quan hệ dương với thu nhập và âm với nghèo. Chủ hộ là nam có khả năng rơi vào nghèo thấp hơn nữ, và phát hiện này đồng thuận với phần lớn nghiên cứu ở các nước đang phát triển (Oginni & cộng sự, 2013). Giáo dục của chủ hộ có tác động tích cực tới nâng cao thu nhập và giảm nghèo của hộ. Cụ thể, cứ mỗi năm đi học tăng thêm làm tăng thu nhập bình quân hộ là 5,2%, và làm cho khả năng rơi vào nghèo thấp hơn khoảng 12%³. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy quy mô hộ tăng thêm và tỷ lệ phụ thuộc cao hơn đều làm giảm mức sống và tăng khả năng rơi vào đói nghèo. Phát hiện này đồng thuận với các nghiên cứu trước đó ở Việt Nam và nhiều nước đang phát triển khác (Tran, 2015).

Giống như các nghiên cứu trước đây về tầm quan trọng của việc làm phi nông nghiệp với sinh kế hộ gia đình Việt Nam của Tran (2015) và Phạm & cộng sự (2010), nghiên cứu của chúng tôi cho thấy các hộ gia đình tham gia vào hoạt động phi nông nghiệp có mức sống cao hơn các hộ thuần nông. Cụ thể, với các điều kiện và đặc điểm khác như nhau, các hộ tham gia việc làm công ăn lương có thu nhập bình quân cao hơn 18% so với thuần nông. Con số tương ứng cho hộ tham gia hoạt động phi nông nghiệp tự làm là 26%. Tương tự, mô hình 2 cũng cho thấy các hộ tham gia vào hoạt động làm công và phi nông nghiệp tự làm có khả năng rơi vào nghèo thấp hơn so với hộ thuần nông là khoảng -75% và -77%.

Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy mỗi loại đất có vai trò khác nhau với mức sống của hộ. Trong khi đất trồng cây hàng năm và đất rừng có quan hệ âm với thu nhập và dương với khả năng nghèo; có thêm đất trồng cây lưu niên và diện tích nuôi trồng thủy sản lại giúp nâng cao thu nhập và tăng khả năng thoát

nghèo. Điều đó có thể được giải thích rằng hiệu suất kinh tế của canh tác với cây hàng năm và trồng rừng là không cao so với canh tác cây lưu niên và nuôi trồng thủy sản. Phát hiện trên một phần đồng thuận với nhiều nghiên cứu ở các nước đang phát triển cho thấy có thêm đất nông nghiệp chưa hẳn đã giúp hộ nâng cao mức sống (Tran, 2014).

Sau cùng, liên quan tới các biến vùng và miền, nghiên cứu này cho thấy cùng các đặc điểm như nhau, các hộ ở đô thị có mức thu nhập bình quân hộ cao hơn ở nông thôn là 23%, và khả năng rơi vào nghèo thấp hơn ở nông thôn là 12.5%. Điều đó cho thấy cơ hội thoát nghèo và nâng cao mức sống dễ dàng hơn ở đô thị và đó cũng là điều lý giải cho hiện tượng các hộ nông thôn di dân ra đô thị tìm kiếm sinh kế tốt hơn. Ngoài ra, nghiên cứu này cũng khẳng định rằng với đặc điểm hộ như nhau thì các hộ sống ở vùng núi Tây Bắc có mức thu nhập thấp hơn và khả năng rơi vào nghèo cao hơn một số vùng khác như Đồng Bằng Sông Hồng, Tây và Đông Nam Bộ. Điều đó cho thấy điều kiện địa lý bất lợi và cơ sở hạ tầng yếu kém của Tây Bắc là nguyên nhân giải thích cho sự chênh lệch mức sống nói trên.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Mục đích chính của nghiên cứu này nhằm xem xét vai trò của chất lượng quản trị công cấp tỉnh tới mức sống hộ gia đình ở Việt Nam. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2016 và dữ liệu cập nhật từ cuộc Khảo Sát Mức Sống Dân Cư ở Việt Nam năm 2016 với số quan sát 46.000 hộ gia đình mang tính đại diện quốc gia và cho từng miền và vùng. Bằng việc kết hợp dữ liệu cấp độ tỉnh và hộ, nghiên cứu này đã lượng hóa tác động của quản trị công của tỉnh có ảnh hưởng ra sao tới mức sống dân cư, trong khi có kiểm soát các đặc điểm hộ và vùng miền.

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng kinh tế lượng về tác động tích cực của chất lượng quản trị công cấp tỉnh tới nâng cao thu nhập và tăng khả năng thoát nghèo của hộ gia đình ở Việt Nam. Điều đó hàm ý rằng việc tiếp tục duy trì và nâng cao hơn nữa chất lượng điều hành và quản trị nhà nước cấp tỉnh có tác động tích cực tới việc nâng cao mức sống dân cư. Để cải thiện chỉ số chất lượng quản trị công cấp tỉnh hay chỉ số PCI, các tỉnh cần cải thiện hàng loạt chỉ số thành phần của PCI và do vậy, mỗi chính quyền tỉnh cần tham khảo bộ chỉ số thành phần để xem xét lĩnh vực nào yếu kém hơn để tập trung ưu tiên cải thiện, và qua đó sẽ nâng cao được chất lượng

quản trị công cấp tỉnh (Tran & cộng sự, 2016). Về cơ chế lý giải cho tác động tích cực của quản trị công cấp tỉnh đã được thảo luận ở cả phần tổng quan tài liệu và phần kết quả. Điều quan trọng hơn cả là nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng khoa học khẳng định mối quan hệ tích cực giữa quản trị công cấp tỉnh và mức sống dân cư ở Việt Nam.

Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng tiếp tục khẳng định các kết quả nghiên cứu trước đây ở Việt Nam cũng như các nước đang phát triển về tầm quan trọng của giáo dục, việc làm phi nông nghiệp và đất đai tới mức sống dân cư. Phát hiện trong nghiên cứu của chúng tôi tiếp tục cung cấp những hàm ý chính sách về vai trò giáo dục trong nâng cao mức sống cho người dân, và đặc biệt là các chính sách hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho hộ gia đình chuyển đổi sinh kế sang các hoạt động phi nông nghiệp. Bên cạnh đó, trong điều kiện đất đai canh tác ngày càng suy giảm do dân số tăng nhanh và đô thị hóa thì chính sách của nhà nước giúp nâng cao hiệu suất canh tác là giải pháp quan trọng nâng cao mức sống cho nhiều hộ nông dân sinh kế gắn liền với đất đai.

Sau cùng, nghiên cứu này có một số hạn chế nhất định. *Thứ nhất*, việc sử dụng dữ liệu chéo khiến kết quả nghiên cứu không đề cập được sự biến động theo thời gian của các biến số. *Thứ hai*, việc sử dụng mô hình hồi quy với dữ liệu chéo sẽ không kiểm soát được những nhân tố không quan sát được và không biến đổi theo thời gian. Tuy nhiên, hạn chế trên bắt nguồn từ các lý do khách quan. Do mẫu khảo sát của VHLSS 2016 là 46.000 hộ, trong khi mẫu các năm trước là 9400 hộ, nên chúng tôi không thể tạo ra mảng dữ liệu cân bằng với số hộ đủ lớn để áp dụng phương pháp ảnh hưởng cố định (fixed effects estimator). Đặc biệt, mẫu VHLSS 2016 không có các hộ năm 2014 để tạo thành dữ liệu mảng. Trong khi đó, mục đích quan trọng nữa của nghiên cứu này là cung cấp bằng chứng với số liệu cập nhật và mẫu lớn nhất của năm 2016. Mặc dù có các hạn chế trên, chúng tôi cho rằng phát hiện quan trọng nhất của nghiên cứu này là việc khẳng định tầm quan trọng của chất lượng quản trị công cấp tỉnh với mức sống của hộ, khi mô hình đã kiểm soát các biến quan trọng trong ước lượng.

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển Khoa học và Công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số 502.99-2015.10.

Ghi chú:

1. Các chỉ số thành phần của PCI các năm 2015 và 2016 có mức độ đa cộng tuyến khá cao, với hệ số tương quan của 4 cặp chỉ số từ 0,5 tới 0,7.
2. Cách tính như sau: giả sử 10% tăng thêm trong PCI, tương ứng mức tăng trong logarit tương ứng của PCI là $\log(1.1) = 0.09531$, và khi đó mức xác suất thay đổi rơi vào nghèo là: $\log(0.014) * \log(1.1) = -0.41 = -41\%$ (xem thêm cách tính ở Long, 1997).
3. Tính bằng: $OR-1=0,878-1=0,122$ (xem thêm cách giải thích hệ số và tỷ suất tương đối tại Long, 1997).

Tài liệu tham khảo

- Attridge, A., Nachuk, S. & Dung, D.V. (2002), *Poverty task force: Ensuring good governance for poverty reduction*, The government of Vietnam, Hanoi, Vietnam.
- Barro, R.J. (1991), 'Economic growth in a cross section of countries', *Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.
- Brinkerhoff, D.W. (2008), 'The state and international development management: Shifting tides, changing boundaries, and future directions', *Public Administration Review*, 68(6), 985-1001.
- Blundell, R. & Stoker, T. M. (2005), 'Heterogeneity and aggregation', *Journal of economic literature*, 43(2), 347-391.
- Cameron, A.C. & Trivedi, P.K. (2005), *Microeconometrics: methods and applications*, Cambridge University Press, New York, USA.
- Campos, N.F. & Nugent, J.B. (1999), 'Development performance and the institutions of governance: evidence from East Asia and Latin America', *World Development*, 27(3), 439-452.
- Nguyen, C.V. (2008), 'Is a governmental micro-credit program for the poor really pro-poor? Evidence from

- Vietnam', *The Developing Economies*, 46(2), 151-187.
- Eric, C., Chetwynd, F. & Spector, B. (2003), *Corruption and Poverty: A review of recent literature*, Management Systems International, Washington, DC, USA.
- Glewwe, P. (1991), 'Investigating the determinants of household welfare in Côte d'Ivoire', *Journal of Development Economics*, 35(2), 307-337.
- GSO (2013), *Poverty Profile*, General Statistical Office, Hanoi, Vietnam.
- Ha, T.T. & Hanh, L.T.V. (2013), 'Identifying the public administration reform performance through the lens of provincial competitiveness Index and GDP per capita in Vietnam', *Morden Economy*, 4(3), 11-15.
- Haq, R., Zia, U. & Arif, G. (2006), 'Governance and pro-poor growth: evidence from Pakistan', *The Pakistan Development Review*, 45(4), 761-776.
- Jairo, A.A., Nguyen, C.V., Anh, T. & Phung, T.D. (2015), 'The urban-rural gap in governance and public administration: evidence from Vietnam', *International Public Management Review*, 16(1), 165-191.
- Krueger, A.O. (1974), 'The political economy of the rent-seeking society', *The American Economic Review*, 64(3), 291-303.
- Long, J.S. (1997), *Regression models for categorical and limited dependent variables*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Malesky, E.J. (2007), *The Vietnam provincial competitive index 2007: measuring economic governance for private sector development*, USAID and VCCI, Hanoi, Vietnam.
- Nguyen, S.H. & Tran, T.Q. (2014), 'Nâng cao mức sống dân cư trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam', *Tạp chí Kinh Tế và Kinh Doanh*, 30(1), 30-38.
- North, D.C. (1994), 'Economic performance through time', *The American Economic Review*, 85(3), 359-368.
- North, D.C. (1995), 'The new institutional economics and third World Development', In Harriss, J., Hunter, J. & Lewis, M. (Eds.), *The new institutional economics and third world development*, Routledge, London, UK.
- Oginni, A., Ahonsi, B. & Ukwuije, F. (2013), 'Are female-headed households typically poorer than male-headed households in Nigeria?', *The Journal of Socio-Economics*, 45(2), 132-137.
- Sáez, L. (2012), *Methods in governance research: a review of research approaches*, ESID Working Paper No. 17, School of Oriental and African Studies, Manschester, UK.
- Sittha, P.V. (2012), 'Governance and poverty reduction in Thailand', *Morden Economy*, 3(5), 487-497.
- Stiglitz, J.E. (2002), *Globalization and Discontents*, Norton, New York.
- Tebaldi, E. & Mohan, R. (2010), 'Institutions and poverty', *The Journal of Development Studies*, 46(6), 1047-1066.
- Tran, T.Q. (2014), 'A review on the link between nonfarm employment, land and rural livelihoods in developing countries and Vietnam', *Ekonomski horizonti*, 16(3), 113-123.
- Tran, 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.
- Tran, T.Q., Lim, S., Cameron, M.P. & Van, H.V. (2014), 'Farmland loss and livelihood outcomes: a microeconomic analysis of household surveys in Vietnam', *Journal of the Asia Pacific Economy*, 19(3), 410-423.
- Tran, T.Q., Nguyen, S.H., Van, H.V. & Nguyen, V.Q. (2015), 'A note on poverty among ethnic minorities in the North-West region of Vietnam', *Post-Communist Economies*, 27(2), 268-281.
- Tran, T.Q., Huong, V.V., Doan, T. & Tran, H.D. (2016), 'Corruption, provincial institutions and manufacturing firm productivity: New evidence from a transitional economy', *Estudio de Economia*, 43(2), 199-215.
- UNDP (2011), *Social services for human development: Vietnam human development report 2011*, United Nations Development Programme, Hanoi, Vietnam.
- Van den Berg, M. & Nguyen, V.C. (2011), 'Impact of public and private cash transfers on poverty and inequality: Evidence from Vietnam', *Development Policy Review*, 29(6), 689-728.
- VCCI & USAID (2016), *The Provincial Competitiveness Index (PCI) 2016*, The Viet Nam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) and the U.S. Agency for International Development (USAID), Hanoi, Vietnam.
- WB (2012), *2012 Vietnam poverty assessment - Well begun, not yet done: Vietnam's remarkable progress on poverty reduction and the emerging challenges*, The World Bank, Washington DC.
- WB (2017), *Vietnam: Overview*, retrieved on February, 5th 2018, from <<http://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview>>.
- Wooldridge, J.M. (2013), *Introductory econometrics: A modern approach* (5 ed.), South-Western Cengage Learning, Mason, OH.

ĐÁNH GIÁ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN TỶ LỆ THANH KHOẢN CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Thái Văn Đại

Khoa Kinh tế - Đại học Cần Thơ

Email: tvdai@ctu.edu.vn

Trần Việt Thanh Trúc

Email: tructran1607@gmail.com

Ngày nhận: 04/8/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/10/2017

Ngày duyệt đăng: 01/02/2018

Tóm tắt:

Mục tiêu của bài viết là nghiên cứu các nhân tố tác động và mức độ ảnh hưởng đến tỷ lệ thanh khoản tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình tác động cố định - FEM ước lượng tỷ lệ thanh khoản của 24 ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 10 năm (2006-2015). Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến quy mô ngân hàng (SIZE), tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn (CAP), rủi ro tín dụng (LLP), tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản (TLA), tỷ lệ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) là những nhân tố tác động ngược chiều và có ý nghĩa thống kê đến tỷ lệ thanh khoản. Riêng biến khả năng sinh lợi (ROE) có tác động cùng chiều đến tỷ lệ thanh khoản của các ngân hàng thương mại.

Từ khóa: Tỷ lệ thanh khoản, rủi ro thanh khoản, ngân hàng thương mại Việt Nam.

Determinants Influencing Liquidity Ratios of Vietnamese Commercial Banks

Abstract:

This paper is to analyze determinants impacting on liquidity ratios of Vietnamese commercial banks. FEM model is used to estimate liquidity ratio of 24 commercial banks in Vietnam for the period from 2006 to 2015. The results reveal that bank size (SIZE), bank capital on resources (CAP), credit risk (LLP), loan on asset ratio (TLA), and economic growth (GDP) are negatively related to liquidity ratios. However, return on equity ratio (ROE) has a positive relationship with liquidity ratio.

Keywords: Liquidity ratio, liquidity risk, Vietnamese commercial banks.

1. Giới thiệu

Kể từ năm 1988, hệ thống ngân hàng Việt Nam thực hiện đổi mới, các ngân hàng thương mại đã có bước phát triển cả về chất và lượng, nhưng vấn đề rủi ro thanh khoản vẫn chưa được quan tâm đúng mức vì các ngân hàng chỉ quan tâm nhiều đến việc tăng trưởng tín dụng. Các vụ rủi ro thanh khoản, tiêu biểu là những vụ rút tiền ồ ạt tại các ngân hàng như ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu năm 2003, ngân hàng thương mại cổ phần Ninh Bình năm 2005 và gần đây là tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu năm 2012 đã cảnh báo vấn đề rủi ro thanh

khoản tại các ngân hàng.

Việc nghiên cứu vấn đề thanh khoản trong hệ thống ngân hàng là rất cần thiết vì để các ngân hàng thương mại nhận diện được các nhân tố ảnh hưởng đến thanh khoản và rủi ro thanh khoản. Trên thế giới đã có không ít nghiên cứu về vấn đề thanh khoản và rủi ro thanh khoản của ngân hàng thương mại nhằm tìm ra các nhân tố tác động đến thanh khoản như nghiên cứu của Aspachs & cộng sự (2005), Bonin & cộng sự (2004), Diana (2013)... Tại Việt Nam, cũng có một số tác giả cũng nghiên cứu về vấn đề này như Trương Quang Thông (2013), Trương Quang

Thông & Phạm Minh Tiến (2014) và Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016). Tuy nhiên, trong các nghiên cứu này, các tác giả sử dụng các biến đưa vào mô hình phân tích có khác nhau và số liệu của ngân hàng được lấy ở các giai đoạn cũng khác nhau. Nghiên cứu của Trương Quang Thông (2013) xem xét rủi ro thanh khoản bằng mô hình “khe hở tài trợ” có các nhân tố bên ngoài và các nhân tố bên trong ngân hàng và số liệu của ngân hàng ở giai đoạn 2002-2011. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016) sử dụng các biến độc lập là quy mô ngân hàng, tỷ lệ vốn chủ sở hữu, khả năng sinh lời, lãi suất biên, rủi ro tín dụng, nhưng không có đề cập yếu tố tăng trưởng (GDP).

Nghiên cứu này cũng dựa trên những nghiên cứu trước nhưng gắn với điều kiện kinh tế vĩ mô và tình hình hoạt động của các ngân hàng thương mại trong giai đoạn (2006-2015). Đây là giai đoạn các ngân hàng gặp nhiều khó khăn do tác động của kinh tế suy thoái và có sự tái cấu trúc của hệ thống ngân hàng. Nghiên cứu này sử dụng số liệu của 24 ngân hàng thương mại cổ phần trong nước giai đoạn 2006-2015 để đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ lệ thanh khoản của các ngân hàng thương mại.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Tỷ lệ thanh khoản

Hiện nay có nhiều cách đo lường tỷ lệ thanh khoản, nghiên cứu của một số tác giả như Aspachs & cộng sự (2005), Rychtárik (2009), Praet & Herzberg (2008) đã sử dụng tỷ số sau:

$$\text{Tỷ lệ thanh khoản} = \frac{\text{Tài sản thanh khoản}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ số này phản ánh về khả năng thanh khoản của ngân hàng. Tức là trong tổng tài sản của ngân hàng, tỷ trọng tài sản thanh khoản là bao nhiêu. Tỷ số này cao tức là khả năng thanh khoản của ngân hàng tốt.

2.1.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Tác động của quy mô ngân hàng đến tỷ lệ thanh khoản

Tỷ lệ thanh khoản có liên quan đến quy mô ngân hàng (Giannotti & cộng sự, 2010; Deléchat & cộng sự, 2012; Malik & Rafique, 2013; Trương Quang Thông, 2013; Nguyễn Thị Mỹ Linh, 2016). Tuy nhiên, tác động của quy mô ngân hàng đến tỷ lệ thanh khoản tại các ngân hàng lại có sự khác nhau ở nhiều nghiên cứu. Có nghiên cứu cho rằng những ngân hàng nhỏ thường duy trì một tỷ lệ thanh khoản

cao (Aspachs & cộng sự, 2005). Ngoài ra, Deléchat & cộng sự (2012), khi nghiên cứu tỷ lệ thanh khoản tại các ngân hàng khu vực Trung Mỹ, Panama và Cộng hòa Dominican, đã tìm thấy tác động rất mạnh và ngược chiều giữa quy mô ngân hàng và tỷ lệ thanh khoản.

Ngược lại, có nghiên cứu cho rằng những ngân hàng có quy mô lớn thường duy trì tỷ lệ thanh khoản cao (Rauch & cộng sự, 2010; Malik & Rafique, 2013).

Tác động của hệ số vốn trên tổng tài sản đến tỷ lệ thanh khoản

Kết quả nghiên cứu của Bunda & Desquilbet (2008) tại 36 quốc gia có nền kinh tế mới nổi, trong đó có Việt Nam, giai đoạn 1995-2000, với dữ liệu thu thập từ 1107 ngân hàng thương mại đã cho thấy hệ số vốn được đo lường bằng vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản có tác động cùng chiều lên tỷ lệ thanh khoản.

Tuy nhiên, Horvath & cộng sự (2012) nhấn mạnh rằng đối với các ngân hàng có tỷ lệ vốn chủ sở hữu nhỏ, dưới sức ép của Basel III lại thường duy trì một tỷ lệ thanh khoản cao. Điều này trùng khớp với kết quả nghiên cứu của Diana (2013) khi khảo sát tại 5715 ngân hàng thuộc châu Âu và Thụy Sĩ giai đoạn 2007-2011.

Tác động của lợi nhuận đến tỷ lệ thanh khoản

Trong nghiên cứu của Valla & Saes (2006) đã chỉ ra rằng lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu có tác động ngược chiều với tỷ lệ thanh khoản, tức là những ngân hàng sở hữu lợi nhuận và mức tăng trưởng lợi nhuận lớn sẽ có tỷ lệ thanh khoản thấp.

Tuy nhiên, Rauch & cộng sự (2010) khi nghiên cứu các yếu tố tác động đến khả năng thanh khoản của 457 ngân hàng tại Đức giai đoạn 1997-2006, đã kết luận sự gia tăng lợi nhuận sẽ làm tăng thanh khoản. Một nghiên cứu khác của Vovadá (2013) tại các ngân hàng ở Hungary trong giai đoạn 2001-2010 cũng tìm thấy tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu (ROE) có tác động cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản,

Tác động của rủi ro tín dụng đến tỷ lệ thanh khoản

Trong nghiên cứu của Malik & cộng sự (2013) tại 26 ngân hàng ở Pakistan từ 2007 đến 2011, đã kết luận: rủi ro tín dụng có tác động ngược chiều đến tỷ lệ thanh khoản. Kết quả cũng chỉ ra rằng nếu ngân hàng có rủi ro tín dụng cao thì khả năng thanh khoản bị giảm sút nghiêm trọng.

Tác động của tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản đến

tỷ lệ thanh khoản

Nghiên cứu của Bonin & cộng sự (2004) tại 14 quốc gia thuộc 3 vùng Miền Trung và Đông Âu, Đông Nam Châu Âu và Nga từ 1995 đến 2010 đã cho thấy tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản có tác động cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản. Kết quả của Bonin & cộng sự (2004) cũng trùng với kết quả của Aspachs & cộng sự (2005): ngân hàng sẽ tăng thanh khoản khi cơ hội cho vay giảm và ngược lại.

Tác động của tăng trưởng GDP đến tỷ lệ thanh khoản

Môi trường kinh tế vĩ mô có ảnh hưởng đến tỷ lệ thanh khoản của ngân hàng (Aspachs & cộng sự, 2005; Vodová, 2013). Nghiên cứu của Isabelle & cộng sự (2011) cho thấy tăng trưởng GDP có tác động cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản. Tuy nhiên, nghiên cứu Bunda & Desquilbet (2008) thì có kết quả ngược lại.

Tác động của lãi suất biên đến tỷ lệ thanh khoản

Tỷ lệ thanh khoản có liên quan đến lãi suất biên (Vodová, 2011; Deléchat & cộng sự, 2012; Nguyễn Thị Mỹ Linh, 2016). Nghiên cứu của Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016) tại 19 ngân hàng thương mại Việt Nam từ 2007 đến 2014 đã cho thấy lãi suất biên (chênh lệch giữa lãi suất cho vay và lãi suất huy động) có tác động cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản. Những ngân hàng có lãi suất biên càng lớn tức là có lợi nhuận từ cho vay cao. Do đó, khả năng đối mặt với các rủi ro giảm nên duy trì tỷ lệ thanh khoản thấp

(Deléchat & cộng sự, 2012).

Tổng hợp từ những nghiên cứu trước có được hàm hồi quy sau:

$$LIQ_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 SIZE_{i,t} + \beta_2 CAP_{i,t} + \beta_3 ROE_{i,t} + \beta_4 LLP_{i,t} + \beta_5 TLA_{i,t} + \beta_6 GDP_t + \beta_7 IRM_t + \varepsilon_{i,t}$$

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu của bài nghiên cứu được thu thập từ các báo cáo tài chính đã được kiểm toán và công bố trên website của 24 ngân hàng thương mại từ 2006 đến 2015. Các ngân hàng này bao gồm đủ các loại: quy mô lớn như Vietcombank, Vietinbank, quy mô vừa như Sacombank, Pvbank, và nhỏ hơn như ngân hàng Kiên Long, Việt Á... Giai đoạn 2006-2015 nền kinh tế có nhiều ảnh hưởng đến hoạt động ngân hàng do suy thoái, đồng thời trong giai đoạn này Chính phủ cho tái cấu trúc hệ thống ngân hàng (từ năm 2011). Ngoài ra, bài nghiên cứu còn sử dụng số liệu thống kê của ngân hàng Thế giới.

2.2.2. Phương pháp phân tích số liệu

Trong nghiên cứu, thống kê mô tả được sử dụng để mô tả những đặc tính cơ bản của dữ liệu thu thập được như: tổng số mẫu quan sát, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất, giá trị lớn nhất.

Để phân tích hồi quy trên dữ liệu bảng, nghiên cứu đầu tiên sử dụng ma trận hệ số tương quan giữa các biến, sử dụng kiểm định Wooldridge (2002) để phát hiện hiện tượng tự tương quan, tiếp theo sử dụng kiểm định yếu tố phóng đại phương sai (VIP)

Bảng 1: Mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu

STT	Ký hiệu	Tên biến	Kỳ vọng	Nghiên cứu trước
Biến phụ thuộc				
1	LIQ _{i,t}	Tỷ lệ thanh khoản ngân hàng i năm t		
Biến độc lập				
2	SIZE _{i,t}	Quy mô ngân hàng i năm t	(-)	Diana (2013), Trương Quang Thông (2013)
3	CAP _{i,t}	Tỷ lệ vốn chủ sở hữu ngân hàng i năm t	(-)	Diana (2013), Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016)
4	ROE _{i,t}	Khả năng sinh lợi ngân hàng i năm t	(+)	Aspach & cộng sự (2005), Bonfim & Kim (2012)
5	LLP _{i,t}	Rủi ro tín dụng ngân hàng i năm t	(-)	Deléchat & cộng sự (2012), Malik & Rafique (2013)
6	TLA _{i,t}	Tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản ngân hàng i năm t	(-)	Aspach & cộng sự (2005)
7	GDP _t	Tỷ lệ tăng trưởng GDP năm t	(-)	Aspach & cộng sự (2005), Vodová (2011)
8	IRM _t	Lãi suất biên năm t	(-)	Deléchat & cộng sự (2012)

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ các nghiên cứu trước.

để phát hiện hiện tượng đa cộng tuyến. Sau cùng, nghiên cứu dùng kiểm định Hausman (1978) để lựa chọn giữa mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) và mô hình tác động cố định (FEM), kết quả cho thấy mô hình FEM là phù hợp với số liệu bảng trong nghiên cứu này. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng kiểm định Wald (Greene, 2000) để kiểm định phương sai sai số thay đổi để chọn mô hình nghiên cứu thích hợp.

Mô hình tác động cố định (FEM)

Với giả định mỗi đơn vị đều có những đặc điểm riêng biệt có thể ảnh hưởng đến các biến giải thích, FEM phân tích mối tương quan này giữa phần dư của mỗi đơn vị với các biến giải thích. Qua đó, nó kiểm soát và tách ảnh hưởng của các đặc điểm riêng biệt (không đổi theo thời gian) ra khỏi các biến giải thích để chúng ta có thể ước lượng những ảnh hưởng thực (net effects) của biến giải thích lên biến phụ thuộc.

Mô hình ước lượng sử dụng:

$$Y_{it} = C_i + \beta X_{it} + U_{it}^*$$

Trong đó

Y_{it} : thời gian (năm).

X_{it} : biến độc lập.

C_i ($i=1 \dots n$): hệ số chặn cho từng đơn vị nghiên cứu.

β : hệ số góc đối với nhân tố X.

U_{it} : phần dư.

3. Khái quát tình hình hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Trong thời gian gần đây, bên cạnh việc giảm tỷ lệ

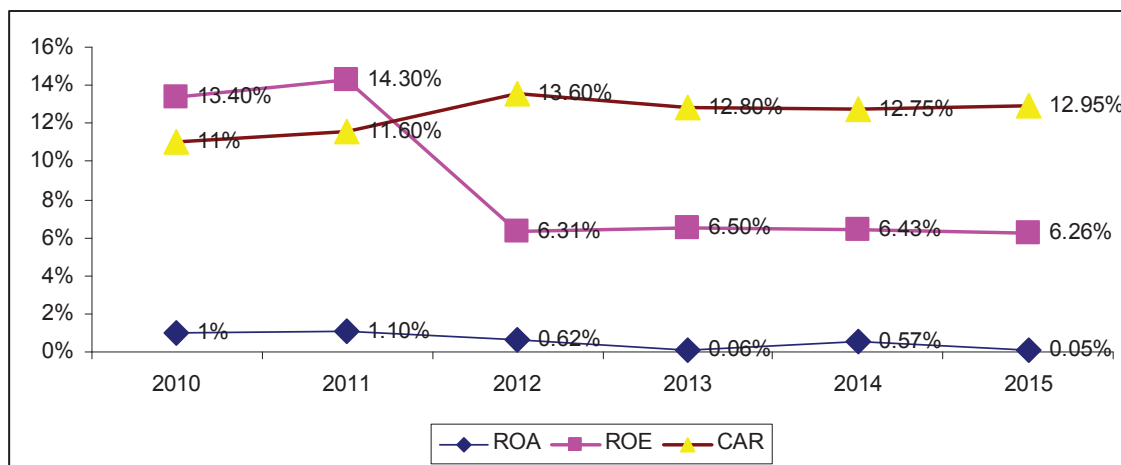
nợ xấu, các tổ chức tín dụng cũng nỗ lực cải thiện các tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động ngân hàng. Hệ số sinh lời trong hoạt động ngân hàng của toàn hệ thống năm 2015 thấp hơn so với các năm trước.

Từ Hình 1, hệ số sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) sụt giảm mạnh từ 14,3% (năm 2011) xuống còn 6,31% (năm 2012); và hệ số sinh lời trên tổng tài sản (ROA) cũng sụt giảm mạnh từ 1,1% (năm 2011) xuống còn 0,62% (năm 2012). Nguyên nhân là do trong giai đoạn này tình hình nợ xấu của các ngân hàng tăng làm cho lợi nhuận giảm. Trong bối cảnh hoạt động sản xuất trong nước vẫn còn khó khăn và các tổ chức tín dụng tiếp tục đẩy mạnh quá trình xử lý nợ xấu, các chỉ tiêu tài chính của toàn hệ thống như khả năng sinh lời của tài sản có (ROA) và vốn chủ sở hữu (ROE) đã có cải thiện nhưng còn thấp. Tính đến cuối năm 2015, ROA và ROE của toàn hệ thống lần lượt là 0,52% và 6,26%, giảm nhẹ so với năm 2014 (năm 2014 lần lượt là 0,57% và 6,43%). Theo thống kê của các tổ chức tài chính quốc tế, ROE và ROA của Việt Nam vẫn thuộc hàng thấp nhất trong khu vực (Hong Phúc, 2015).

Hình 1 cũng cho thấy tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu (CAR) ở mức 12,95% cuối tháng 12 năm 2015, tăng nhẹ so với mức 12,75% cuối năm 2014 và mức 12,8% cuối năm 2013. Tuy hệ số CAR cao hơn quy định của ngân hàng Nhà nước (CAR tối thiểu 9%) và hiệp ước vốn Basel II (CAR tối thiểu 8%) nhưng chưa phản ánh đầy đủ khả năng chống đỡ rủi ro của các ngân hàng vì rủi ro thị trường và rủi ro hoạt động chưa được đề cập đầy đủ.

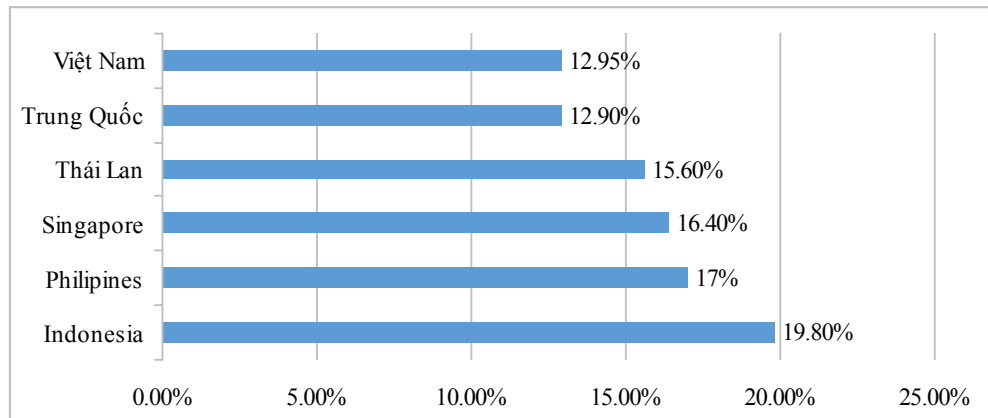
Hình 2 cho thấy hệ số CAR của ngân hàng Việt Nam gần như thấp nhất, tương đương với Trung

Hình 1: Một số chỉ tiêu tài chính của các ngân hàng thương mại giai đoạn 2010-2015



Nguồn: Ủy ban giám sát tài chính Quốc gia (2016).

Hình 2: Hệ số an toàn vốn của ngân hàng ở một số nước châu Á năm 2015



Nguồn: Ủy ban giám sát Tài chính Quốc gia (2016).

Quốc (12,90%). Ngay cả những nước có điều kiện kinh tế tương tự với Việt Nam như Indonesia cũng có CAR trung bình cao hơn, 19,80%; hay CAR của các ngân hàng Philippines là 17,00%; CAR các ngân hàng Singapore là 16,40% (các ngân hàng Singapore đã theo Basel III, các ngân hàng châu Á hầu hết đang hoạt động theo các tiêu chí của Basel II), CAR trung bình của ngân hàng Thái Lan là 15,60%.

Bên cạnh các chỉ tiêu về hệ số sinh lời và hệ số an toàn vốn, tỷ lệ vốn ngắn hạn cho vay trung dài hạn của hệ thống ngân hàng đến cuối 2015 là 31% cao hơn nhiều so với cuối 2014 (là 20,2%) và cuối 2013 (là 17,4%). Trong đó, ngân hàng thương mại Nhà nước tăng lên mức 33,36%, ngân hàng thương mại cổ phần đạt mức 36,9%. So với mức quy định trong Thông tư 36/2014/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước (2014) thì tỷ lệ vẫn nằm trong giới hạn cho phép của Ngân hàng Nhà nước (dưới 60%). Mới đây, Ngân hàng Nhà nước ban hành Thông tư 06/2016/TT-NHNN điều chỉnh tỷ lệ này giảm từ 60% xuống 50% ở năm 2017 và còn 40% ở năm 2018 (Ngân hàng Nhà nước, 2016).

Tóm lại, sau tiến trình cơ cấu lại các ngân hàng đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, mặc dù tiến độ còn chậm. Tính đến cuối năm 2015, số lượng các ngân hàng thương mại cổ phần đã giảm xuống còn 28 thông qua việc sáp nhập và hợp nhất. Tổng tài sản của các ngân hàng thương mại đạt 6.988 nghìn tỷ đồng, tăng khoảng 9,89%. Vốn điều lệ của các ngân hàng thương mại đạt 425 nghìn tỷ đồng. Tỷ lệ cấp tín dụng so với nguồn vốn huy động của toàn hệ thống là 87,96%. Tỷ lệ an toàn vốn đạt 12,95%. Tỷ lệ nợ xấu cuối năm 2015 giảm còn 2,55%. ROA cuối năm 2015 đạt 0,44% và ROE đạt 5,95% so với cùng kỳ tương ứng là 0,57% và 6,43% (Ủy ban giám sát tài chính Quốc gia, 2016).

4. Thảo luận kết quả

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Dữ liệu được thu thập từ 24 ngân hàng thương mại trong giai đoạn 2006-2015 với các thông số về thống kê được thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 2 cho thấy được giá trị lớn nhất, giá trị nhỏ nhất, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn của từng biến

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

Tên biến	Đơn vị tính	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
$LIQ_{i,t}$	%	23,78	11,32	5,57	61,04
$SIZE_{i,t}$	1.000 tỷ đ	7,37	0,62	5,55	8,78
$CAP_{i,t}$	%	11,74	6,92	3,80	46,26
$ROE_{i,t}$	%	11,10	7,57	-6,28	44,49
$LLP_{i,t}$	%	1,20	0,64	0,01	3,70
$TLA_{i,t}$	%	52,39	13,02	19,43	85,17
GDP_t	%	6,11	0,65	5,25	7,13
IRM_t	%	2,88	0,54	1,94	3,69

Nguồn: Kết quả phân tích của 240 quan sát.

trong mô hình, cụ thể như sau:

Tỷ lệ thanh khoản ($LIQ_{i,t}$) của các ngân hàng khá cao, có giá trị trung bình (23,78%) nằm trong giới hạn giá trị lớn nhất (61,04%) và giá trị nhỏ nhất (5,57%) với độ lệch chuẩn là (11,32%). Tỷ lệ này phản ánh đúng thực trạng kinh tế Việt Nam giai đoạn 2008-2014 với tỷ lệ lạm phát rất lớn, cụ thể theo Tổng cục thống kê (2009) thì chỉ số giá tiêu dùng (CPI) năm 2008 là 19,89%. Từ tình trạng này được chính phủ đưa ra nhiều biện pháp để giảm lạm phát: Năm 2008, Ngân hàng Nhà nước phát hành tín phiếu bắt buộc đối với các ngân hàng thương mại là 20.300 tỷ đồng để giảm lượng cung tiền trong lưu thông; đồng thời Ngân hàng Nhà nước quy định giới hạn tăng trưởng tín dụng đối với các ngân hàng là không quá 30% và không quá 17% ở năm 2012. Năm 2011, ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á có tỷ lệ thanh khoản cao nhất ($LIQ_{2011} = 61,04\%$), có tỷ lệ thanh khoản thấp nhất thuộc ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn ($LIQ_{2011} = 6,61\%$).

Trong giai đoạn này có một nghịch lý là các ngân hàng quy mô nhỏ thì mức độ thanh khoản cao hơn các ngân hàng quy mô lớn. Cụ thể, quy mô ngân hàng ($SIZE_{i,t}$)_ Logarit (Tổng dư nợ ngân hàng i năm t) đạt giá trị trung bình là (7,37), trong đó giá trị nhỏ nhất và giá trị lớn nhất lần lượt là (5,55 – 8,78), với độ lệch chuẩn là (0,62). Cụ thể, ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam có tổng dư nợ năm 2015 là 598.000 tỷ đồng mà tỷ lệ thanh khoản chỉ ở mức 0,11, nhỏ hơn rất nhiều so với tỷ lệ thanh khoản trung bình là 0,24. Vì trong giai đoạn này tình hình huy động vốn của các ngân hàng thương mại nhỏ gặp khó khăn do Ngân hàng Nhà nước quy định trần lãi suất huy động tối đa, cụ thể là 14% ở năm 2012. Do mặt bằng lãi suất huy động như nhau nên người gửi tiền chọn ngân hàng lớn gửi để yên tâm hơn. Chính vì vậy, các ngân hàng nhỏ cần có tỷ lệ thanh khoản cao để phòng ngừa rủi ro xảy ra.

Vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn ($CAP_{i,t}$) có giá trị trung bình là (11,74%), trong đó giá trị nhỏ nhất (3,80%) và giá trị lớn nhất (46,26%), với độ lệch chuẩn (6,92%). Cụ thể, ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu tỷ lệ vốn chỉ đạt 3,8%, thấp nhất so với các ngân hàng khác nhưng lại có tỷ lệ thanh khoản cao đạt 45,35% vào năm 2006 so với tỷ lệ thanh khoản trung bình là 23,778%. Bên cạnh đó, các ngân hàng khác có tỷ lệ vốn dao động gần mức trung bình như: ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á có tỷ lệ vốn là 18,59% vào năm 2008

và giảm dần xuống còn 6,81% vào năm 2015, nhưng vẫn luôn duy trì được tỷ lệ thanh khoản qua các năm từ 21,88% đến 61,04% ở mức cao hơn tỷ lệ trung bình.

Khả năng sinh lợi của ngân hàng ($ROE_{i,t}$) khá cao, có giá trị trung bình ($ROE = 11,10\%$). Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu có khả năng sinh lời cao nhất vào năm 2007 (44,49%) và tiếp tục duy trì khả năng sinh lời này với tỷ lệ rất cao qua các năm 2008-2011 ($ROE_{2008} = 31,53\%$; $ROE_{2009} = 24,63\%$; $ROE_{2010} = 21,74\%$; $ROE_{2011} = 27,49\%$). Vì vậy, trong giai đoạn này ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu luôn duy trì một tỷ lệ thanh khoản cao ($LIQ_{2007} = 45,9489\%$; $LIQ_{2008} = 35,7222\%$; $LIQ_{2009} = 26,9224\%$; $LIQ_{2010} = 23,2860\%$; $LIQ_{2011} = 33,8268\%$). Bên cạnh đó, ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn có khả năng sinh lời thấp nhất $ROE_{2011} = -6,28\%$ vì ngân hàng kinh doanh thua lỗ, do vậy năm 2011 tỷ lệ thanh khoản là $LIQ_{2011} = 6,6091\%$ và khả năng sinh lời qua các năm sau cũng rất thấp, cụ thể: $ROE_{2012} = 0,56\%$; $ROE_{2013} = 0,35\%$; $ROE_{2014} = 0,69\%$; $ROE_{2015} = 0,54\%$). Trong giai đoạn 2008-2012, tình hình kinh tế Việt Nam gặp nhiều khó khăn, các doanh nghiệp sản xuất có hàng tồn kho nhiều, không có khả năng trả nợ, ảnh hưởng làm tăng nợ xấu, giảm lợi nhuận của các ngân hàng.

Rủi ro tín dụng ($LLP_{i,t}$) của các ngân hàng có giá trị trung bình (1,20%), độ lệch chuẩn (0,64%), với giá trị nhỏ nhất $LLP_{2006} = 0,01\%$ của ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam, tương ứng với tỷ lệ thanh khoản cao của ngân hàng là $LIQ_{2006} = 24,59\%$; giá trị lớn nhất $LLP_{2008} = 3,70\%$ của ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam. Chỉ tiêu rủi ro tín dụng có tác động ngược chiều với tỷ lệ thanh khoản tại các ngân hàng thương mại.

Tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản ($TLA_{i,t}$) của các ngân hàng khá cao, bình quân chiếm 52,37%, trong đó giá trị nhỏ nhất (19,43%) và giá trị lớn nhất (85,17%), với độ lệch chuẩn (13,02%). Ngân hàng thương mại cổ phần Phương Đông có tỷ lệ này là 85,16%, cao nhất so với các ngân hàng khác; nhưng lại có tỷ lệ thanh khoản rất nhỏ đạt 6,44% vào năm 2008, trong khi tỷ lệ thanh khoản trung bình là 23,78%. Ngược lại, ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á, tỷ lệ cho vay chỉ đạt 19,43%, thấp nhất so với các ngân hàng khác nhưng lại có tỷ lệ thanh khoản cao nhất là 61,04% ở năm 2011. Ở Việt Nam các ngân hàng vẫn dựa vào hoạt động cho vay

để có lợi nhuận nên tỷ lệ cho vay luôn ở mức rất cao. Điều này sẽ ảnh hưởng lên tỷ lệ thanh khoản.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP) không được ổn định trong giai đoạn 2006-2015, do chịu tác động từ cuộc khủng hoảng tài chính ở Mỹ năm 2008. Đặc biệt, năm 2008-2015 là giai đoạn khó khăn nhất của kinh tế Việt Nam kể từ khi đổi mới toàn diện kinh tế (Tổng cục thống kê, 2016). Theo số liệu Tổng cục Thống kê, tốc độ GDP giai đoạn này tăng bình quân khoảng 6,12%, với tốc độ tăng trưởng cao nhất và thấp nhất được ghi nhận lần lượt là 7,13% (năm 2007) và 5,25% (năm 2012). Do khó khăn về kinh tế vĩ mô nên tăng trưởng dư nợ đạt mức khiêm tốn và đã tác động mạnh đến việc huy động vốn của các tổ chức tín dụng (Tổng cục Thống kê, 2016). Tương tự với GDP, lãi suất biên (IRM_t) cũng không ổn định, có giá trị trung bình là 2,88%, giá trị lớn nhất đạt 3,69% vào năm 2007 và giá trị nhỏ nhất là 1,94% năm 2010. Biến động theo xu hướng này sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận của các ngân hàng thương mại.

4.2. Kết quả ước lượng của mô hình FEM

Để ước lượng hồi quy số liệu bảng, có thể sử dụng nhiều mô hình, nhưng có hai mô hình phổ biến là mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) và mô hình tác động cố định (FEM). Nhưng khi dùng kiểm định Wooldridge thì phát hiện dữ liệu bảng của 24 ngân hàng thương mại có hiện tượng tự tương quan nên mô hình tác động ngẫu nhiên (REM) không phù hợp (Gujarati, 2004). Nên trong nghiên cứu này sử dụng mô hình FEM để phân tích.

Sau khi khắc phục hiện tượng tự tương quan, phương sai sai số thay đổi, và dùng lệnh Robust thì mô hình FEM cho kết quả ước lượng như Bảng 3.

Từ kết quả ước lượng ở Bảng 3 thì phương trình hồi quy có thể viết lại như sau:

$$LIQ_{i,t} = 146,4186 - 12,1327*SIZE_{i,t} - 0,2750*CAP_{i,t} + 0,3249*ROE_{i,t} - 2,3658*LLP_{i,t} - 0,4082*TLA_{i,t} - 1,6793*GDP_t + 0,3146*IRM_t$$

Biến rủi ro tín dụng LLP_{i,t}

Với mức ý nghĩa 10%, biến LLP_{i,t} có hệ số beta -2,3658, giá trị lớn nhất so với các biến có ý nghĩa thống kê còn lại, vậy rủi ro tín dụng là yếu tố quan trọng và tác động mạnh nhất đến tỷ lệ thanh khoản. Kết quả này cũng tương tự như trong các nghiên cứu của Délechat & cộng sự (2012), Malik & Rafique (2013), Trương Quang Thông & Phạm Minh Tiến (2014), Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016). Kết quả này phản ánh đúng tình hình thực tế của các ngân hàng Việt Nam, những ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu cao, đều là những ngân hàng có khó khăn về thanh khoản.

Biến quy mô ngân hàng SIZE_{i,t}

Biến quy mô ngân hàng có hệ số tương quan -12,1327, có ý nghĩa ở mức ý nghĩa 1%. Điều này cho thấy quy mô ngân hàng có tác động ngược chiều lên tỷ lệ thanh khoản, nhưng mức tác động không cao. Vì trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, quy mô ngân hàng tăng 1% thì tỷ lệ thanh khoản giảm 0,1213%. Mỗi tương quan này chỉ ra rằng những ngân hàng có quy mô nhỏ thường nắm giữ tỷ lệ thanh khoản cao hơn. Kết quả này cũng tương tự như trong các nghiên cứu của Délechat & cộng sự (2012), Vodová (2013), Diana (2013), Trương Quang Thông & Phạm Minh Tiến (2014), Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016). Tuy nhiên, nó lại đi ngược với kết quả của Rauch & cộng sự (2010), Malik & cộng sự (2013).

Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy những ngân hàng thương mại nhỏ thường chịu áp lực lớn về thanh khoản và rủi ro thanh khoản cao hơn những ngân hàng lớn vì những ngân hàng này có mạng lưới hẹp,

Bảng 3: Kết quả bảng hồi quy

LIQ_{i,t}	Hệ số hồi quy
Hằng số	146,4186***
SIZE _{i,t}	-12,1327***
CAP _{i,t}	-0,2750*
ROE _{i,t}	0,3249***
LLP _{i,t}	-2,3658*
TLA _{i,t}	-0,4082***
GDP _t	-1,6793**
IRM _t	0,3146
R ²	45,77%

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

Nguồn: Kết quả phân tích trên số liệu 24 ngân hàng thương mại

khả năng huy động vốn cũng kém hơn nên bắt buộc chúng phải duy trì tỷ lệ thanh khoản cao.

Biến tỷ lệ vốn CAP_{it}

Tại các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay, yếu tố vốn chủ sở hữu ngày càng quan trọng, hệ số Beta của biến CAP_{it} = -0,2750 có nghĩa là tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn có mối tương quan nghịch với tỷ lệ thanh khoản ở mức ý nghĩa thống kê 10%.

Kết quả này cũng tương tự như kết quả trong các nghiên cứu của Délechat & cộng sự (2012), Vodová (2013), Diana (2013), Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016). Tuy nhiên, nó lại ngược với kết quả của Aspachs & cộng sự (2005), Bonfim & Kim (2012), Trương Quang Thông & Phạm Minh Tiên (2014).

Biến khả năng sinh lợi ROE_{it}

Kết quả hồi quy cho thấy khả năng sinh lợi ROE có tương quan cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản với hệ số tương quan 0,3249 ở mức ý nghĩa 1%. Điều này phù hợp với các nghiên cứu của Aspachs & cộng sự (2005), Bonfim & Kim (2012). Kết quả này được lý giải như sau: những ngân hàng có lợi nhuận cao sẽ có khả năng bù đắp thanh khoản tốt và đồng thời tạo được uy tín trên thị trường để thu hút vốn huy động nên giúp những ngân hàng này ổn định tỷ lệ thanh khoản.

Biến tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản TLA_{it}

Kết quả hồi quy cho thấy tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản TLA tỷ lệ nghịch với tỷ lệ thanh khoản với hệ số tương quan -0,4082, ở mức ý nghĩa 1%. Điều này cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Vodová (2013). Vì để hạn chế rủi ro này, các ngân hàng phải tăng cường đầu tư vào các tài sản thanh khoản để góp phần trung hòa rủi ro. Vì vậy, mối quan hệ này là ngược chiều.

Biến tỷ lệ tăng trưởng GDP_t

Với mức ý nghĩa 5%, biến tỷ lệ tăng trưởng GDP có ý nghĩa thống kê với hệ số beta -1,6793, như vậy tỷ lệ tăng trưởng GDP có tác động ngược chiều với tỷ lệ thanh khoản. Kết quả này giống với các kết quả của Aspachs & cộng sự (2005), Vodová (2011) và Trương Quang Thông (2013). nhưng lại ngược với kết quả của Malik & cộng sự (2013), Diana (2013).

Khi kinh tế suy yếu, các ngân hàng có xu hướng tăng cường dự trữ thanh khoản để đối phó những biến động của thị trường. Điển hình như giai đoạn 2008-2009, tốc độ tăng trưởng GDP giảm từ 5,56% xuống còn 5,40%, ngân hàng thương mại cổ phần Nam Á đã

tăng tỷ lệ thanh khoản từ 19,79% lên 34,11%. Tương tự thì các ngân hàng thương mại An Bình, Tiên Phong và một số ngân hàng khác cũng có động thái như ngân hàng thương mại cổ phần Nam Á.

Biến lãi suất biên IRM_t

Với mức ý nghĩa 5%, biến lãi suất biên (IRM) không có ý nghĩa, nên chưa đủ cơ sở kết luận lãi suất biên này có ảnh hưởng đến tỷ lệ thanh khoản. Kết quả này giống với kết quả của Vodová (2011) khi phân tích các yếu tố quyết định tính thanh khoản của các ngân hàng thương mại ở Cộng hòa Séc từ 2001-2009.

Trong nghiên cứu này, do không có điều kiện để thu thập lãi suất biên của từng ngân hàng riêng lẻ mà chỉ sử dụng lãi suất biên của toàn hệ thống nên kết quả hồi quy chưa tìm thấy sự tương quan có ý nghĩa đến tỷ lệ thanh khoản.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu sử dụng mô hình FEM ước lượng tỷ lệ thanh khoản của 24 ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 10 năm (2006-2015). Kết quả tìm được khi nghiên cứu một số nhân tố tác động đến tỷ lệ thanh khoản của các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam gần tương đồng với các nghiên cứu trước đây và đa số phù hợp với kỳ vọng của giả thuyết. Kết quả phân tích cho thấy các biến quy mô ngân hàng, tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn, rủi ro tín dụng, tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản, tỷ lệ tăng trưởng GDP có tác động ngược chiều và có ý nghĩa thống kê đến tỷ lệ thanh khoản. Biến khả năng sinh lợi có tác động cùng chiều và có ý nghĩa đến tỷ lệ thanh khoản; và chưa đủ cơ sở để kết luận biên lãi suất biên có tác động đến tỷ lệ thanh khoản. Mức độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc theo thứ tự giảm dần như sau: rủi ro tín dụng ngân hàng (LLP), tỷ lệ tăng trưởng GDP, tỷ lệ cho vay trên tổng tài sản (TLA), khả năng sinh lợi (ROE), tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng nguồn vốn (CAP) và quy mô ngân hàng (SIZE).

5.2. Một số kiến nghị

Căn cứ vào kết quả ước lượng có được, bài viết đề xuất một số kiến nghị nhằm giúp các ngân hàng thương mại Việt Nam quản lý tốt thanh khoản như sau:

Nâng cao chất lượng tín dụng: Các ngân hàng cần giảm rủi ro tín dụng để có thể giảm rủi ro thanh khoản. Tuy nhiên, nếu chỉ tập trung vào giảm thiểu rủi ro tín dụng mà hạn chế tăng trưởng tín dụng

thì lợi nhuận ngân hàng sẽ giảm. Do vậy, các ngân hàng thương mại cần có kế hoạch cải thiện tỷ lệ tăng trưởng tín dụng một cách ổn định, bền vững với chất lượng tốt.

Đầu tư vào tài sản có tính thanh khoản cao: Ngân hàng thương mại thay vì dự trữ thanh khoản bằng tiền mặt thì có thể gửi tiền tại ngân hàng khác hoặc giấy tờ có giá có thanh khoản cao như tín phiếu kho bạc vì như vậy vừa sinh lời vừa đảm bảo khả năng thanh khoản khi cần thiết.

Tiếp tục tăng cường vốn chủ sở hữu và quy mô của ngân hàng: Hiện tại, còn nhiều ngân hàng có mức vốn chủ sở hữu và quy mô nhỏ như ngân hàng thương mại cổ phần Kiên Long, Việt Á, Nam Á...

Nên việc tăng vốn chủ sở hữu để tăng quy mô hoạt động và tăng khả năng huy động, đảm bảo an toàn hoạt động của ngân hàng.

Tăng cường hiệu quả kinh doanh: Từ kết quả ước lượng cho thấy tỷ lệ lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) có mối tương quan cùng chiều với tỷ lệ thanh khoản. Nên để nâng cao tỷ lệ thanh khoản thì các ngân hàng cần phải nâng cao quả hiệu kinh doanh. Đặc biệt, các ngân hàng cần đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ để có thêm nhiều nguồn thu khác thay vì quá lệ thuộc vào nguồn thu từ tín dụng vì hoạt động tín dụng rất nhạy cảm với biến động kinh tế.

Phụ lục 01: danh sách 24 ngân hàng thương mại Việt Nam

STT	Tên đầy đủ	Website
01	Ngân hàng TMCP Á Châu	http://www.acb.com.vn
02	Ngân hàng TMCP An Bình	http://www.abbank.vn
03	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	http://www.bidv.com.vn
04	Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam	http://www.eximbank.com.vn
05	Ngân hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM	http://www.hdbank.com.vn
06	Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam	http://www.msb.com.vn
07	Ngân hàng TMCP Phương Đông	http://www.ocb.com.vn
08	Ngân hàng TMCP Quân Đội	http://www.mbbank.com.vn
09	Ngân hàng TMCP Quốc Dân	http://www.ncb-bank.vn
10	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín	http://www.sacombank.com.vn
11	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Công Thương	http://www.saigonbank.com.vn
12	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội	http://www.shb.com.vn
13	Ngân hàng TMCP Sài Gòn	http://www.scb.com.vn
14	Ngân hàng TMCP Đông Nam Á	http://www.seabank.com.vn
15	Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam	http://www.techcombank.com.vn
16	Ngân hàng TMCP Quốc Tế	http://www.vib.com.vn
17	Ngân hàng TMCP Việt Á	http://www.vietabank.com.vn
18	Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam	http://www.vietcombank.com.vn
19	Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam	http://www.vietinbank.vn
20	Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng	http://www.vpb.com.vn
21	Ngân hàng TMCP Kiên Long	http://www.kienlongbank.com
22	Ngân hàng TMCP Nam Á	http://www.namabank.com.vn
23	Ngân hàng TMCP Bản Việt	http://www.vietcapitalbank.com.vn
24	Ngân hàng TMCP Xăng Dầu Petrolimex	http://www.pgbank.com.vn

Tài liệu tham khảo

- Aspachs, O., Nier, E. & Tiesset, M. (2005), 'Liquidity, banking regulation and the macroeconomics, proof of shares, bank liquidity from a panel the bank's UK-resident', *Bank of England working paper*, London School of Economics.
- Bonfim, D. & Kim, M. (2012), 'Liquidity risk in banking: Is there herding?', *Working papers*, Banco de Portugal, Portugal.
- Bonin, P., Hasan, I. & Wachtel, P. (2004), 'Privatization matters: Banking efficiency in transition countries', *Discussion Paper 8/2004*, BOFIT, Finland.
- Bunda, I. & Desquibet, J. (2008), 'The bank liquidity smile across exchange rate regimes', *International Economic*

Journal, 22, 361-386.

- Deléchat, C., Henao, C., Muthoora, P. & Vtyurina, S. (2012), 'The determinants of banks' liquidity buffers in central America', *IMF Working Paper*, IMF.
- Diana, T. (2013), 'Off – Balance sheet items in European banking: A panel data econometric model on risk and liquidity', master dissertation, Porto university, Portugal.
- Giannotti, C., Gibilaro, L. & Mattarocci, G. (2010), 'Liquidity Risk Exposure for Specialized and Unspecialized Real Estate Banks: Evidences from The Italian Market', *Econpapers*, retrieved on October 10th 2016, from < https://EconPapers.repec.org/RePEc:arz:wpaper:eres2010_240>.
- Greene, W. (2000), *Econometric analysis*, Prentice-Hall, USA.
- Gujarati, D. (2004), *Basic Econometrics*, 4th edition, McGraw Hill, Boston.
- Hausman, J.A. (1978), 'Specification test in econometrics', *Econometria*, 46(6), 1252-1271.
- Hồng Phúc (2015), *An toàn vốn tối thiểu của hệ của hệ thống tín dụng*, truy cập lần cuối ngày 20 tháng 10 năm 2016, từ <<http://thesaigontimes.vn/138905/An-toan-von-toi-thieu-cua-he-thong-tin-dung-1332.html>>.
- Horvath, R., Seidler, J. & Weill, L. (2012), 'Bank capital and liquiditycreation: Granger-causality evidence', *Working paper series No 1497*, European Central Bank.
- Isabelle, D., Caroline, R. & Amine, T. (2011), 'Bank capital buffer and liquidity: Evidence from US and European publicly traded banks', *Journal of Banking & Finance*, 37(9), 61.
- Malik, M. & Rafique, A. (2013), 'Commercial banks liquidity in Pakistan', *The Romanian Economic Journal*, 16, 139-153.
- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2014), *Thông tư 36/2014/TT-NHNN Qui định các giới hạn, tỷ lệ an toàn trong hoạt động của các Tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài*, ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2014.
- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2016), *Thông tư 06/2016/TT-NHNN Sửa đổi bổ sung một số điều của Thông tư 36/2014/TT-NHNN*, ban hành ngày 27 tháng 5 năm 2016.
- Nguyễn Thị Mỹ Linh (2016), 'Các yếu tố tác động đến tỷ lệ thanh khoản tại các ngân hàng thương mại Việt Nam', *Tap chí Ngân hàng*, 9, 22-26.
- Praet, J. & Herzberg, M. (2008), 'Market liquidity and banking liquidity: linkages, vulnerabilities and the role of disclosure', *Banque de France Financial Stability Review*, 95-109.
- Rauch, C., Steffen, S., Hackethal, A. & Tyrell, M. (2010), *Determinants of bank liquidity creation*, retrieved on July 6th 2015, from <<http://ssrn.com/abstract=1343595>>.
- Rychtárik, S. (2009), 'Liquidity scenario analysis in the Luxembourg banking sector', *Working papers No.41*, Central bank of Luxembourg, Luxembourg.
- Tổng cục thống kê (2009), *Niên giám thống kê 2008*, Nhà xuất bản thống kê, Hà nội
- Tổng cục Thống kê (2016), *Động thái và thực trạng Kinh tế - Xã hội Việt Nam 5 năm 2011-2015*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- Trương Quang Thông (2013), 'Các nhân tố tác động đến rủi ro thanh khoản của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam', *Tap chí Phát triển Kinh tế*, 276, 50-62.
- Trương Quang Thông & Phạm Minh Tiến (2014), 'Các nhân tố tác động đến rủi ro thanh khoản trường hợp các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam', *Tap chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*, 21, 33-35.
- Ủy ban giám sát tài chính Quốc gia (2016), *Báo cáo tổng quan thị trường tài chính*, Hà Nội.
- Valla, N. & Saes, B. (2006), 'Bank liquidity and financial stability', *Banque de France Financial Stability Review*, 89-104.
- Vodová, P. (2011), 'Liquidity of Czech commercial banks and its determinants', *International Journal of Mathematical Model and Method in Applied Sciences*, 5, 1060-1067.
- Vodová, P. (2013), *Determinants of commercial banks' liquidity in Hungary*, retrieved on October 10th 2016, from <<http://slu.cz/su/opf/cz/informace/acta-academica.../Vodova.pdf>>.
- Wooldridge, J.M. (2002), *Econometric analysis of cross section and panel data*, Cambridge, MA: MIT Pre, USA.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐẶC ĐIỂM QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN MỨC ĐỘ CÔNG BỐ THÔNG TIN TỰ NGUYỆN CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT Ở VIỆT NAM

Phạm Hoài Hương

*Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng
hoaihuongkt@gmail.com*

Trần Thùy Uyên

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

Ngày nhận: 04/8/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/9/2017

Ngày duyệt đăng: 05/1/2018

Tóm tắt:

Nghiên cứu nhằm nhận diện các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên dữ liệu được thu thập từ báo cáo thường niên của 100 công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam và sử dụng mô hình hồi qui đa biến. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 4 yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty có ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam, bao gồm: mức độ độc lập của hội đồng quản trị, tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị, tỷ lệ sở hữu quản lý, và tỷ lệ sở hữu nước ngoài. Từ đó, các qui định của nhà nước đối với công ty cần hướng đến tăng cường mức độ độc lập của hội đồng quản trị, khuyến khích thành viên nữ tham gia hội đồng quản trị, hạn chế sở hữu quản lý, và tạo điều kiện thu hút đầu tư nước ngoài vào Việt Nam nhằm cải thiện mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết.

Từ khóa: Công bố thông tin trên báo cáo thường niên; Công bố thông tin tự nguyện; Đặc điểm quản trị công ty.

Impact of Corporate Governance Characteristics on the Extent of Voluntary Disclosure in Annual Reports of Vietnamese Listed Firms

Abstract:

This paper is to investigate the impact of corporate governance characteristics on the extent of voluntary disclosure in annual reports of Vietnamese listed firms based on a random sample of 100 firms and using multiple linear regressions. The research result indicates four characteristics of corporate governance statistically associated with the voluntary disclosure level of Vietnamese listed firms, including independence of the board of directors, percentage of female members in the board of directors, managerial ownership, and foreign ownership. The implication is that government's company regulations should focus on enhancing independence of the board of directors, encouraging female members in the board of directors, reducing managerial ownership, and attracting foreign investment to improve listed firms' voluntary disclosure.

Keywords: *Disclosure in annual reports; voluntary disclosure; corporate governance characteristics.*

1. Giới thiệu

Minh bạch thông tin là một trong những yêu cầu cấp thiết của thị trường chứng khoán, giúp cho nhà đầu tư đưa ra quyết định đúng đắn. Cùng với sự phát triển của thị trường chứng khoán thế giới, tính minh bạch của thị trường chứng khoán Việt Nam đã dần được cải thiện. Các quy định bắt buộc về thông tin cần phải công bố đối với các công ty niêm yết ngày càng được hoàn thiện theo hướng minh bạch hóa thị trường chứng khoán. Tuy nhiên, các đối tượng tham gia trên thị trường chứng khoán vẫn có nhu cầu thông tin ngoài các thông tin bắt buộc. Các doanh nghiệp cũng tự nguyện công bố thêm thông tin với các động cơ khác nhau. Theo lý thuyết đại diện, thông tin nào được doanh nghiệp lựa chọn công bố tự nguyện là vấn đề của quản trị công ty. Bài viết nhằm trả lời câu hỏi nghiên cứu “Các yếu tố nào thuộc đặc điểm quản trị công ty ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam?”.

Nghiên cứu thuộc chủ đề này ở Việt Nam đã được thực hiện trước đây như Vu (2012), Pham & Do (2015), và Nguyễn Thị Thu Hào (2015). Tuy nhiên, kết quả của các nghiên cứu này không giống nhau. Nghiên cứu của Vu (2012) cho thấy mức độ độc lập của hội đồng quản trị, sở hữu quản lý và sở hữu nhà nước là các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty có ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam; trong khi kết quả nghiên cứu của Pham & Do (2015) và Nguyễn Thị Thu Hào (2015) kết luận sở hữu nước ngoài là yếu tố ảnh hưởng duy nhất thuộc đặc điểm quản trị công ty. Các kết quả nghiên cứu khác nhau cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện thay đổi theo thời gian, hoặc có thể do phạm vi nghiên cứu của các nghiên cứu trên khác nhau, cụ thể: Vu (2012) nghiên cứu các công ty niêm yết trên cả 2 sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX) và Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE); Nguyễn Thị Thu Hào (2015) chỉ nghiên cứu trong phạm vi các công ty niêm yết trên HOSE; trong khi nghiên cứu của Pham & Do (2015) chỉ giới hạn trong phạm vi các công ty niêm yết thuộc lĩnh vực sản xuất. Ở Việt Nam những năm gần đây, khi thị trường chứng khoán ngày càng phát triển và đi vào hoạt động ổn định thì các quy định về công bố thông tin đối với các công ty niêm yết cũng thay đổi để phù hợp với sự phát triển của thị trường chứng khoán. Do đó, danh mục thông tin “tự nguyện” cũng thay đổi theo thời gian. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xem xét mức độ công bố thông tin tự nguyện

cũng như ảnh hưởng của đặc điểm quản trị công ty đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trong bối cảnh hiện tại của nền kinh tế Việt Nam. Bên cạnh đó, tỉ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị, một vấn đề ngày càng được quan tâm trong cơ cấu hội đồng quản trị, lần đầu tiên được đưa vào mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của đặc điểm quản trị công ty đến công bố thông tin tự nguyện. Kết quả nghiên cứu giúp gợi ý các chính sách tác động tích cực đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam, góp phần cải thiện tính minh bạch thông tin của thị trường chứng khoán trong bối cảnh hiện tại.

Ở phần tiếp theo của bài viết (mục 2), các giả thuyết nghiên cứu được phát triển dựa trên lý thuyết đại diện và kết quả của các nghiên cứu thực nghiệm trước đây về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của doanh nghiệp. Thiết kế nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và hàm ý chính sách rút ra từ kết quả nghiên cứu lần lượt được trình bày ở các mục 3, 4 và 5.

2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Theo Meek & cộng sự (1995), công bố thông tin tự nguyện là công bố những thông tin vượt quá các quy định bắt buộc, những thông tin này được lựa chọn bởi những người quản lý công ty nhằm cung cấp các thông tin tài chính và các thông tin khác có liên quan đến nhu cầu của người sử dụng báo cáo tài chính của công ty. Việc lựa chọn thông tin công bố tự nguyện thuộc về chức năng quản trị công ty và có thể giải thích dựa trên lý thuyết đại diện.

Lý thuyết đại diện giải thích mối quan hệ giữa nhà quản lý và chủ sở hữu. Sự tách biệt giữa quyền sở hữu và quản lý của một công ty dẫn đến xung đột về lợi ích giữa các bên (Jensen & Meckling, 1976). Các đối tượng này đều có mục tiêu tối đa hóa lợi ích của mình nhưng không phải lúc nào lợi ích của họ cũng giống nhau. Sự bất đối xứng thông tin giữa các nhà quản lý và cổ đông không nắm quyền kiểm soát, trong đó những người quản lý công ty có lợi thế về thông tin hơn, làm cho các cổ đông khó có thể đánh giá sự đúng đắn của các quyết định được thực hiện bởi những người quản lý. Các nhà quản lý lợi dụng sự thiếu khả năng quan sát của chủ sở hữu để tham gia vào các hoạt động tối đa hóa lợi ích cá nhân của mình (Barako, 2007). Để bảo vệ quyền lợi của chủ sở hữu, hành vi của những người quản lý được kiểm soát thông qua cơ chế giám sát của quản trị doanh nghiệp và công bố thông tin bắt buộc. Tuy nhiên,

các nhà quản lý có thể có động cơ làm hài lòng cổ đông hay thể hiện năng lực quản lý thông qua công bố thêm thông tin tự nguyện.

Các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty thường được xem xét ở các nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin của doanh nghiệp bao gồm tính độc lập của hội đồng quản trị và cơ cấu sở hữu (sở hữu quản lý, sở hữu nhà nước, và sở hữu nước ngoài). Trong nghiên cứu này, “tỉ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị” là yếu tố mới được thêm vào do đây là vấn đề gần đây được một số nước quan tâm khi qui định về cơ cấu hội đồng quản trị như ở Na Uy và Pháp (ILO, 2015). Các giả thuyết về mối quan hệ giữa đặc điểm quản trị công ty được đặt ra dựa trên lý thuyết đại diện và kết quả các nghiên cứu thực nghiệm trước đây.

Mức độ độc lập của hội đồng quản trị và mức độ công bố thông tin tự nguyện

Theo lý thuyết đại diện, các thành viên độc lập trong hội đồng quản trị có thể giúp giám sát hoạt động của nhà quản lý tốt hơn, hạn chế được sự xung đột về lợi ích giữa người quản lý và sở hữu, cũng như tình trạng thông tin bất cân xứng. Yêu cầu ban giám đốc công bố thêm thông tin ngoài những thông tin bắt buộc trên báo cáo thường niên là một trong những cách hội đồng quản trị có thể áp dụng để tăng cường sự giám sát đối với những người quản lý công ty. Kết quả các nghiên cứu thực nghiệm của Cheng & Courtenay (2006) tại Singapore, Chau & Gray (2010) tại Hồng Kông, và Akhtaruddin & cộng sự (2009) tại Malaysia đã khẳng định mức độ độc lập của hội đồng quản trị ảnh hưởng cùng chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của doanh nghiệp. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau:

H1: Mức độ độc lập của hội đồng quản trị tác động thuận chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị và mức độ công bố thông tin tự nguyện

Thành viên nữ trong hội đồng quản trị tạo ra sự đa dạng cho hội đồng quản trị (Dutta & Bose, 2006). Smith & Edwards (1996) cho rằng các thành viên nữ có vai trò tích cực trong việc tạo dựng hình ảnh của doanh nghiệp trong nhận thức của cộng đồng, và điều này có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Một trong những cách làm cho cộng đồng hiểu rõ hơn về doanh nghiệp là tăng cường công bố thông tin tự nguyện. Giả thuyết nghiên cứu được đặt ra là:

H2: Tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị tác động thuận chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Sở hữu quản lý và mức độ công bố thông tin tự nguyện

Dựa trên lý thuyết đại diện, Jensen & Meckling (1976) cho rằng việc nắm giữ cổ phần của công ty có thể làm cho nhà quản lý phải quan tâm nhiều hơn về hiệu quả kinh tế từ các quyết định của họ, vì lợi ích của họ phụ thuộc vào giá trị công ty. Do đó, nhà quản lý có động cơ thao túng thông tin theo hướng có lợi cho họ và hạn chế cung cấp thông tin tự nguyện. Theo kết quả các nghiên cứu trước đây của Leung & Horwitz (2004) ở Hồng Kông, Akhtaruddin & cộng sự (2009) ở Malaysia, và Vu (2012) ở Việt Nam, tỉ lệ sở hữu quản lý càng cao thì mức độ công bố thông tin tự nguyện càng thấp. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đặt ra là:

H3: Tỷ lệ sở hữu của nhà quản lý tác động ngược chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Sở hữu nhà nước và mức độ công bố thông tin tự nguyện

Sở hữu nhà nước là một đặc trưng riêng biệt của nền kinh tế Việt Nam. Mặc dù quá trình cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước làm giảm bớt tỉ lệ sở hữu nhà nước ở các doanh nghiệp, tuy nhiên tỉ trọng sở hữu nhà nước trong nền kinh tế Việt Nam vẫn còn cao. Nghiên cứu của Vu (2012) và Zhang (2013) cho thấy mối quan hệ ngược chiều giữa tỉ lệ sở hữu nhà nước và mức độ công bố thông tin tự nguyện. Các nghiên cứu này có chung lập luận rằng sở hữu nhà nước chính là sở hữu toàn dân, do đó sẽ không có chủ sở hữu thực. Việc thiếu chủ sở hữu thực sẽ làm mất quyền kiểm soát trực tiếp từ chủ sở hữu, dẫn đến tham nhũng và quản trị doanh nghiệp yếu kém. Người quản lý sẽ hành động vì mục đích cá nhân hơn là lợi ích của chủ sở hữu, và hạn chế công bố thông tin nhằm che giấu những việc làm tiêu cực của họ. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đặt ra là:

H4: Tỷ lệ sở hữu nhà nước ảnh hưởng ngược chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Tỷ lệ sở hữu nước ngoài và mức độ công bố thông tin tự nguyện

Trong xu hướng hội nhập nền kinh tế thế giới, sở hữu nước ngoài trong các doanh nghiệp tại Việt Nam những năm gần đây có xu hướng tăng. Trong

bối cảnh Việt Nam là một nước có nền kinh tế đang phát triển, vấn đề về minh bạch thông tin còn hạn chế; tuy nhiên, phần lớn các nhà đầu tư nước ngoài lại đến từ các quốc gia phát triển, có yêu cầu cao về tính minh bạch của thông tin. Vì vậy, các công ty có tỉ lệ sở hữu nước ngoài càng cao thường công bố thông tin tự nguyện càng nhiều nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin của các cổ đông nước ngoài. Kết quả nghiên cứu của Ho & Tower (2011), Vu (2012), Pham & Do (2015), và Nguyễn Thị Thu Hào (2015) cũng cho thấy mối quan hệ cùng chiều giữa tỉ lệ sở hữu nước ngoài và mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau:

H5: Tỷ lệ sở hữu nước ngoài ảnh hưởng thuận chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Ngoài các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty, các nghiên cứu trước đây còn tìm thấy sự ảnh hưởng của các yếu tố khác đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các doanh nghiệp như khả năng sinh lời (Meek & cộng sự, 1995; Vu, 2012; và Nguyễn Thị Thu Hào, 2015), tỷ suất nợ (Barako & cộng sự, 2006; Zhang, 2013; và Vu, 2012), qui mô công ty (Brako & cộng sự, 2006; Vu, 2012, và Nguyễn Thị Thu Hào, 2015), và ngành nghề kinh doanh (Barako & cộng sự, 2006; Cooke, 1992; và Williams, 1998). Trong nghiên cứu này, các yếu tố trên được đưa vào mô hình nghiên cứu với vai trò là biến kiểm soát.

3. Thiết kế nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình hồi qui đa biến được sử dụng để nhận diện các đặc điểm của quản trị công ty ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Như vậy, biến phụ thuộc là mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty, các biến độc lập và biến kiểm soát chính là các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện như đã đề cập ở trên. Mô hình hồi qui đa biến có dạng tổng quát như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Trong đó:

Y: Mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty.

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty.

3.2. Đo lường biến phụ thuộc

Mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công

ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam được đo lường thông qua chỉ số công bố thông tin tự nguyện của các công ty (DI). Để đo lường chỉ số công bố thông tin tự nguyện, một danh mục thông tin tự nguyện được thiết lập. Nghiên cứu này sử dụng danh mục thông tin tự nguyện được thiết lập bởi Vu (2012) có điều chỉnh. Danh mục thông tin tự nguyện của Vu (2012) được xác định có cơ sở hợp lý. Đầu tiên, tác giả dựa vào các nghiên cứu nổi tiếng như nghiên cứu của Meek & cộng sự (1995), Ferguson & cộng sự (2002),... để xây dựng danh mục gồm 119 mục thông tin tự nguyện. Sau đó, tác giả đã gửi danh mục này cho các chuyên gia có ít nhất 5 năm kinh nghiệm kiểm toán báo cáo tài chính tại Việt Nam để tham khảo ý kiến. Tiếp theo, tác giả so sánh với các quy định của Việt Nam để loại bỏ những thông tin bắt buộc và rút ra được danh mục cuối cùng gồm 84 mục thông tin tự nguyện. Nghiên cứu này dựa vào danh mục thông tin được xây dựng bởi Vu (2012), loại trừ một số thông tin bắt buộc công bố theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC “Hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán” (Bộ tài chính, 2015). Danh mục cuối cùng gồm 60 mục thông tin tự nguyện, chia thành các nhóm như sau:

- Thông tin chung về doanh nghiệp và chiến lược;
- Thông tin tài chính và nguồn vốn doanh nghiệp;
- Thông tin dự báo trong tương lai;
- Thông tin về trách nhiệm xã hội;
- Thông tin về quản lý cấp cao.

Danh mục thông tin tự nguyện được dùng để đối chiếu với thông tin được công bố trên báo cáo thường niên của các công ty, từ đó xác định những thông tin nào trong danh mục được công bố và không được công bố bởi công ty. Trường hợp thông tin nào đó không được trình bày trên báo cáo thường niên của công ty thì xem xét thông tin đó có thực sự liên quan đến công ty không để xác định thông tin có liên quan nhưng không được công ty công bố hay không liên quan đến công ty. Như vậy, tổng số mục thông tin công ty có thể công bố (liên quan đến công ty) tối đa là 60. Chỉ số công bố thông tin tự nguyện được đo lường theo công thức sau:

$$DI_j = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} d_{ij}}{n_j}$$

Trong đó:

DI_j là chỉ số công bố thông tin của công ty j , $0 \leq DI_j \leq 1$;

d_{ij} nhận giá trị 1 nếu mục thông tin i được công bố,

Bảng 1: Đo lường các biến độc lập và biến kiểm soát

Biến độc lập/kiểm soát	Phương pháp đo lường
Mức độ độc lập của hội đồng quản trị	Số thành viên hội đồng quản trị không tham gia vào ban giám đốc / Tổng số thành viên hội đồng quản trị
Tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị	Số thành viên nữ trong hội đồng quản trị/ Tổng số thành viên hội đồng quản trị
Sở hữu quản lý	Tỷ lệ số cổ phần được sở hữu bởi ban giám đốc/ Tổng số cổ phần của công ty
Sở hữu nhà nước	Tỷ lệ số cổ phần được sở hữu bởi nhà nước/ Tổng số cổ phần của công ty
Sở hữu nước ngoài	Tỷ lệ số cổ phần được sở hữu bởi cá nhân, tổ chức nước ngoài / Tổng số cổ phần của công ty
Khả năng sinh lời	Lợi nhuận sau thuế / Tổng giá trị tài sản
Tỷ suất nợ	Nợ phải trả / Tổng giá trị tài sản
Quy mô doanh nghiệp	Logarit của Tổng doanh thu
Ngành nghề kinh doanh*	=1 nếu doanh nghiệp thuộc nhóm “high-profile”, =0 nếu doanh nghiệp thuộc nhóm “low-profile”

* “High-profile” là nhóm ngành thu hút nhiều sự quan tâm từ cộng đồng, bao gồm các ngành có liên quan đến các vấn đề về sức khỏe, môi trường và xã hội như: hóa chất, năng lượng và nhiên liệu, lâm nghiệp, rượu và thuốc lá, phương tiện truyền thông và thông tin liên lạc, khai thác mỏ, xây dựng, vận tải; “Low-profile” gồm các ngành còn lại, ít được chú ý bởi cộng đồng hơn (Cooke, 1992).

hoặc 0 nếu mục thông tin i không được công bố bởi công ty j ;

n_j là số lượng mục thông tin tự nguyện mà công ty j có thể công bố, $n_j \leq 60$.

3.3. Đo lường các biến độc lập và biến kiểm soát

Trong nghiên cứu này, các biến độc lập bao gồm: mức độ độc lập của hội đồng quản trị, tỷ lệ thành viên nữ tham gia hội đồng quản trị, sở hữu quản lý, sở hữu nhà nước và sở hữu nước ngoài. Các biến kiểm soát bao gồm: khả năng sinh lời, tỷ suất nợ, quy mô doanh nghiệp và ngành nghề kinh doanh. Cách đo lường các biến độc lập và biến kiểm soát được trình bày ở Bảng 1.

3.4. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được giới hạn trong phạm vi các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam (HNX và HOSE). Do vậy, tổng thể được xác định là các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, trừ các công ty thuộc lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm, chứng khoán, và ngân hàng vì các lĩnh vực kinh doanh này có đặc thù riêng và báo cáo tài chính được lập theo qui định riêng (Quyết định số 02/VBHN-NHNN của Ngân hàng nhà nước (2015). Tính đến thời điểm ngày 31/12/2015, trên cả 2 sàn giao dịch HNX và HOSE có tất cả 650 công ty niêm yết thỏa mãn điều kiện trên. Tuy nhiên, do giới hạn về thời gian, nghiên cứu này được tiến hành trên mẫu 100 công ty gồm 50 công ty niêm yết trên HNX

và 50 công ty niêm yết trên HOSE, chiếm tỷ lệ 15,38 % tổng thể. Cỡ mẫu thỏa mãn điều kiện lớn hơn 5 lần số biến độc lập và kiểm soát của mô hình. Cách chọn mẫu trên từng sàn giao dịch là ngẫu nhiên. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ báo cáo thường niên 2015 của 100 công ty được chọn mẫu.

4. Kết quả nghiên cứu

Mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, bao gồm chỉ số chung và chi tiết theo từng nhóm thông tin được trình bày ở Bảng 2.

Chỉ số công bố thông tin tự nguyện bình quân của các công ty niêm yết ở Việt Nam khá thấp, với tỉ lệ 37,93%. Tuy nhiên, so với kết quả nghiên cứu trước đây ở Việt Nam của Vu (2012) thì chỉ số trung bình này chỉ đạt 20,31% vào năm 2009. Điều này cho thấy mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam ngày càng được cải thiện.

Các nhóm thông tin đều có chỉ số công bố thông tin thấp, dưới 50%. Thông tin về doanh nghiệp và chiến lược là nhóm thông tin được các công ty công bố nhiều nhất (42,24%), tiếp theo là nhóm thông tin về trách nhiệm xã hội (41,02%). Nhóm thông tin về dự báo tương lai của doanh nghiệp ít được công bố nhất (26,55%). Điều này có thể do các công ty Việt Nam còn hạn chế về dự báo các hoạt động tương lai, hoặc hạn chế công bố thông tin này vì lo ngại đối

Bảng 2: Chỉ số công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết

Chỉ số công bố thông tin	Thấp nhất	Cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
DI (chỉ số chung)	0,02	0,86	0,3793	0,1968
Thông tin chung về doanh nghiệp và chiến lược	0,00	1,00	0,4224	0,2114
Thông tin tài chính	0,00	0,80	0,3609	0,2023
Thông tin dự báo tương lai	0,00	0,78	0,2655	0,1818
Thông tin trách nhiệm xã hội	0,00	0,95	0,4102	0,2619
Thông tin quản lý cấp cao	0,00	1,00	0,3250	0,3786

thủ cạnh tranh.

Chỉ số công bố thông tin tự nguyện khá khác biệt giữa các công ty niêm yết ở Việt Nam, dao động từ 2% đến 86% với độ lệch chuẩn 19,68%. Sự khác biệt này có thể được giải thích thông qua kết quả của mô hình hồi qui đa biến (Bảng 3), nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Mức độ độc lập của hội đồng quản trị ảnh hưởng thuận chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện (Sig = 0,047 < 0,05). Hội đồng quản trị có mức độ độc lập cao sẽ giúp cho việc giám sát hành vi của các nhà quản lý được tốt hơn, từ đó tạo ra một cơ chế quản trị doanh nghiệp hữu hiệu thông qua việc công bố thêm thông tin ngoài những thông tin bắt buộc. Kết quả này khẳng định giả thuyết H1 và phù hợp với lý thuyết đại diện.

Tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị có mối quan hệ thuận với mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty (Sig = 0,094 < 0,1). Tỷ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị càng cao thì mức độ công bố thông tin tự nguyện càng cao. Phụ nữ tham gia vào hội đồng quản trị tác động tích cực đến việc công bố thông tin của công ty, góp phần tạo dựng hình ảnh tốt cho công ty cũng như cải thiện tính minh bạch của thị trường chứng khoán. Như

vậy giả thuyết H2 đã được khẳng định bởi kết quả nghiên cứu.

Tỷ lệ sở hữu quản lý ảnh hưởng ngược chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của công ty (Sig = 0,073 < 0,1). Điều này cho thấy việc các nhà quản lý sở hữu cổ phiếu của công ty sẽ làm hạn chế công bố thông tin tự nguyện nhằm thao túng thông tin có lợi cho các cổ đông tham gia quản lý và có thể ảnh hưởng đến lợi ích của các cổ đông không tham gia quản lý công ty. Kết quả này khẳng định giả thuyết H3 và phù hợp với lý thuyết đại diện.

Tỷ lệ sở hữu nhà nước không ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam (Sig = 0,947 > 0,1); trong khi kết quả nghiên cứu của Vu (2012) cho thấy tỷ lệ sở hữu nhà nước có ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin của các công ty ở Việt Nam. Điều này có thể được xem là một dấu hiệu tích cực vì sở hữu nhà nước không còn là yếu tố cản trở minh bạch thông tin của các công ty ở Việt Nam. Như vậy giả thuyết H4 không được chấp nhận.

Tỷ lệ sở hữu nước ngoài tác động thuận chiều đến mức độ công bố thông tin tự nguyện (Sig = 0,005 < 0,05). Các công ty có tỷ lệ sở hữu nước ngoài càng cao thì mức độ công bố thông tin tự nguyện càng cao. Điều này cho thấy các cổ đông nước ngoài có nhu cầu về thông tin cao, do đó các công ty có

Bảng 3: Kết quả hồi quy đa biến

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa (Unstandardized Coefficients)		Hệ số chuẩn hóa (Standardized Coefficients)	Giá trị t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thông kê cộng tuyến (Collinearity Statistics)	
	B	Std. Error	Beta			Dung sai (Tolerance)	VIF
(Hằng số)	-1,068	0,254		-4,205	0,000		
Mức độ độc lập của HĐQT	0,181	0,090	0,168	2,015	0,047	0,949	1,054
Tỷ lệ nữ trong HĐQT	0,174	0,103	0,149	1,694	0,094	0,855	1,170
Sở hữu quản lý	-0,364	0,201	-0,160	-1,812	0,073	0,843	1,186
Sở hữu nhà nước	-0,005	0,067	-0,006	-0,067	0,947	0,751	1,332
Sở hữu nước ngoài	0,394	0,138	0,255	2,851	0,005	0,821	1,218
Tỷ suất sinh lời	-0,017	0,159	-0,010	-0,108	0,914	0,729	1,371
Tỷ suất nợ	-0,002	0,091	-0,003	-0,024	0,981	0,620	1,614
Quy mô doanh nghiệp	0,107	0,022	0,447	4,840	0,000	0,771	1,296
Ngành nghề kinh doanh	0,051	0,034	0,128	1,501	0,137	0,907	1,103

xu hướng đáp ứng nhu cầu này nhằm duy trì và thu hút đầu tư nước ngoài. Kết quả này khẳng định giả thuyết H5.

Quy mô công ty có mối quan hệ thuận chiều với mức độ công bố thông tin tự nguyện ($Sig = 0,000 < 0,05$). Các công ty có qui mô lớn thường có xu hướng tự nguyện công bố thông tin nhiều hơn nhằm thỏa mãn nhu cầu thông tin của nhiều bên liên quan, đồng thời làm giảm chi phí chính trị. Tỷ suất sinh lời trên tài sản không ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ($Sig = 0,914 > 0,1$). Điều này cho thấy các công ty có khả năng sinh lời cao ở Việt Nam ít có động cơ công bố thông tin tự nguyện, có thể do các công ty này không có nhu cầu “phát tín hiệu” với thị trường. Thông thường các công ty chỉ gây sự chú ý với các nhà đầu tư khi họ có nhu cầu huy động vốn thông qua thị trường chứng khoán. Tỷ suất nợ không ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam ($Sig = 0,981 > 0,1$). Nguyên nhân có thể do ở Việt Nam các doanh nghiệp huy động thêm vốn thông qua hệ thống ngân hàng phổ biến hơn là thông qua thị trường chứng khoán. Do đó, các doanh nghiệp chỉ cần đáp ứng nhu cầu thông tin cụ thể của ngân hàng vay vốn mà không cần phải cung cấp thông tin tự nguyện trên báo cáo thường niên để thu hút các nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán. Cuối cùng, ngành nghề kinh doanh không ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam ($Sig = 0,137 > 0,1$). Điều này cho thấy các công ty thuộc nhóm ngành “high-profile” mặc dù là những ngành có tác động nhiều đến môi trường nhưng không công bố thông tin tự nguyện nhiều hơn các công ty thuộc nhóm ngành “low-profile”. Nguyên nhân có thể do các nhà đầu tư, khách hàng hay nhà cung cấp ở Việt Nam chỉ chú trọng lợi nhuận hay lợi ích vật chất thu được từ giao dịch với doanh nghiệp mà chưa quan tâm đến trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp đối với cộng đồng khi đưa ra quyết định hợp tác. Do đó, các doanh nghiệp thuộc nhóm ngành “high-profile” không có động cơ hay áp lực phải công bố thông tin tự nguyện nhiều hơn.

Tóm lại, tương tự kết quả của các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này tìm thấy tính độc lập của hội đồng quản trị, sở hữu quản lý (Vu, 2012), và sở hữu nước ngoài (Pham & Do, 2015; Nguyễn Thị Thu Hào, 2015) là các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam.

Ngoài ra, nghiên cứu này còn phát hiện thêm nhân tố mới, đó là tỉ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị. Điều này cho thấy quản trị công ty ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện tính minh bạch thông tin của các công ty niêm yết, góp phần hạn chế sự bất cân đối thông tin giữa những người tham gia giao dịch trên thị trường chứng khoán.

5. Kết luận và gợi ý chính sách

5.1. Kết luận

Mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam còn thấp, đặc biệt là thông tin về dự báo tương lai. Các yếu tố thuộc đặc điểm quản trị công ty (mức độ độc lập của hội đồng quản trị, tỉ lệ thành viên nữ trong hội đồng quản trị, sở hữu quản lý, sở hữu nước ngoài) và qui mô công ty có ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết. Kết quả nghiên cứu khẳng định lý thuyết đại diện có thể giải thích mối quan hệ giữa đặc điểm quản trị công ty và mức độ công bố thông tin tự nguyện.

Hạn chế của nghiên cứu này là việc xác định chỉ số công bố thông tin tự nguyện của doanh nghiệp ít nhiều mang tính chủ quan. Đôi khi khó xác định một thông tin không được công bố là do công ty không công bố hay thông tin không liên quan đến công ty. Chỉ số công bố thông tin chỉ mới dừng lại đo lường công bố thông tin ở khía cạnh định lượng mà chưa đo lường chất lượng thông tin công bố. Ngoài ra, cách phân loại ngành nghề kinh doanh chưa thấy được ảnh hưởng của đặc thù lĩnh vực kinh doanh đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết. Do hạn chế về thời gian thực hiện nghiên cứu nên mẫu nghiên cứu chỉ giới hạn trong 100 công ty.

5.2. Gợi ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy có thể tác động vào các yếu tố thuộc về đặc điểm quản trị công ty để cải thiện mức độ tự nguyện công bố thông tin của các công ty niêm yết ở Việt Nam. Cụ thể, cần tăng cường mức độ độc lập của hội đồng quản trị công ty thông qua hạn chế tỉ lệ cho phép thành viên hội đồng quản trị kiêm nhiệm chức vụ quản lý trong công ty. Hạn chế tỉ lệ sở hữu của những người quản lý công ty (thành viên ban giám đốc và kế toán trưởng) bằng cách qui định tỉ lệ cổ phần tối đa những người quản lý được phép nắm giữ. Bên cạnh đó, cần có chính sách khuyến khích phụ nữ tham gia vào hội đồng quản trị hoặc ban hành qui định cụ thể về tỉ lệ thành

viên nữ trong hội đồng quản trị như ở Na Uy và Pháp (ILO, 2015).

Sở hữu nước ngoài cũng là yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các công ty niêm yết ở Việt Nam. Nhà nước cần có những chính sách thu hút đầu tư nước ngoài vào

Việt Nam như gỡ bỏ các rào cản về kế toán cũng như thủ tục hành chính đối với đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Đồng thời, kết quả nghiên cứu cũng hàm ý cho các công ty niêm yết nếu muốn thu hút các nhà đầu tư nước ngoài thì cần tăng cường công bố thông tin tự nguyện.

Tài liệu tham khảo

- Akhtaruddin, M., Hossain, M., & Yao, L. (2009), 'Corporate governance and voluntary disclosure in corporate annual reports of Malaysian listed firms', *Journal of Applied Management Accounting Research*, 7 (1), 1-19.
- Barako, D. G., Phil Hancock & Izan, H. Y. (2006), 'Factors influencing voluntary corporate disclosure by Kenyan companies', *Corporate Governance: An International Review*, 14 (2), 107-125.
- Bộ tài chính (2015), *Thông tư số 155/2015/TT-BTC hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, ban hành ngày 6 tháng 10 năm 2015.
- Chau, G., & Gray, S. J. (2010), 'Family ownership, board independence and voluntary disclosure: Evidence from Hong Kong', *Journal of International Accounting Auditing and Taxation*, 19 (2), 93-109.
- Cheng, E. C., & Courtenay, S. M. (2006), 'Board composition, regulatory regime and voluntary disclosure', *The International Journal of Accounting*, 41 (3), 262-289.
- Cooke, T. E. (1992), 'The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations', *Accounting and Business Research*, 22 (87), 229-237.
- Dutta, P., & Bose, S. (2006), 'Gender diversity in the boardroom and financial performance of commercial banks: Evidence from Bangladesh', *The Cost and Management*, 34 (6), 70-74.
- Ferguson, M. J., Lam, K. C. K. & Lee, G. M. (2002), 'Voluntary disclosure by state-owned enterprises listed on the Stock Exchange of Hong Kong', *Journal of International Financial Management and Accounting*, 13 (2), 125-152.
- Ho, P. L., & Tower, G. (2011), 'Ownership structure and voluntary disclosure in corporate annual reports of Malaysian listed firms', *Corporate Ownership and Control*, 8 (2), 296-313.
- ILO - Bureau for Employers' Activities (2015), *Women in Business and Management: Gaining momentum*.
- 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.
- Leung, S., & Horwitz, B. (2004), 'Director ownership and voluntary segment disclosure: Hong Kong evidence', *Journal of International Financial Management and Accounting*, 15 (3), 235-260.
- Meek, G. K., Roberts, C. B. & Gray, S. J. (1995), 'Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and continental European multinational corporations', *Journal of International Business Studies*, 26 (3), 555-572.
- Ngân hàng nhà nước (2015), *Quyết định số 02/VBHN-NHNN của Ngân hàng nhà nước qui định chế độ báo cáo tài chính đối với các tổ chức tín dụng*, ban hành ngày 21 tháng 1 năm 2015.
- Nguyễn Thị Thu Hào (2015), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin tự nguyện của các doanh nghiệp niêm yết trên HOSE', *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 26 (11), 99-115.
- Pham, D.H., & Do, T. H. L. (2015), 'Factors influencing the voluntary disclosure of Vietnamese Listed Companies', *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 11 (12), 656-676.
- Smith, R. A., & Edwards, P. (1996), 'Competitive disadvantage and voluntary disclosures: The case of segmental reporting', *British Accounting Review*, 28 (2), 155-172.
- Vu, K. B. (2012), 'Determinants of Voluntary Disclosure for Vietnamese Listed Firms', Ph.D thesis, Curtin University, Perth, Australia.
- Williams, S. L. M. (1998), 'Voluntary environmental and social accounting disclosure practices in the Asia-Pacific region', Ph.D thesis, Murdoch Business School - School of Accounting, Murdoch University, Perth, Australia.
- Zhang, J. (2013). 'Determinants of corporate environmental and social disclosure in Chinese listed mining, electric supply and chemical companies annual reports', Master thesis, Edith Cowan University, Australia.

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ VIỄN THÔNG DI ĐỘNG 4G CỦA KHÁCH HÀNG TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Thanh Hiền

Đại học Ngoại thương

Email: hiennt115@gmail.com

Lê Thị Thu Thủy

Đại học Ngoại thương

Email: thuyltt@ftu.edu.vn

Đào Trung Kiên

Viện Kinh tế và Quản lý, Đại học Bách khoa Hà Nội

Email: kiendtcoco@gmail.com

Ngày nhận: 29/9/2017

Ngày nhận bản sửa: 30/12/2017

Ngày duyệt đăng: 04/01/2018

Tóm tắt:

Mô hình nghiên cứu được thiết lập từ lý thuyết khuếch tán đổi mới, mô hình chấp nhận công nghệ (TAM), lý thuyết chất lượng dịch vụ, sự hài lòng khách hàng và chi phí chuyển đổi, nhằm đánh giá ý định chuyển đổi từ dịch vụ 2G, 3G sang sử dụng 4G cho thị trường Việt Nam. Sử dụng các phân tích định lượng (Cronbach Alpha test, CFA, SEM) từ 247 khách hàng đang sử dụng các dịch vụ viễn thông di động, cho thấy ý định sử dụng dịch vụ 4G chịu ảnh hưởng của cả 9 nhân tố đề xuất. Trong đó, chi phí chuyển đổi có tác động tiêu cực đến ý định sử dụng dịch vụ.

Từ khóa: Ý định sử dụng, giá trị kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội, chi phí chuyển đổi, TAM.

Factors Impacting on Consumers' Adoption Intention Toward 4G Mobile Telecommunication Service in Vietnam

Abstract:

The research model established by the diffusion of innovation theory, technology acceptance model (TAM), the theories of service quality, customer satisfaction and switching cost aims at assessing consumers' intention of switching from 2G, 3G services to 4G service in Vietnam. By applying the quantitative analysis (Cronbach's Alpha test, CFA, SEM) for 247 customers using telecommunication services, the result shows that adoption intention of 4G is influenced by nine proposed factors. Meanwhile, switching cost has a negative impact on adoption intention.

Keywords: Adoption intention, expectancy value, social influences, switching cost, TAM.

1. Giới thiệu

Trong những thập kỷ gần đây, sự phát triển và tiến bộ của các thế hệ viễn thông di động (2G, 3G, 4G) đã làm cho việc truyền thông và tương tác không dây trở nên phổ biến trong văn hóa thông tin toàn cầu. Các thế hệ viễn thông di động mới đem đến

nhều tiện ích cho người dùng như khả năng truy cập, kết nối Internet tốc độ cao qua các thiết bị di động ở mọi lúc, mọi nơi; sử dụng dịch vụ dữ liệu, giá trị gia tăng đa dạng như truy cập website, giải trí, giao dịch thương mại, dịch vụ cơ sở dữ liệu (Lu & cộng sự, 2005; Kim & cộng sự, 2004; Al-Debei &

Al-Lozi, 2014).

Thế hệ viễn thông di động thứ tư (4G) được xem như một giải pháp cho việc xã hội hóa các dịch vụ Internet. Công nghệ 4G giúp gia tăng mức độ bao phủ dịch vụ cho người dùng di động tại nhà, địa điểm công cộng, nơi làm việc, giải phóng tài nguyên mạng cho khách hàng chuyển vùng hay tăng khả năng tiếp cận ở cả những khu vực xa xôi (Shin & cộng sự, 2011). Tại Việt Nam ước tính có khoảng 136 triệu thuê bao di động với 37 triệu thuê bao 3G; 48,2 triệu người sử dụng Internet và có xu hướng tăng (Bộ Thông tin & Truyền thông - MIC, 2017). Điều đó cho thấy nhu cầu kết nối Internet và sử dụng các dịch vụ dữ liệu di động ngày một tăng. Bởi vậy, việc triển khai cung cấp dịch vụ 4G với các ưu thế về truy cập Internet tốc độ cao và các dịch vụ trên nền tảng Internet hứa hẹn nhiều tiềm năng không chỉ cho các nhà cung cấp dịch vụ mà cả quá trình xã hội hóa Internet tại Việt Nam.

Tại Việt Nam, từ tháng 10 năm 2016 dịch vụ 4G được cấp phép thử nghiệm cho các nhà mạng (Viettel, Mobifone và Vinaphone) và chính thức cung cấp sau 6 tháng (MIC, 2017). Để thu hút khách hàng nâng cấp, chuyển đổi từ các dịch vụ 2G, 3G hiện tại sang dịch vụ 4G đòi hỏi các nhà cung cấp cần có cách tiếp cận khách hàng thích hợp, giảm các rào cản để thúc đẩy khách hàng chuyển đổi.

Các nghiên cứu về ý định sử dụng dịch vụ công nghệ trên thế giới và tại Việt Nam thường dựa trên nền tảng mô hình chấp nhận công nghệ (Davis, 1989; 1993). Trong đó, tập trung vào ảnh hưởng của biến tính dễ sử dụng và tính hữu ích cảm nhận tới ý định sử dụng hoặc chuyển đổi. Tuy nhiên, đối với các thế hệ viễn thông, chuyển đổi dịch vụ thường kéo theo việc phải trả thêm chi phí cho thiết bị mới tương thích hay tạo ra các chi phí chuyển đổi khi sử dụng dịch vụ (Shin & Kim, 2008; Kim & cộng sự, 2004). Một số nghiên cứu khác cũng tìm thấy tương tác giữa chất lượng dịch vụ với sự hài lòng hay tính trung thành (Lim & cộng sự, 2006), giá cả cảm nhận, giá trị cảm nhận tới ý định sử dụng dịch vụ (Yu & cộng sự, 2015). Tuy nhiên, các nghiên cứu như vậy không nhiều trong lĩnh vực viễn thông, có thể do lịch sử tương đối ngắn của việc sử dụng smartphone (Jung & Kwon, 2015). Bởi vậy, nghiên cứu này của chúng tôi được thiết kế tích hợp từ mô hình chấp nhận công nghệ, lý thuyết chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, giá cả cảm nhận, giá trị cảm nhận, tính đổi mới cá nhân và đặc biệt chi phí chuyển đổi để phát triển

một mô hình nhằm dự đoán ý định sử dụng dịch vụ 4G, một dịch vụ mới triển khai tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết, giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Ý định sử dụng

Ý định sử dụng là nhận thức về khả năng thực hiện một hành động cụ thể và là chỉ dẫn tốt cho hành vi trong thực tế (Venkatesh & cộng sự, 2003). Ý định sử dụng cũng được xem như khả năng chuyển đổi sang loại dịch vụ cao hơn, chia sẻ kinh nghiệm sử dụng với người khác về việc sử dụng hay nâng cấp thiết bị nếu cần thiết (Shin & Kim, 2008; Oliveira & cộng sự, 2016). Trong nghiên cứu này, chúng tôi định nghĩa ý định sử dụng là nhận thức về mức độ sẵn sàng thay đổi, nâng cấp hay chia sẻ trải nghiệm về dịch vụ công nghệ mới.

Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) là một trong những mô hình phổ biến nhất để dự đoán ý định sử dụng dịch vụ công nghệ mới (King & He, 2006). Mô hình TAM (Davis, 1989; 1993) được phát triển dựa trên lý thuyết hành động hợp lý (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1975) và hành vi dự định (TPB) (Ajzen, 1991). Trong đó, tập trung vào khảo sát tác động của tính dễ sử dụng và tính hữu ích cảm nhận tới ý định sử dụng (Davis, 1989). Khảo sát nhiều nghiên cứu khác nhau đối với các dịch vụ công nghệ như 4G, ý định sử dụng có thể chịu ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp từ nhiều nhân tố: (1) tính đổi mới cá nhân (Rogers, 1995), (2) tính dễ sử dụng cảm nhận và (3) tính hữu ích cảm nhận (Davis, 1993; Kuo & Yen, 2009), (4) giá cả cảm nhận (Shin & Kim, 2008), (5) chất lượng dịch vụ hiện tại, (6) sự hài lòng hiện tại (Shin & Kim, 2008; Kim & cộng sự, 2004), (7) ảnh hưởng xã hội (Lu & cộng sự, 2005; Venkatesh, 2000), (8) chi phí chuyển đổi (Shin & Kim, 2008; Huang & Hsieh, 2012; Burnham & cộng sự, 2003), (9) giá trị kỳ vọng (Kim & cộng sự, 2004; Tseng & Chiang, 2013). Trong đó:

Tính đổi mới cá nhân

Tính đổi mới cá nhân phản ánh mức độ sẵn sàng thử nghiệm, tiên phong sử dụng ý tưởng, sản phẩm mới sớm hơn tương đối của cá nhân so với những người xung quanh (Rogers, 1995); mức độ đưa ra những quyết định đổi mới, độc lập với kinh nghiệm của người khác (Midgely & Dowling, 1978). Những cá nhân có tính đổi mới thường là người chủ động trong việc tìm hiểu và trải nghiệm dịch vụ mới, bởi vậy, họ dễ dàng hiểu, cảm nhận và đánh giá được lợi ích của dịch vụ (Moore, 2002). Các nghiên cứu thực

nhận cũng cho thấy tính đổi mới cá nhân có ảnh hưởng tới tính dễ sử dụng và tính hữu ích cảm nhận (Mun & cộng sự, 2006; Kuo & Yen, 2009; Lu & cộng sự, 2005). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H1a: Tính đổi mới cá nhân tác động dương đến tính dễ sử dụng cảm nhận.

H1b: Tính đổi mới cá nhân tác động dương đến tính hữu ích cảm nhận.

Tính dễ sử dụng cảm nhận

Tính dễ sử dụng cảm nhận là cảm nhận về mức độ dễ dàng, thoải mái khi sử dụng dịch vụ mà không cần hoặc cần nhiều nỗ lực về trí óc hay thể chất (Davis, 1989; Venkatesh & cộng sự, 2003). Tính dễ sử dụng giúp tiết kiệm các nguồn lực, có thể đem lại nhiều lợi ích hơn cho người dùng (Jin, 2014). Dịch vụ đem lại cảm nhận dễ sử dụng cũng có nhiều khả năng được lựa chọn hay chấp nhận hơn các dịch vụ khác (Venkatesh, 2000; Mun & cộng sự, 2006). Tuy nhiên, việc sử dụng vẫn bao hàm các khía cạnh kỹ thuật là một phần “nỗ lực đánh đổi” (Davis, 1989) giữa dịch vụ cũ với kỳ vọng ở dịch vụ mới, hay nói cách khác tác động đến giá trị kỳ vọng về dịch vụ (Kim & cộng sự, 2007; Chen & Dubinsky, 2003). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H2a: Tính dễ sử dụng cảm nhận tác động dương đến tính hữu ích cảm nhận.

H2b: Tính dễ sử dụng cảm nhận tác động dương đến giá trị kỳ vọng.

H2c: Tính dễ sử dụng cảm nhận tác động dương đến ý định sử dụng.

Tính hữu ích cảm nhận

Tính hữu ích cảm nhận là mức độ tin tưởng việc sử dụng dịch vụ công nghệ mới đem lại lợi ích cho người dùng như tiết kiệm thời gian, tăng hiệu quả công việc (Davis, 1993; Venkatesh, 2000; Venkatesh & cộng sự, 2003). Người dùng tin tưởng vào lợi ích của dịch vụ cũng có kỳ vọng vào dịch vụ cao hơn, bởi lợi ích kỳ vọng bắt nguồn từ chất lượng thực hiện (Sweeney & Soutar, 2001), hay nói cách khác có tác động tích cực đến giá trị kỳ vọng (Yu & cộng sự, 2015; Yang & cộng sự, 2016). Cảm nhận về lợi ích mang lại là động cơ thúc đẩy ý định lựa chọn hay sử dụng, bởi vậy, tính hữu ích được xem như một nhân tố dự đoán ý định sử dụng của người dùng (Lu & cộng sự, 2005; Kuo & Yen, 2009). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H3a: Tính hữu ích cảm nhận tác động dương đến giá trị kỳ vọng.

H3b: Tính hữu ích cảm nhận tác động dương đến ý định sử dụng.

Giá cả cảm nhận

Giá cả cảm nhận là nhận thức về chi phí bỏ ra để sử dụng hay trải nghiệm dịch vụ. Nếu giá cả làm khách hàng cảm thấy không thỏa đáng sẽ làm họ thất vọng hay day dứt với việc chi tiêu (Al-Debei & Al-Lozi, 2014). Cảm nhận về mức chi phí hợp lý có thể ảnh hưởng tích cực đến kỳ vọng về dịch vụ khi lợi ích lớn hơn chi phí (Oliveira & cộng sự, 2016). Giá cả cũng là một tín hiệu chỉ dẫn về chất lượng dịch vụ, định hình kỳ vọng giúp khách hàng dựa vào đó để đánh giá, quyết định (Grewal & cộng sự, 1998) hay nói cách khác ảnh hưởng tới kỳ vọng và ý định sử dụng dịch vụ. Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H4a: Giá cả cảm nhận tác động dương đến giá trị kỳ vọng.

H4b: Giá cả cảm nhận tác động dương đến ý định sử dụng.

Chất lượng dịch vụ hiện tại

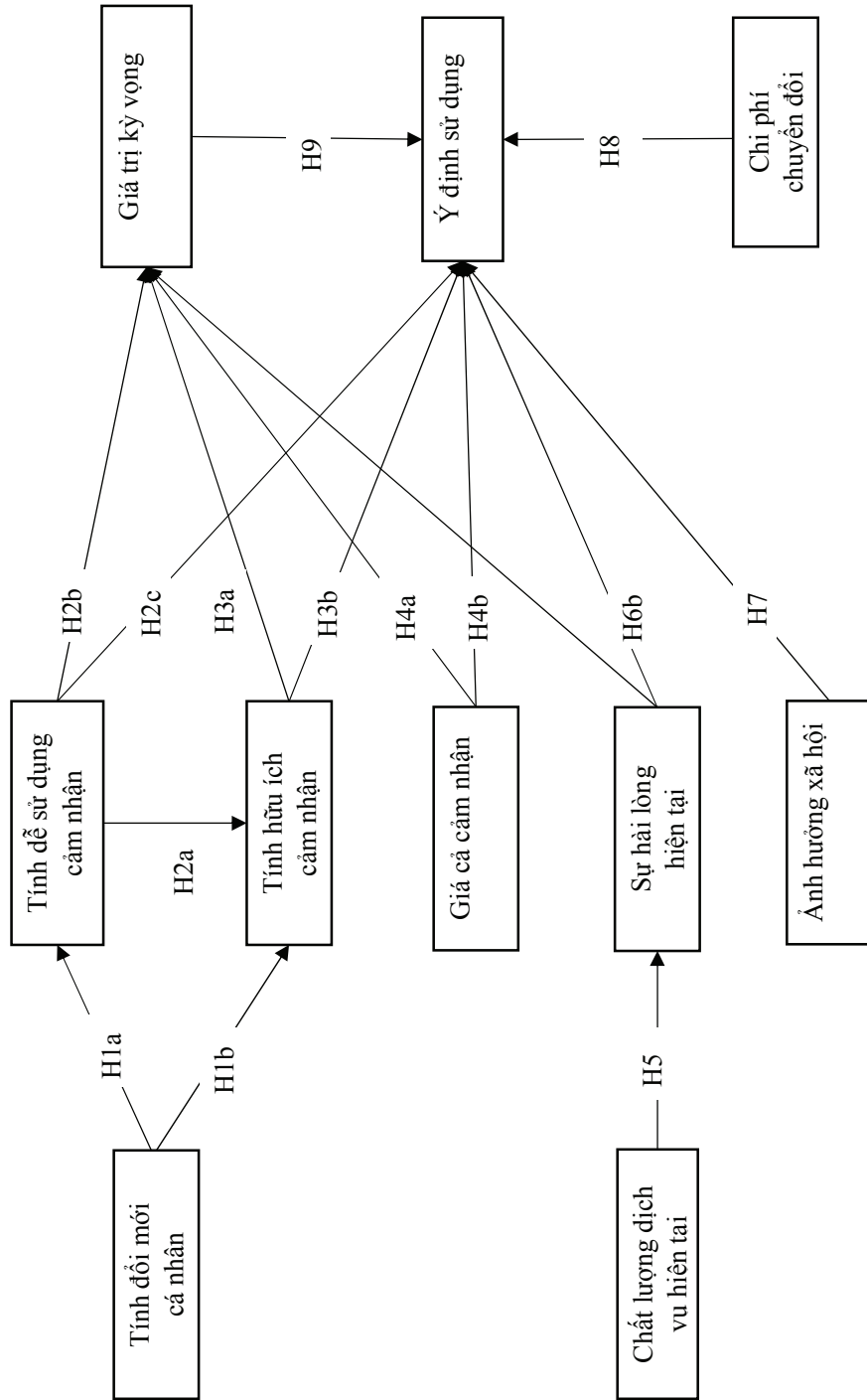
Chất lượng dịch vụ hiện tại là cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ về khả năng thực hiện các chức năng, công dụng của dịch vụ (Venkatesh & Davis, 2000). Chất lượng dịch vụ thường được đánh giá qua nhiều khía cạnh. Đối với dịch vụ viễn thông như 4G, chất lượng dịch vụ có thể được đánh giá qua chất lượng đường truyền, cấu trúc giá, dịch vụ giá trị gia tăng và hỗ trợ khách hàng (Kim & cộng sự, 2004). Chất lượng dịch vụ tốt phản ánh khả năng đáp ứng dịch vụ tốt so với kỳ vọng hay nói cách khác chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tới sự hài lòng khách hàng (Lee & cộng sự, 2000; Kim & cộng sự, 2004; Jung & Kwon, 2015). Do đó, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H5: Chất lượng dịch vụ hiện tại tác động dương đến sự hài lòng hiện tại.

Sự hài lòng hiện tại

Sự hài lòng hiện tại là trạng thái cảm xúc phản ứng của khách hàng với việc đáp ứng mong muốn của họ (Oliver & cộng sự, 1997; Kotler, 2003). Đối với các dịch vụ chuyển đổi như dịch vụ 4G, mức hài lòng hiện tại phản ánh mức tin tưởng vào nhà cung cấp, và do đó định hình kỳ vọng ở dịch vụ nâng cấp tiếp theo, dựa vào thông tin hiện tại để có thể quyết định lựa chọn, chấp nhận sử dụng dịch vụ mới hay không. Các nghiên cứu cũng cho thấy có mối liên kết tích cực giữa sự hài lòng hiện tại với ý định của

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

khách hàng (Boulding & cộng sự, 1993; Tseng & Chiang, 2013). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H6a: Sự hài lòng hiện tại tác động dương đến giá trị kỳ vọng.

H6b: Sự hài lòng hiện tại tác động dương đến ý định sử dụng.

Ảnh hưởng xã hội

Ảnh hưởng xã hội là những áp lực từ mạng lưới xã hội xung quanh đối với việc thực hiện hay không thực hiện một hành vi nhất định (Lu & cộng sự, 2005). Ảnh hưởng xã hội phản ánh tác động của thông tin từ những người xung quanh, người có ảnh hưởng tới quyết định của cá nhân. Thông tin và sự tin tưởng của các nhóm ảnh hưởng là một chỉ dẫn để cân nhắc, ước lượng tính khả thi khi sử dụng dịch vụ, bởi vậy, nó ảnh hưởng tới quyết định sử dụng dịch vụ hay không (Carlsson & cộng sự, 2006; Al-Debei & Al-Lozi, 2014). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H7: Ảnh hưởng xã hội tác động dương đến ý định sử dụng.

Chi phí chuyển đổi

Chi phí chuyển đổi là cảm nhận về những tổn thất tiềm tàng của khách hàng (Shin & Kim, 2008), liên quan đến quá trình chuyển đổi dịch vụ hay nhà cung cấp (Burnham & cộng sự, 2003; Kim & cộng sự, 2007). Quá trình chuyển đổi thường phát sinh các chi phí kinh tế và phi kinh tế (Dick & Basu, 1994) như chi phí tìm kiếm, giao dịch và các nỗ lực nhận thức (Fornell, 1992; Shi & cộng sự, 2010). Chi phí chuyển đổi lớn tạo ra rào cản cho việc lựa chọn, chuyển đổi sử dụng dịch vụ (Shin & Kim, 2008; Shi & cộng sự, 2010) hay làm tăng tính trung thành với dịch vụ hiện tại (Kim & cộng sự, 2004). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H8: Chi phí chuyển đổi tác động âm đến ý định sử dụng.

Giá trị kỳ vọng

Giá trị kỳ vọng là cảm nhận về sự thỏa đáng giữa những đánh đổi cần thiết và lợi ích thu được khi sử dụng dịch vụ (Kim & cộng sự, 2007). Giá trị kỳ vọng phản ánh kỳ vọng và ước lượng toàn diện của khách hàng về sự lựa chọn do đó định hướng quyết định (Kim & cộng sự, 2007); là chỉ dẫn cho khả năng lựa chọn hay ý định sử dụng (Carlsson & cộng sự, 2006; Yu & cộng sự, 2015; Zeithaml, 1988). Bởi vì, quá trình mua sắm và tiêu dùng khách hàng quan tâm đến nhiều thuộc tính khác nhau hơn chỉ là vấn

đề giá cả (Chen & Dubinsky, 2003; Grewal & cộng sự, 1998). Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H9: Giá trị kỳ vọng tác động dương đến ý định sử dụng.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phát triển thang đo

Các câu hỏi được tham khảo từ các nghiên cứu trước đây (Rogers, 1995; Lu & cộng sự, 2005; Davis, 1989; Kim & cộng sự, 2007; Kim & cộng sự, 2004; Shin & Kim, 2008; Venkatesh, 2000; Huang & Hsieh, 2012; Oliveira & cộng sự, 2016) và hiệu chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Đầu tiên, các câu hỏi được dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt và thông qua việc dịch ngược để giữ nguyên nghĩa gốc. Tiếp theo, tác giả đánh giá thử bộ câu hỏi nháp với 15 khách hàng để đánh giá tính thích hợp của từng câu hỏi. Thang đo sử dụng cho điều tra chính thức là thang đo Likert 5 điểm với 1 là hoàn toàn không đồng ý và 5 là hoàn toàn đồng ý. Sau khi sàng lọc và hiệu chỉnh, tác giả thu được 44 biến quan sát cho các nhân tố trong mô hình như Bảng 1.

Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Đối tượng điều tra được xác định là khách hàng đang sử dụng các dịch vụ di động tại Việt Nam. Điều tra được tiến hành bằng hai cách (1) điều tra trực tiếp và (2) qua Internet. Điều tra trực tiếp sử dụng phương pháp chặn đón tại các điểm giao dịch của các nhà mạng và tại đại học Ngoại thương. Nhóm tác giả phát đi 250 phiếu trực tiếp và thu về được 187 phiếu hợp lệ, 60 phiếu hợp lệ cho điều tra qua Internet. Tổng số phiếu phục vụ cho phân tích chính thức là 247 phiếu đảm bảo lớn hơn 200 theo quy tắc của Comrey & Lee (1992) (Bảng 2).

Phương pháp phân tích dữ liệu

Chúng tôi sử dụng phân tích khẳng định nhân tố (CFA) để đánh giá tính thích hợp của các khái niệm nghiên cứu cho dữ liệu chính thức. Mô hình được xem là tương thích với dữ liệu thị trường khi Chi-square/df < 3; CFI, TLI, IFI lớn hơn 0,9; RMSEA < 0,08 (Hair & cộng sự, 2010; Kline, 2015; Hooper & cộng sự, 2008). Hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 cho thấy thang đo đạt giá trị hội tụ, hệ số tin cậy tổng hợp (CR), hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0,7 và phương sai trích (AVE) lớn hơn 50% cho thấy các khái niệm đảm bảo tính tin cậy. Giá trị phân biệt giữa các nhân tố được đánh giá bằng tiêu chuẩn căn bậc hai AVE lớn hơn hệ số tương quan giữa nhân tố (Hair & cộng sự, 2010). Chúng tôi sử dụng phân tích

Bảng 1: Biến quan sát

Nội dung	Tham khảo
I. Tính đổi mới cá nhân (INN)	
1. Tìm cách thử nghiệm dịch vụ công nghệ thông tin mới	Rogers (1995), Lu & cộng sự (2005)
2. Tiên phong sử dụng dịch vụ công nghệ mới	
3. Ưu thích thử nghiệm dịch vụ công nghệ mới	
4. Sẵn sàng sử dụng, trải nghiệm dịch vụ công nghệ mới	
II. Tính dễ sử dụng cảm nhận (PEU)	
1. Dễ dàng sử dụng được	Venkatesh (2000; 2003), Davis (1993)
2. Học cách sử dụng không quá khó	
3. Thao tác và giao tiếp với dịch vụ đơn giản	
4. Giúp dễ dàng thực hiện công việc	
5. Nhanh chóng thành thạo sử dụng	
III. Tính hữu ích cảm nhận (PU)	
1. Cải thiện chất lượng truy cập internet	Davis (1989), Kim & cộng sự (2007)
2. Tăng hiệu quả sử dụng Internet	
3. Tiết kiệm thời gian	
4. Cải thiện thực hiện công việc và chất lượng cuộc sống	
5. Dịch vụ hữu ích cho công việc và cuộc sống	
IV. Giá cả cảm nhận (PRI)	
1. Giá cả ở mức hợp lý	Shin & Kim (2008), Oliveira & cộng sự (2016)
2. Chi phí hàng tháng hợp lý	
3. Ít chi phí phát sinh	
4. Tiền chi trả dịch vụ đem lại giá trị cao	
V. Chất lượng dịch vụ hiện tại (QUA)	
1. Đường truyền ổn định	Kim & cộng sự (2004), Lim & cộng sự (2006)
2. Gói giá dịch vụ phù hợp	
3. Chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp	
4. Dịch vụ giá trị gia tăng đa dạng	
5. Tính cước khoa học, hợp lý	
VI. Sự hài lòng hiện tại (SAT)	
1. Hài lòng với quyết định sử dụng dịch vụ	Lim & cộng sự (2006), Shin & Kim (2008)
2. Sử dụng dịch vụ là lựa chọn sáng suốt	
3. Đáp ứng được nhu cầu hiện tại	
4. Hài lòng với dịch vụ	
VII. Ảnh hưởng xã hội (SCI)	
1. Sử dụng nếu người xung quanh sử dụng	Lu & cộng sự (2005)
2. Người có ảnh hưởng sử dụng trước	
3. Bạn bè, người thân khuyến dùng	
4. Người có ảnh hưởng khuyến dùng	
5. Cảm thấy lạc hậu nếu không dùng	
VIII. Giá trị kỳ vọng (VAL)	
1. Đem lại giá trị tương xứng với chi phí	Kim & cộng sự (2007)
2. Đem lại lợi ích tương xứng với công sức bỏ ra	
3. Xứng đáng với thời gian bỏ ra	
4. Đem lại nhiều giá trị	
IX. Chi phí chuyển đổi (SWI)	
1. Không kiểm soát và nắm rõ chi phí chuyển sang dịch vụ mới	Huang & Hsieh (2012), Shin & Kim (2008)
2. Mất công sức và thời gian tìm hiểu thông tin, đánh giá dịch vụ	
3. Chuyển đổi dịch vụ phức tạp	
4. Mất thời gian chuyển đổi	
X. Ý định sử dụng (INT)	
1. Có ý định chuyển đổi	Davis (1993), Oliveira & cộng sự (2016)
2. Có ý định nâng cấp thiết bị để sử dụng dịch vụ	
3. Sẵn sàng chia sẻ với người xung quanh về trải nghiệm dịch vụ tốt	
4. Dịch vụ nên được khuyến khích sử dụng	

Bảng 2: Đặc điểm khách hàng

Nhóm	Phân loại	Số người (tỷ lệ)
Độ tuổi	<=30	204(82,6%)
	>30	30(12,1%)
Giới tính	Nam	79(32,5%)
	Nữ	160(64,8%)
Học vấn	Trung học phổ thông	8(3,2%)
	Cao đẳng/Đại học	167(67,6%)
	Trên đại học	69(27,9%)
Nghề nghiệp	Học sinh/sinh viên	130(52,6%)
	Nhân viên văn phòng	93(37,2%)
	Kinh doanh tự do	11(4,5%)
	Khác	7(2,8%)
Thiết bị có hỗ trợ 4G	Có	165(66,6%)
	Không	48(19,4%)
	Không rõ	33(13,4%)
Nhà cung cấp	Viettel	181(69,6%)
	Mobifone	36(13,8%)
	Vinaphone	41(15,8%)
	Nhà mạng khác	2(0,8%)
Chi phí hàng tháng cho mobile internet	<50 nghìn VND	114(46,2%)
	51-100 nghìn VND	80(32,4%)
	>100 nghìn VND	35(14,2%)

bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) với mức ý nghĩa 5% để kiểm định giả thuyết nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Độ tin cậy, độ giá trị và tính thích hợp của mô hình

Sau khi loại đi các biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ, kết quả phân tích cuối cùng cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thị trường (Chi-square = 1,673 < 3; CFI = 0,918; TLI = 0,905; IFI = 0,919 đều > 0,9; RMSEA = 0,052 < 0,08). Biến SWI2 được giữ lại mặc dù có hệ số tải không lớn (0,491) bởi nó là biến có giá trị nội dung quan trọng, mặt khác hệ số tải xấp xỉ 0,5 (Bảng 3). Hệ số Cronbach Alpha, hệ

số tin cậy tổng hợp của các nhân tố đều lớn hơn 0,7 và phương sai trích lớn hơn 50% cho thấy các biến quan sát đo lường các nhân tố đạt tính tin cậy cần thiết. Căn bậc hai giá trị AVE giá trị của các nhân tố lớn hơn hệ số tương quan giữa các nhân tố với nhau cho thấy các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt (Bảng 4).

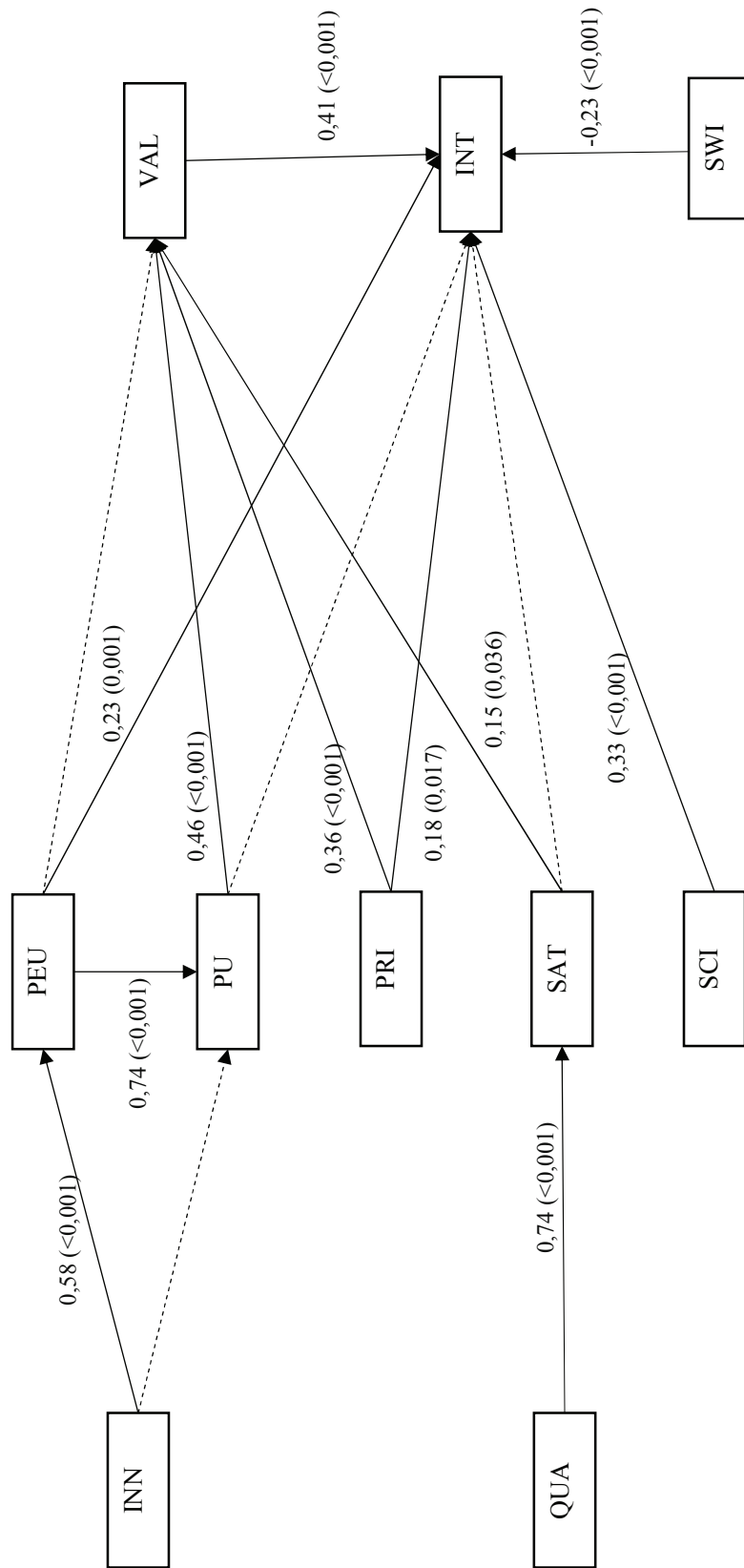
4.2. Phân tích bằng mô hình cấu trúc

Kết quả phân tích cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thị trường (Chi-square/df = 1,682 < 3; CFI = 0,913; TLI = 0,903; IFI = 0,914 > 0,9; RMSEA = 0,053 < 0,08). Kết quả ước lượng mối quan hệ giữa các

Bảng 3: Kết quả kiểm định tính tin cậy và giá trị hội tụ

Nhân tố (số biến)	Hệ số tải nhân tố	AVE (%)	CR	Cronbach's Alpha
INN(3)	0,669 – 0,795	55,44%	0,788	0,781
PEU(5)	0,676 – 0,761	52,91%	0,849	0,847
PU(3)	0,629 – 0,906	67,37%	0,858	0,751
PRI(4)	0,631 – 0,827	52,37%	0,813	0,809
QUA(3)	0,624 – 0,858	56,97%	0,796	0,724
SAT(4)	0,671 – 0,831	56,78%	0,839	0,852
SCI (3)	0,782 – 0,801	62,68%	0,834	0,768
SWI(3)	0,491 – 0,907	59,62%	0,807	0,776
VAL(4)	0,722 – 0,747	54,40%	0,827	0,838
INT(3)	0,668 – 0,795	55,55%	0,789	0,643

Hình 2: Quan hệ giữa các biến trong mô hình



Chi – square/df = 1,682; CFI = 0,913; TLI = 0,903; IFI = 0,914; RMSEA = 0,053

Ghi chú: Giá trị trong ngoặc là p-value

Bảng 4: Kết quả đánh giá giá trị phân biệt

	INN	PEU	PU	PRI	QUA	SAT	SCI	SWI	VAL	INT
INN	0,745									
PEU	0,541	0,727								
PU	0,454	0,723	0,821							
PRI	0,215	0,364	0,238	0,724						
QUA	0,100	0,067	0,106	0,493	0,755					
SAT	0,309	0,198	0,198	0,497	0,716	0,754				
SCI	0,268	0,101	0,151	0,068	0,076	0,106	0,792			
SWI	-0,038	-0,116	-0,091	0,029	0,071	-0,014	0,188	0,772		
VAL	0,486	0,528	0,551	0,508	0,382	0,407	0,372	0,099	0,754	
INT	0,549	0,538	0,502	0,442	0,247	0,368	0,449	-0,137	0,712	0,745

Bảng 5: Kết quả đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố tới ý định sử dụng

Biến phụ thuộc	Tác động	INN	PEU	PU	QUA	SAT	PRI	SCI	SWI	VAL
PEU	Trực tiếp	0,575								
	Gián tiếp									
	Tổng hợp	0,575								
SAT	Trực tiếp				0,742					
	Gián tiếp									
	Tổng hợp				0,742					
PU	Trực tiếp		0,743							
	Gián tiếp	0,427								
	Tổng hợp	0,427	0,743							
VAL	Trực tiếp			0,460		0,152	0,357			
	Gián tiếp	0,197	0,342		0,113					
	Tổng hợp	0,197	0,342	0,460	0,113	0,152	0,357			
INT	Trực tiếp		0,228					0,183	0,329	-0,228
	Gián tiếp	0,211	0,140	0,188	0,046	0,062	0,146			0,409
	Tổng hợp	0,211	0,368	0,188	0,046	0,062	0,329	0,329	-0,228	0,409

nhân tố được thể hiện trong Hình 2 với 11 giả thuyết được chấp nhận (H1a, H2a, H2c, H3a, H4a, H4b, H5, H6a, H7, H8, H9) và bác bỏ 04 giả thuyết (H1b, H2b, H3b, H6b). Kết quả phân tích các tác động trực tiếp, gián tiếp và tổng hợp cho thấy tất cả các biến đều ảnh hưởng tới ý định sử dụng dịch vụ 4G. Giá trị kỳ vọng có tác động lớn nhất ($\lambda = 0,409$), tiếp theo là tính dễ sử dụng cảm nhận ($\lambda = 0,368$), ảnh hưởng xã hội ($\lambda = 0,329$), giá cả cảm nhận ($\lambda = 0,329$), tính hữu ích cảm nhận ($\lambda = 0,188$), tính đổi mới cá nhân ($\lambda = 0,211$), sự hài lòng hiện tại ($\lambda = 0,062$), chất lượng dịch vụ hiện tại ($\lambda = 0,046$) và chi phí chuyển đổi có tác động ngược chiều ($\lambda = -0,228$).

5. Thảo luận và hàm ý nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy đặc điểm của khách hàng điều tra về dịch vụ di động 4G tập trung ở nhóm người trẻ tuổi (trên 80% dưới 30 tuổi), có học vấn cao (cao đẳng/đại học), chủ yếu là sinh viên, nhân viên văn phòng (gần 90%) và phần lớn chi tiêu dưới

100 nghìn VND/tháng cho dịch vụ mobile Internet. Việc tiếp cận dịch vụ 4G phổ biến ở nhóm trẻ tuổi có thể do đặc trưng độ tuổi, người trẻ dễ dàng tìm hiểu, cập nhật và có xu hướng tiên phong sử dụng và sớm thành thạo dịch vụ công nghệ mới. Tính tương thích về thiết bị hiện tại và dịch vụ 4G tương đối cao với gần 2/3 người được hỏi có thiết bị hỗ trợ 4G, tuy nhiên lượng người không nắm rõ thông tin về thiết bị và dịch vụ do thiếu thông tin cần thiết cũng chiếm 13%. Điều này hàm ý rằng các nhà mạng nên tập trung truyền thông, quảng bá dịch vụ 4G đến nhóm khách hàng trẻ, học vấn cao để thúc đẩy quá trình xâm nhập thị trường của dịch vụ.

Chúng tôi ghi nhận cả chín nhân tố trong mô hình đều có tác động tới ý định chuyển đổi (sử dụng) từ dịch vụ 2G, 3G sang 4G. Trong đó, giá trị kỳ vọng cảm nhận có tác động mạnh nhất đến ý định sử dụng dịch vụ. Kết quả này khá nhất quán với một số nghiên cứu trước đây cho thấy giá trị kỳ vọng cao

có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng dịch vụ (Sweeney & Soutar, 2001; Tseng & Chiang, 2013; Yang & cộng sự, 2016). Bên cạnh đó, tính dễ sử dụng cảm nhận, ảnh hưởng xã hội và giá cả cảm nhận cũng có ảnh hưởng quan trọng tới việc thúc đẩy ý định sử dụng dịch vụ 4G của khách hàng. Các kết quả này cũng được kiểm chứng trong các nghiên cứu trước trong lĩnh vực viễn thông (Kuo & Yen, 2009; Mun & cộng sự, 2006) và phù hợp với các lý thuyết về chấp nhận sử dụng dịch vụ công nghệ mới như mô hình TAM (Davis, 1989; Davis & cộng sự, 1989), mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh & cộng sự, 2003). Đặt trong bối cảnh nghiên cứu của chúng tôi, các dịch vụ 4G mới triển khai tại Việt Nam hứa hẹn nhiều tính năng mới, đặc biệt là việc cải thiện kết nối Internet tốc độ cao, điều này thúc đẩy động cơ sử dụng dịch vụ của khách hàng, khách hàng đặt nhiều kỳ vọng về giá cước, chất lượng và hiệu quả của dịch vụ 4G mới hơn các dịch vụ hiện tại.

Chúng tôi cũng ghi nhận tác động tiêu cực khá lớn của chi phí chuyển đổi tới ý định sử dụng dịch vụ của khách hàng. Kết quả này khá tương đồng với các nghiên cứu trước đây cho thấy chi phí chuyển đổi có ảnh hưởng tích cực tới tính trung thành dịch vụ (Kim & cộng sự, 2004; Liu & cộng sự, 2011) hay là rào cản trong việc quyết định chuyển đổi (Shi & cộng sự, 2010; Shin & Kim, 2008). Đặt trong bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam là nước có thu nhập trung bình, việc phải bỏ chi phí để thay đổi thiết bị để sử dụng dịch vụ là một rào cản lớn đối với khách hàng. Bởi vậy, chúng tôi đề xuất hai gợi ý cho các mạng nhằm giảm chi phí chuyển đổi của khách hàng: (i) cung cấp máy đầu cuối tương thích với dịch vụ cho khách hàng theo mức cam kết chi trả dịch vụ để giảm chi phí ban đầu, (ii) kết hợp với các doanh nghiệp cung cấp máy đầu cuối thực hiện các chương trình mua hàng trả góp cam kết sử dụng dịch vụ.

Kết quả kiểm định tính tin cậy và độ phù hợp với

thang đo chất lượng dịch vụ được phát triển từ các nghiên cứu của Kim & cộng sự (2004), Shin & Kim (2008), Delone & MacLean (2003) cho thấy thang đo là phù hợp và tin cậy. Điều này cho thấy có thể sử dụng thang đo chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực viễn thông như một thang đo đơn hướng. Chúng tôi cũng tìm thấy chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng trực tiếp tới sự hài lòng dịch vụ hiện tại và gián tiếp tới ý định sử dụng dịch vụ. Đối với dịch vụ hiện tại khách hàng có thể không hài lòng nhưng họ vẫn có thể cân nhắc chuyển đổi dịch vụ và kỳ vọng ở dịch vụ mới tốt hơn. Việc chuyển đổi dịch vụ trong nghiên cứu là việc cập nhật các dịch vụ cấp thấp lên dịch vụ cấp cao hơn ở cùng một nhà cung cấp, không phải thay thế sản phẩm khác cùng loại. Điều này cũng hàm ý rằng để thu hút khách hàng chuyển đổi sang dịch vụ 4G các nhà cung cấp cần truyền thông phát đi thông điệp về chất lượng dịch vụ, định hình kỳ vọng của khách hàng để từ đó thúc đẩy ý định nâng cấp dịch vụ của họ.

Nghiên cứu cũng có những đóng góp về mặt lý thuyết và thực tiễn nhất định. Về mặt lý thuyết, chúng tôi đã thiết lập và đánh giá sự phù hợp của mô hình giải thích ý định chuyển đổi sử dụng dịch vụ di động 4G dựa trên tích hợp các mô hình về chấp nhận và sử dụng công nghệ, lý thuyết về giá trị và chi phí chuyển đổi. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu gợi ý các giải pháp về giảm chi phí ban đầu, tập trung vào truyền thông dịch vụ về tính ưu việt của dịch vụ 4G so với 3G, 2G. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng có những hạn chế nhất định. Thứ nhất, các đối tượng điều tra tại các thành phố lớn có thể không đại diện hết cho các khu vực trên cả nước. Thứ hai, nghiên cứu tập trung vào các thuộc tính của dịch vụ hay hệ thống cung cấp dịch vụ mà không xem xét đến các thuộc tính cá nhân của khách hàng tới ý định lựa chọn của họ. Bởi vậy, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi nghiên cứu và xem xét cả ảnh hưởng của thuộc tính cá nhân tới hành vi của khách hàng.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Debei, M.M. & Al-Lozi, E. (2014), 'Explaining and predicting the adoption intention of mobile data services: A value-based approach', *Computers in Human Behavior*, 35, 326-338.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. & Zeithaml, V.A. (1993), 'A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions', *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7.

- Burnham, T.A., Frels, J.K. & Mahajan, V. (2003), 'Consumer switching costs: a typology, antecedents, and consequences', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 109-126.
- Carlsson, C., Carlsson, J., Hyvonen, K., Puhakainen, J. & Walden, P. (2006), 'Adoption of mobile devices/services – searching for answers with the UTAUT', *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, IEEE, Kauia, HI, USA.
- Chen, Z. & Dubinsky, A.J. (2003), 'A conceptual model of perceived customer value in e-commerce: A preliminary investigation', *Psychology & Marketing*, 20(4), 323-347.
- Comrey, A.L. & Lee, H.B. (1992), *A first course in factor analysis*, Psychology Press, Hove, UK.
- Davis, F.D. (1989), 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F.D. (1993), 'User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts', *International Journal of Man-machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989), 'User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models', *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Delone, W.H. & McLean, E.R. (2003), 'The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update', *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Dick, A.S. & Basu, K. (1994), 'Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Fornell, C. (1992), 'A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience', *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Grewal, D., Monroe, K.B. & Krishnan, R. (1998), 'The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions', *Journal of Marketing*, 62(2), 46-59.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. & Black, W.C. (2010), *Multivariate Data Analysis: A global Perspective*, Upper Saddle River, Pearson, N.J., USA.
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008), 'Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit', *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Huang, L.Y. & Hsieh, Y.J. (2012), 'Consumer electronics acceptance based on innovation attributes and switching costs: The case of e-book readers', *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 218-228.
- Jin, C.H. (2014), 'Adoption of e-book among college students: The perspective of an integrated TAM', *Computers in Human Behavior*, 41, 471-477.
- Jung, W. & Kwon, Y. (2015), 'Differences between LTE and 3G service customers: business and policy implications', *Telematics and Informatics*, 32(4), 667-680.
- Kim, H.W., Chan, H.C. & Gupta, S. (2007), 'Value-based adoption of mobile internet: an empirical investigation', *Decision Support Systems*, 43(1), 111-126.
- Kim, M.K., Park, M.C. & Jeong, D.H. (2004), 'The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services', *Telecommunications Policy*, 28(2), 145-159.
- King, W.R. & He, J. (2006), 'A meta-analysis of the technology acceptance model', *Information & Management*, 43(6), 740-755.
- Kline, R.B. (2015), *Principles and practice of structural equation modeling*, Guilford Publications, N.Y., USA.
- Kotler, P. (2003), 'Building Customer Satisfaction, Value, and Retention', *Marketing Management*, 11, 59-88.
- Kuo, Y.F. & Yen, S.N. (2009), 'Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services', *Computers in Human Behavior*, 25(1), 103-110.
- Lee, H., Lee, Y. & Yoo, D. (2000), 'The determinants of perceived service quality and its relationship with

- satisfaction', *Journal of Services Marketing*, 14(3), 217-231.
- Lim, H., Widdows, R. & Park, J. (2006), 'M-loyalty: winning strategies for mobile carriers', *Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 208-218.
- Liu, C.T., Guo, Y.M. & Lee, C. (2011), 'The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty', *International Journal of Information Management*, 31(1), 71-79.
- Lu, J., Yao, J.E. & Yu, C.S. (2005), 'Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless Internet services via mobile technology', *Journal of Strategic Information Systems*, 14(3), 245-268.
- Midgley, D.F., & Dowling, G.R. (1978), 'Innovativeness: The concept and its measurement', *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229-242.
- Ministry of Information and Communications (2017), *MobiFone, Gtel officially licensed 4G*, retrived on June 25th 2017, from<<http://mic.gov.vn/Pages/TinTuc/tinchitiet.aspx?tintucid=133098>>.
- Moore, G.A. (2002), *Crossing the chasm*, 3rd edition, HarperCollins, NY, USA.
- Mun, Y.Y., Jackson, J.D., Park, J.S. & Probst, J.C. (2006), 'Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view', *Information & Management*, 43(3), 350-363.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G. & Campos, F. (2016), 'Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology', *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Oliver, R.L., Rust, R.T. & Varki, S. (1997), 'Customer delight: foundations, findings, and managerial insight', *Journal of Retailing*, 73(3), 311-336.
- Rogers, E.M. (1995), 'Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications', in *Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation*, Stoetzer, M.W. & Mahler, A. (eds), Schriftenreihe des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste, Springer, Berlin, Heidelberg.
- Shi, W.H., Wu, Z.H.O.U. & Liu, J.Y. (2010), 'Analysis of the influencing factors of users' switching intention in the context of one-way mobile number portability', *Journal of China Universities of Posts and Telecommunications*, 17, 112-117.
- Shin, D.H., Choo, H. & Beom, K. (2011), 'Socio-technical dynamics in the development of next generation mobile network: translation beyond 3G', *Technological Forecasting and Social Change*, 78(3), 514-525.
- Shin, D.H. & Kim, W.Y. (2008), 'Forecasting customer switching intention in mobile service: An exploratory study of predictive factors in mobile number portability', *Technological Forecasting and Social Change*, 75(6), 854-874.
- Sweeney, J.C. & Soutar, G.N. (2001), 'Consumer perceived value: The development of a multiple item scale', *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Tseng, F.M. & Chiang, H.Y. (2013), 'Exploring consumers to buy innovative products: Mobile phone upgrading intention', *Journal of High Technology Management Research*, 24(2), 77-87.
- Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000), 'A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies', *Management Science*, 46(2), 186-204.
- 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.
- Yang, H., Yu, J., Zo, H. & Choi, M. (2016), 'User acceptance of wearable devices: An extended perspective of perceived value', *Telematics and Informatics*, 33(2), 256-269.
- Yu, J., Lee, H., Ha, I. & Zo, H. (2015), 'User acceptance of media tablets: An empirical examination of perceived value', *Telematics and Informatics*, 24(4), 206-223.
- Zeithaml, V.A. (1988). 'Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence', *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

MÔI TRƯỜNG, THÁI ĐỘ VÀ SỰ THỰC HIỆN CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP SÂN BAY TÂN SƠN NHẤT

Trịnh Thuỳ Anh

*Trường Đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh
Email: thuyanh@ou.edu.vn*

Trần Kỳ Bảo Trân

*Công ty Bảo hiểm Dai-ichi life
Email: tranky.baotran010113@gmail.com*

Ngày nhận: 24/7/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/11/2017

Ngày duyệt đăng: 20/01/2018

Tóm tắt:

Nghiên cứu này nhằm xác định mối quan hệ giữa môi trường làm việc, thái độ, hành vi và sự thực hiện công việc của nhân viên tại sân bay Tân Sơn Nhất. Phương pháp định tính và định lượng với phân tích cấu trúc tuyến tính được sử dụng trong nghiên cứu này. Kết quả cho thấy môi trường làm việc (bao gồm văn hoá doanh nghiệp, mối quan hệ với cấp trên, và bầu không khí nơi làm việc) tác động đến thái độ của nhân viên (thể hiện qua đam mê làm việc và sự chủ động làm việc của nhân viên). Môi trường làm việc và hành vi nhân viên cũng có tác động trực tiếp đến kết quả làm việc. Từ đó nghiên cứu gợi ý một số chính sách để xây dựng môi trường làm việc tích cực nhằm thúc đẩy nhân viên có thái độ và hành vi phù hợp, nhằm nâng cao kết quả làm việc của nhân viên.

Từ khóa: Môi trường làm việc; thái độ tích cực; hành vi tích cực; kết quả làm việc của nhân viên.

Environment, Attitude and Employee Performance: The Case Study of Tan Son Nhat Airport

Abstract:

This paper aims to identify the relationship between work environment, attitude, behavior and performance of employees in Tan Son Nhat airport. Qualitative and quantitative analysis with Structural Equation Modeling are employed in this paper. The results show that work environment (including organizational culture, relationship between manager and staff, and organizational climate) influences the attitude of the staff (expressed by working passion and positive working intention of employees). Work environment and employee behavior also impact on employee performance. Based on the findings, the paper proposes some managerial implications to build the positive work environment for motivating positive attitude and behavior in order to enhance employee performance.

Keywords: Work environment; positive attitude; positive behavior; employee performance.

1. Giới thiệu

Ngày nay, sự phát triển của các công ty ngày càng nhanh và mạnh, nhân sự đóng vai trò là một yếu tố quan trọng quyết định sự thành bại của doanh nghiệp. Nhân viên có thái độ làm việc tích cực thì sẽ đạt được kết quả tốt (Bryman, 1992). Theo Akinyele (2010), khoảng 80% các vấn đề liên quan đến năng suất lao động thuộc về môi trường làm việc của các tổ chức.

Môi trường làm việc thuận lợi, đảm bảo hạnh phúc của nhân viên sẽ cho phép họ tự nhận ra vai trò của mình với tất cả sức mạnh, có thể tạo ra năng suất cao hơn (Akinyele, 2010). Có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ giữa động lực và kết quả làm việc của nhân viên (Bass, 1990; Collins & Porras, 1996; Manz & Sims, 1991; Sarros & Woodman, 1993); các chính sách cần thiết để tạo nên sự hài lòng của nhân viên

và tinh thần làm việc (Houghton & Yoho, 2005); các nghiên cứu về văn hóa tổ chức, hành vi tổ chức, gắn kết tổ chức,... nhưng chưa có nhiều nghiên cứu sâu về các mối quan hệ, ảnh hưởng của môi trường làm việc đến kết quả làm việc của nhân viên thông qua thái độ và hành vi được thực hiện tại Việt Nam.

Sân bay Tân Sơn Nhất được coi là một sân bay phát triển nhất nước, tuy nhiên khi so sánh với các sân bay quốc tế khác trong khu vực thì lưu lượng vận chuyển, khả năng đáp ứng nhu cầu vận chuyển của hành khách và mức độ sử dụng các dịch vụ trong sân bay vẫn còn khá khiêm tốn. Cơ sở hạ tầng và hệ thống trang thiết bị là một trong những nguyên nhân dẫn đến khả năng đáp ứng nhu cầu hành khách chưa cao. Thái độ và hành vi của nhân viên có thể ảnh hưởng đến việc thu hút khách sử dụng các dịch vụ ăn uống và mua sắm trong sân bay. Do đó, việc thực hiện nghiên cứu đánh giá sự ảnh hưởng của môi trường làm việc đến thái độ, hành vi và kết quả làm việc của nhân viên là một điều cần thiết đối với sân bay Tân Sơn Nhất.

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu xác định ảnh hưởng của môi trường làm việc đến kết quả làm việc của nhân viên thông qua việc đo lường sự tác động của môi trường làm việc đến thái độ và hành vi của nhân viên và sự thay đổi thái độ, hành vi nhân viên tác động đến kết quả làm việc của nhân viên.

2. Cơ sở lý luận, mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên 3 lý thuyết: Lý thuyết về môi trường làm việc, các lý thuyết động viên, lý thuyết về hành vi dự định.

Lý thuyết về môi trường làm việc được đề xuất đầu tiên bởi Kohun (1992). Theo đó, môi trường làm việc được định nghĩa là các yếu tố vật chất (trang thiết bị, máy móc) và các yếu tố phi vật chất (lịch sử hình thành, văn hoá) của một tổ chức. Theo Kotter và Heskett (1992), môi trường làm việc là tổng hợp các mối quan hệ tồn tại giữa những con người trong một tổ chức và bầu không khí trong tổ chức đó. Lý thuyết về môi trường làm việc cho rằng sự thay đổi về môi trường làm việc dẫn đến sự thay đổi trong kết quả làm việc của nhân viên và thành tích của tổ chức (Kohun, 1992).

Các lý thuyết động viên được sử dụng trong rất nhiều nghiên cứu. Lý thuyết hai nhân tố của Herzberg (1959) cho rằng các yếu tố như sự thích thú với công việc, được ghi nhận và cơ hội phát

triển nghề nghiệp có tác dụng thúc đẩy nhân viên làm việc tích cực, trong khi các yếu tố như lương, thưởng, đãi ngộ, mối quan hệ với nhà quản lý có tác dụng duy trì sự hài lòng của nhân viên. Lý thuyết 5 nhu cầu của Maslow (1943) cho rằng con người cần được thoả mãn lần lượt những nhu cầu cơ bản (gồm nhu cầu sinh lý và nhu cầu được an toàn) và nhu cầu bậc cao (gồm nhu cầu được giao lưu, được tôn trọng, và được thể hiện bản thân). Trong khi đó, Alderfer (1969) cho rằng con người cần được thoả mãn cả ba nhu cầu là nhu cầu được tồn tại, được giao tiếp và được phát triển. McClelland (1969) lại đưa ra một quan điểm khác khi cho rằng con người cần được thoả mãn đồng thời ba nhu cầu là nhu cầu đạt được, quyền lực và liên minh.

Lý thuyết về hành vi dự định thể hiện mối liên hệ giữa thái độ và hành vi, được đề xuất lần đầu tiên bởi Ajzen & Fishbein (1980). Lý thuyết này giải thích hành vi của con người phụ thuộc vào thái độ, niềm tin, nhận định, ý thức của người đó. Vì vậy muốn cải thiện hành động hợp lý của con người cần chú ý đến ảnh hưởng của thái độ.

2.2. Mô hình nghiên cứu

2.2.1. Các giả thuyết nghiên cứu

Môi trường làm việc tác động đến thái độ làm việc

Theo Michael & Alex (2013), môi trường làm việc bao gồm tất cả những gì tồn tại xung quanh các nhân viên và có thể ảnh hưởng đến việc thực hiện nhiệm vụ của họ. Nhà quản lý phải tạo môi trường làm việc hấp dẫn, sáng tạo, thoả mái và thúc đẩy nhân viên làm việc, tạo cảm giác tự hào và thấy ý nghĩa ở những việc họ làm hướng tới mục đích (Brenner, 2004). Khi nhân viên giao tiếp hiệu quả với nhau, họ sẽ ít than phiền và làm việc nhiều hơn (Quilan, 2001).

Theo Litwin & cộng sự (1978), bầu không khí trong một tổ chức là một tập hợp các yếu tố về tâm lý gây ảnh hưởng đến thái độ của những người trong tổ chức đó. Bầu không khí căng thẳng liên quan đến thái độ tiêu cực của nhân viên (Randall & cộng sự, 1999). Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H1a: Bầu không khí tại nơi làm việc tốt sẽ tác động thuận chiều đến thái độ làm việc của nhân viên.

Một nhà lãnh đạo, cấp trên có mối quan hệ tốt với các nhân viên cấp dưới, sẵn sàng hỗ trợ và không kiểm soát quá mức sẽ tạo cảm giác tâm lý an toàn

và khuyến khích thái độ tích cực của nhân viên (Edmondson, 1999); điều này giúp nhân viên nâng cao tinh thần, thái độ cũng như sự sáng tạo trong công việc (Deci & cộng sự, 1989). Dựa trên các kết quả nghiên cứu trước đây, mối quan hệ tốt đẹp với lãnh đạo có liên quan trực tiếp đến thái độ của nhân viên (Eisenberger & cộng sự, 1986; 2001). Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H1b: *Mối quan hệ với cấp trên tốt có tác động thuận chiều đến thái độ làm việc của nhân viên.*

Theo Wagner (1995) và Manetje & Martins (2009), văn hóa tổ chức có ảnh hưởng đến người lao động và hành vi công việc liên quan. Fletcher (1998) cũng thấy rằng văn hóa tổ chức có mối quan hệ tích cực với mức độ tham gia công việc của nhân viên. Khi văn hóa tổ chức có tính hỗ trợ và định hướng, các nhân viên sẽ thể hiện sự cam kết và thái độ tham gia vào công việc tích cực hơn (Fletcher, 1998; Manetje & Martins, 2009; Ouyang & cộng sự, 2010). Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H1c: *Văn hóa doanh nghiệp tốt có tác động thuận chiều đến thái độ làm việc tích cực của nhân viên*

Thái độ làm việc tích cực tác động đến hành vi tích cực của nhân viên

Thomas & Znaniecki (1918) cho rằng thái độ là chìa khóa để hiểu hành vi con người. Mối quan hệ giữa thái độ và hành vi được coi là đương nhiên,

những thay đổi tích cực trong thái độ sẽ ảnh hưởng đến hành vi tích cực (Festinger, 1964). Wicker (1969) quan niệm rằng thái độ bao gồm sự kết hợp của suy nghĩ, cảm nhận và sự thể hiện. Ajzen & Fishbein (1980) cũng thừa nhận mối tương quan giữa thái độ và hành vi. Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H2: *Thái độ làm việc tích cực sẽ ảnh hưởng đến hành vi tích cực của nhân viên*

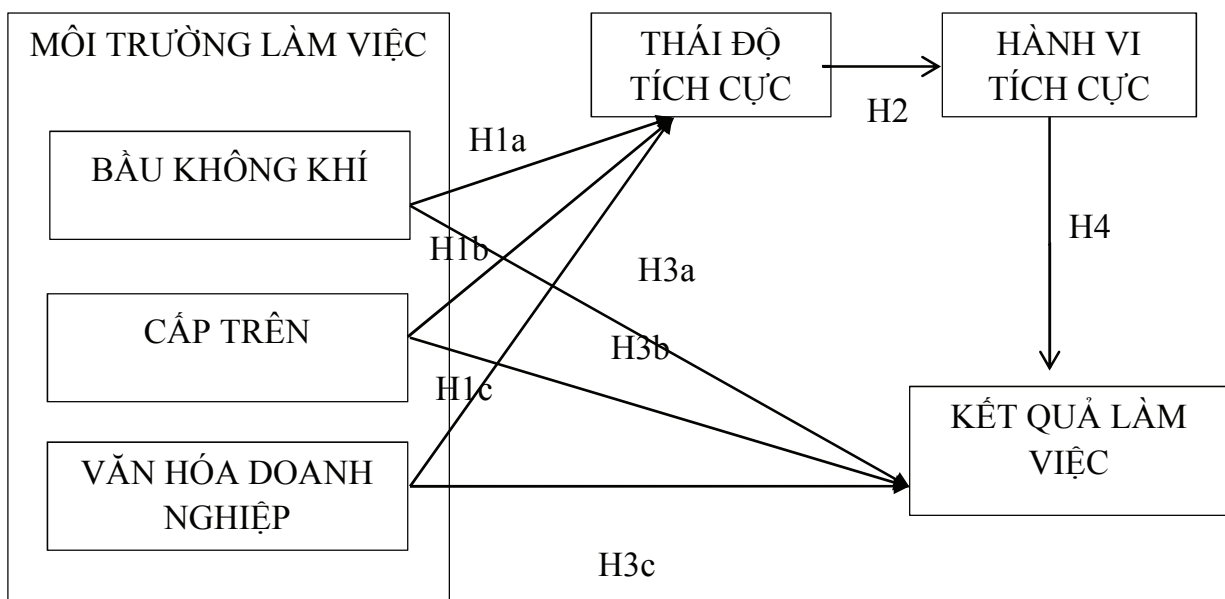
Môi trường làm việc tác động đến kết quả làm việc

Có một số yếu tố có thể ảnh hưởng đến hiệu suất của nhân viên như yếu tố ánh sáng tại nơi làm việc (Boyce & cộng sự, 2003), tiếng ồn hoặc những tác động từ những đồng nghiệp tại nơi làm việc dẫn đến giảm 40% năng suất lao động và tăng 27% lỗi khi thực hiện công việc (Bruce, 2008). Khi nhân viên cảm thấy bầu không khí căng thẳng tại nơi làm việc, năng suất lao động của họ sẽ bị ảnh hưởng, đồng thời môi trường làm việc căng thẳng thì cũng khó phát triển tiềm năng của nhân viên (McCoy & Evans, 2005).

- H3a: *Bầu không khí hài hòa và thoải mái sẽ tác động thuận chiều đến kết quả làm việc của nhân viên.*

Blau (1964) cho rằng nếu cấp trên và cấp dưới có mối quan hệ tốt thì sẽ dẫn đến kết quả làm việc tích cực của nhân viên. Nếu cấp trên có kỹ năng giao tiếp tốt thì năng lực và hiệu suất làm việc của các nhân

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



viên sẽ được gia tăng (Foxon, 1993; Nijman, 2004). Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H3b: *Mối quan hệ với cấp trên tốt có tác động thuận chiều đến kết quả công việc của nhân viên*

Các học giả Hofstede & cộng sự (1990), Kotter & Heskett (1992) cho rằng văn hóa tổ chức có thể được sử dụng để đo lường hiệu quả kinh tế của một

tổ chức. Văn hóa phù hợp có tác động thúc đẩy nhân viên thực hiện công việc tốt hơn (Ritchie, 2000). Gardner & Schermerhorn (2004) cũng cho rằng có mối liên hệ giữa văn hóa doanh nghiệp và kết quả làm việc của nhân viên. Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H3c: *Văn hóa doanh nghiệp tốt có tác động thuận chiều đến kết quả làm việc của nhân viên.*

Bảng 1: Thang đo môi trường làm việc, thái độ, hành vi và kết quả làm việc

STT	Mã hoá	Thang đo	Nguồn tham khảo
Bầu không khí			
01	BKK01	Bầu không khí ở nơi làm việc luôn cởi mở	Litwin & cộng sự (1978), Alex (2001), Quilan (2001), Boyce & cộng sự (2003), Brenner (2004), Huges (2007), Bruce (2008)
02	BKK02	Mọi người thân thiết và thoải mái	
03	BKK03	Không khí làm việc vui vẻ	
04	BKK04	Mọi người chia sẻ và giúp đỡ nhau trong cuộc sống riêng tư	
Cấp trên (Mối quan hệ cấp trên – cấp dưới)			
01	CT01	Tôi nể phục năng lực cấp trên	Eisenberger & cộng sự (1986), Deci & cộng sự (1989), Edmondson (1999), Randall & cộng sự (1999), Eisenberger & cộng sự (2001)
02	CT02	Cấp trên luôn động viên, hỗ trợ khi cần thiết	
03	CT03	Cấp trên thân thiện, lắng nghe, tôn trọng nhân viên	
04	CT04	Cấp trên quan tâm đối xử công bằng với nhân viên	
05	CT05	Cấp trên thông báo kịp thời về những thay đổi trong công ty	
Văn hoá doanh nghiệp			
01	VHDN01	Hài lòng với nét đặc trưng trong phong cách cư xử, giao tiếp ở công ty	Wagner (1995), Fletcher (1998), Fletcher (1998), Ritchie (2000), Gardner & Schermerhorn (2004), Manetje & Martins (2009), Ouyang & cộng sự (2010)
02	VHDN02	Tôi được tổ chức tạo cơ hội phát triển sự nghiệp	
03	VHDN03	Chúng tôi có những điều cùng quan tâm chung	
04	VHDN04	Tôi thấy phù hợp với quan điểm, cách suy nghĩ của mọi người trong tổ chức	
05	VHDN05	Cấp trên luôn quan tâm đến đời sống nhân viên	
Thái độ làm việc tích cực của nhân viên			
01	TDLV01	Tôi luôn nhiệt tình với công việc	Thomas & Znaniecki (1918), Festinger (1964), Wicker (1969)
02	TDLV02	Tôi thấy có cảm hứng khi thực hiện công việc	
03	TDLV03	Tôi thấy hạnh phúc khi đang làm việc	
04	TDLV04	Tôi luôn bùng cháy năng lượng làm việc và làm hết mình	
05	TDLV05	Tôi cảm thấy có đóng góp chung vào thành công của tổ chức	
06	TDLV06	Tôi cảm thấy có cơ hội học hỏi khi thực hiện công việc của mình	
Hành vi tích cực của nhân viên			
01	HVNV01	Tôi sẽ làm thêm giờ để công việc có thể được hoàn thành sớm	Parker & cộng sự (2000), Parker & cộng sự (2006).
02	HVNV02	Tôi luôn chủ động tìm cách để cải tiến công việc	
03	HVNV03	Tôi luôn giúp đỡ đồng nghiệp khi được đề nghị	
04	HVNV04	Tôi luôn góp ý để cải thiện các hoạt động chung	
05	HVNV05	Tôi luôn góp ý để đồng nghiệp có thể thực hiện tốt hơn công việc của họ	
Kết quả làm việc			
01	KQLV01	Tôi đã hoàn thành các nhiệm vụ trong bản mô tả công việc	Blau (1964), Foxon (1993), Boyce & cộng sự (2003), Bruce (2008), Nijman (2004), McCoy và Evans (2005).
02	KQLV02	Tôi đã hoàn thành đầy đủ những nhiệm vụ cấp trên giao	
03	KQLV03	Tôi đã đáp ứng các yêu cầu của công việc	
04	KQLV04	Tôi được đồng nghiệp đánh giá cao về kết quả làm việc	
05	KQLV05	Tôi được cấp dưới của mình đánh giá cao về kết quả công việc	
06	KQLV06	Tôi tự thấy mình hoàn thành tốt công việc so với người khác	
07	KQLV07	Tôi đạt kết quả như mong đợi	

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu trước

Hành vi tích cực tác động đến kết quả làm việc

Hành vi tích cực mang lại lợi ích cho tổ chức vì nó tác động đến hiệu suất tổng thể, doanh thu và sự thành công của tổ chức (Parker & cộng sự, 2006). Có thể thấy, khi nhân viên chủ động làm việc, linh hoạt, năng động hơn thì sẽ mang lại kết quả làm việc tốt hơn (Parker, 2000). Từ đó đưa ra giả thuyết:

- H4: Hành vi tích cực của nhân viên có tác động thuận chiều đến kết quả làm việc của họ

Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu được trình bày trong Hình 1. Mô hình cấu trúc tuyến tính được xây dựng với biến phụ thuộc là kết quả làm việc của nhân viên; biến độc lập là môi trường làm việc, biến phụ thuộc trung gian là thái độ và

Bảng 2: Thống kê mô tả và hệ số Cronbach Alpha

Biến quan sát	Trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu bị loại
Bầu không khí $\alpha=0,774$				
BKK01	4,411	0,778	0,648	0,682
BKK02	4,177	0,655	0,644	0,696
BKK03	3,996	0,830	0,700	0,649
BKK04	3,664	0,831	0,367	0,831
Cấp trên $\alpha=0,778$				
CT01	4,159	0,646	0,454	0,767
CT02	4,041	0,637	0,530	0,744
CT03	3,950	0,657	0,628	0,712
CT04	0,860	0,748	0,593	0,723
CT05	4,000	0,737	0,561	0,734
Văn hóa doanh nghiệp $\alpha=0,782$				
VHDN01	4,173	0,694	0,544	0,745
VHDN02	4,186	0,632	0,543	0,746
VHDN03	3,977	0,630	0,647	0,713
VHDN04	3,646	0,716	0,495	0,763
VHDN05	3,973	0,689	0,566	0,738
Thái độ làm việc tích cực $\alpha=0,804$				
TDLV01	4,332	0,560	0,539	0,779
TDLV02	4,359	0,614	0,554	0,775
TDLV03	4,305	0,664	0,642	0,754
TDLV04	4,210	0,716	0,647	0,752
TDLV05	4,159	0,625	0,507	0,785
TDLV06	4,164	0,582	0,480	0,791
Hành vi tích cực của nhân viên $\alpha=0,775$				
HVNV01	3,986	0,569	0,347	0,794
HVNV02	4,218	0,578	0,555	0,731
HVNV03	4,214	0,608	0,613	0,710
HVNV04	4,136	0,662	0,691	0,679
HVNV05	4,141	0,643	0,539	0,736
Kết quả làm việc $\alpha=0,854$				
KQLV01	3,968	0,622	0,566	0,841
KQLV02	4,136	0,682	0,613	0,834
KQLV03	4,086	0,624	0,631	0,833
KQLV04	3,914	0,713	0,697	0,822
KQLV05	3,691	0,857	0,613	0,838
KQLV06	3,877	0,701	0,619	0,834
KQLV07	3,991	0,709	0,606	0,835

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu

hành vi của nhân viên.

2.2.2. Thang đo

Tất cả thang đo các khái niệm trong nghiên cứu là thang đo đa biến. Thang đo Likert 5 điểm (1: Rất không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Trung lập; 4: Đồng ý; và 5: Rất đồng ý) được sử dụng để đo lường các biến quan sát. Các thang đo được hình thành trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước và tham khảo ý kiến các chuyên gia (Bảng 1).

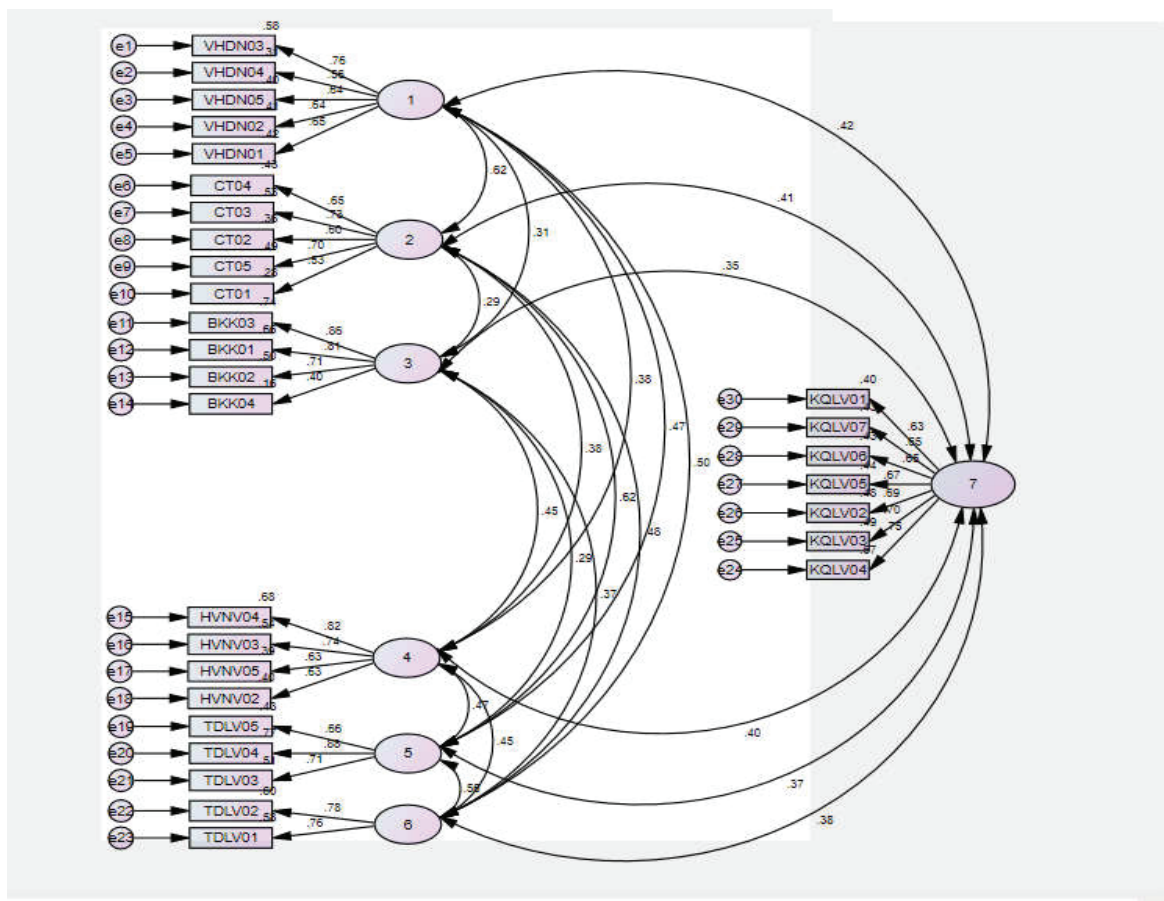
2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính được tiến hành với 5 chuyên gia tại Công ty TNHH Autogrill VFS F&B và 5 chuyên gia tại Công ty Cổ phần Đầu tư AVI dưới hình thức phỏng vấn cá nhân nhằm xác nhận mối liên hệ giữa các yếu tố trong mô hình và kiểm tra mức độ phù hợp của thang đo định lượng về môi trường làm việc, thái độ, hành vi và kết quả công việc của nhân viên. Hai công ty này được chọn vì đây là hai công ty lớn kinh doanh các dịch vụ chính yếu tại sân bay Tân Sơn Nhất. Công ty TNHH Autogrill VFS F&B kinh doanh ẩm thực trên toàn quốc gia, có chi nhánh tại các sân bay như Tân Sơn Nhất, Nội

Bài, Cam Ranh. Tại sân bay Tân Sơn Nhất, Autogrill VFS F&B có hơn 30 nhà hàng và cửa hàng. Công ty Cổ phần Đầu tư AVI là công ty duy nhất kinh doanh dịch vụ taxi sân bay. Các chuyên gia được chọn là các nhà quản lý cấp cao và cấp trung, được đào tạo bài bản và có ít nhất 7 năm kinh nghiệm. Cụ thể là với Autogrill VFS F&B, nhóm đã tiến hành khảo sát giám đốc nhân sự, trưởng phòng nhân sự, và 3 giám đốc quản lý 3 nhà hàng. Với Công ty Cổ phần Đầu tư AVI, nhóm đã tiến hành khảo sát trưởng phòng nhân sự, kế toán trưởng, kế toán kho, trưởng phòng vận hành, và quản lý nhân viên quầy.

Kích thước mẫu dự kiến được xác định là 4–5 lần các biến quan sát (theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2015). Trong nghiên cứu này có tất cả 32 biến quan sát, do đó kích thước mẫu sẽ là $32 \times 5 = 160$ mẫu. Khảo sát được thực hiện trên 220 đối tượng là nhân viên văn phòng, nhân viên bán hàng đang làm việc tại sân bay Tân Sơn Nhất. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện được lựa chọn vì nó dễ dàng trong việc tiếp cận các đối tượng phỏng vấn và khả thi trong thu thập thông tin, đồng thời tiết kiệm thời

Hình 2: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA



gian và chi phí. Khảo sát được thực hiện từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2017.

Phần mềm SPSS 20 được sử dụng để phân tích kết quả khảo sát. Các giá trị thống kê như tần số, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn dùng để mô tả đặc điểm của mẫu. Các giá trị để kiểm tra độ tin cậy của thang đo như: hệ số Cronbach's Alpha, kiểm tra độ phù hợp của mô hình, phân tích nhân tố khẳng định CFA và kiểm định mô hình SEM.

3. Kết quả và thảo luận

Mẫu nghiên cứu gồm 220 nhân viên đang làm việc tại sân bay Tân Sơn Nhất, đối tượng khảo sát gồm có nhân viên văn phòng, nhân viên bán hàng. Trong đó, số lượng nhân viên bán hàng là nhiều nhất (118 người chiếm 53.6%). Công ty Autogrill VFS F&B có số lượng khảo sát đông nhất chiếm 58.6%. Số lượng nhân viên làm việc từ 6 tháng trở lên chiếm tỉ lệ nhiều nhất (93 người, chiếm 42.3%), số lượng nhân viên làm việc nhiều hơn 1 năm chiếm tỉ lệ thấp nhất (20 người chiếm 9.1%).

3.1. Thống kê mô tả và kiểm định Cronbach Alpha

Bảng 2 cho thấy tất cả các biến đều thỏa mãn điều kiện Cronbach Alpha lớn hơn 0,7 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3.

3.2. Phân tích nhân tố khẳng định CFA

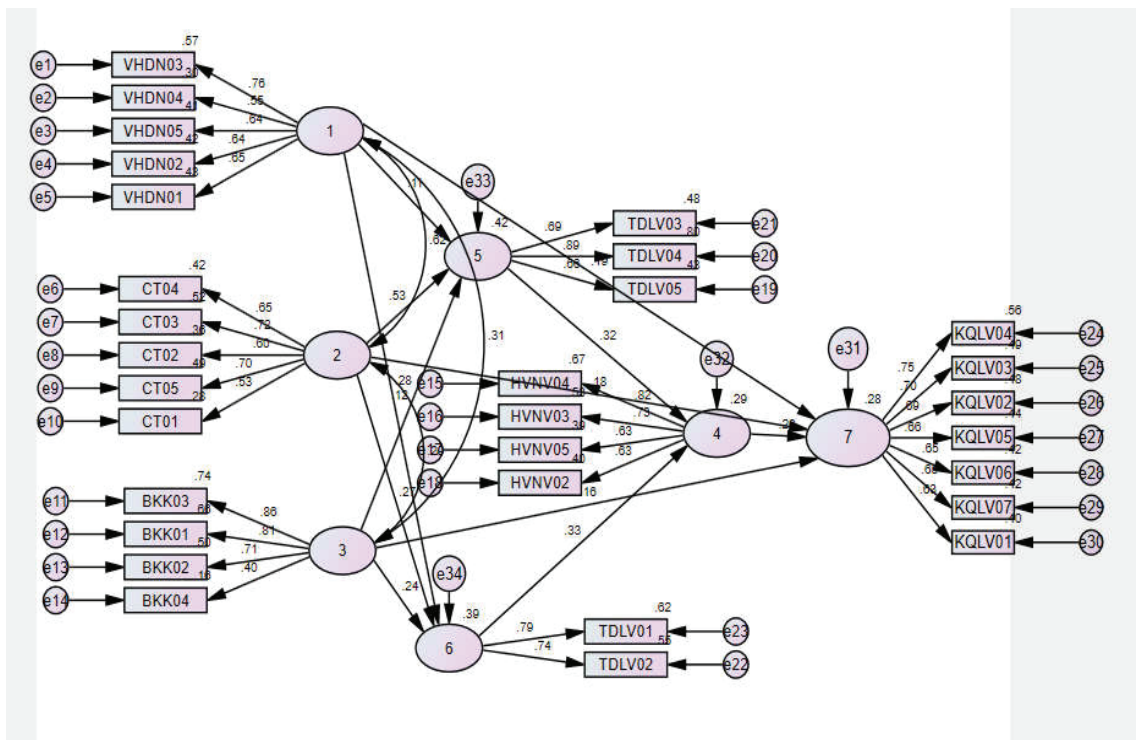
Các nhân tố lý thuyết được xây dựng và giả định là thang đo đa hướng, được kiểm chứng qua phân tích khám phá nhân tố. Vì vậy, trong bước phân tích khẳng định nhân tố ta chỉ xem xét mô hình tối hạn để đánh giá giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và tính tương thích của mô hình với dữ liệu thực tế. Kết quả phân tích CFA cho thấy chỉ số Chi-square/df = 1,778 nhỏ hơn 2, p-value = 0,000 có ý nghĩa về mặt thống kê, TLI= 0,866; CFI= 0,881 nhỏ hơn 0,9; chỉ số GFI= 0,830; NFI= 0,769; chỉ số RMSEA= 0,06 nhỏ hơn 0,5. Các công ty được khảo sát có sự khác biệt về tính chất công việc (nhân viên văn phòng thu ngân, phục vụ, nhân viên nhà hàng), trình độ học vấn nên nhận định vấn đề có sự khác nhau và có biến thiên.

3.3. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Sau khi phân tích CFA, mô hình SEM được sử dụng nhằm xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả làm việc.

Theo kết quả mô hình SEM thì thái độ làm việc được phân thành 2 biến nhỏ và được đặt tên là đam mê làm việc và chủ động làm việc. Kết quả ước lượng các trọng số thể hiện ở trên đều mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê ($P < 0,05$). Ta thấy yếu tố môi quan hệ với cấp trên tác động mạnh nhất đến đam mê làm việc (0,446) và có ý nghĩa thống

Hình 3: Kết quả SEM mô hình nghiên cứu



Bảng 3: Kết quả kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm trong mô hình

	Estimate	S.E.	C.R.	P
DMLV <--- VHDN	0,094	0,088	1,062	0,288
DMLV <--- CT	0,446	0,102	4,390	0,000
DMLV <--- BKK	0,069	0,042	1,657	0,098
CDLV <--- VHDN	0,271	0,108	2,496	0,013
CDLV <--- BKK	0,155	0,052	3,005	0,003
CDLV <--- CT	0,257	0,107	2,416	0,016
HVNV <--- DMLV	0,422	0,114	3,706	0,000
HVNV <--- CDLV	0,394	0,108	3,651	0,000
KQLV <--- HVNV	0,194	0,081	2,390	0,017
KQLV <--- CT	0,199	0,121	1,652	0,099
KQLV <--- VHDN	0,218	0,120	1,811	0,070
KQLV <--- BKK	0,120	0,057	2,084	0,037

kê tuyệt đối ($P=0,000 < 0,05$). Điều này cho thấy nhân viên cảm thấy đam mê làm việc, hạnh phúc và luôn thấy bùng cháy năng lượng là do cách cư xử đúng mực cũng như quan hệ tốt đẹp giữa họ và cấp trên. Yếu tố bầu không khí ít ảnh hưởng đến đam mê làm việc nhất (0,069) và có ý nghĩa thống kê 90,2% ($P= 0,098$). Yếu tố văn hóa doanh nghiệp tác động ít đến đam mê làm việc của nhân viên (0,094) và có ý nghĩa thống kê thấp 71,2% ($P= 0,288$).

Các yếu tố thuộc môi trường làm việc đều có tác động mạnh đến chủ động làm việc và đều có ý nghĩa thống kê ($P= 0,013$; 0,016; 0,003 đều $<0,05$). Trong đó, yếu tố văn hóa doanh nghiệp và mối quan hệ với cấp trên có tác động lớn hơn đến chủ động làm việc của nhân viên (0,271 và 0,257). Nhân viên được làm việc trong môi trường có văn hóa tích cực và được cấp trên quan tâm sẽ có tinh thần trách nhiệm cao và chủ động giải quyết các công việc.

Đam mê làm việc và sự chủ động làm việc cũng có tác động mạnh đến hành vi nhân viên (0,422 và 0,394) và có ý nghĩa thống kê tuyệt đối ($P = 0,000 < 0,05$). Nhân viên đam mê làm việc, cảm thấy hạnh phúc và sẵn sàng đóng góp chung vào thành công của tổ chức là do họ được cấp trên đối xử công bằng, thân thiện, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển. Mặt khác, nhân viên luôn chủ động, nhiệt tình, phấn khởi thì sẽ nhiệt tình hỗ trợ đồng nghiệp và quản lý của mình thực hiện các công việc tại nhà hàng/cửa hàng đạt kết quả cao.

Văn hóa doanh nghiệp, mối quan hệ với cấp trên, hành vi nhân viên và bầu không khí có tác động đến đam mê làm việc, kết quả có ý nghĩa thống kê

($P= 0,07$; 0,099; 0,017 và 0,037), trong đó văn hóa doanh nghiệp tác động nhiều nhất đến kết quả làm việc (0,218). Với nhân viên văn phòng thì kết quả làm việc bị ảnh hưởng bởi văn hóa doanh nghiệp nhiều hơn các yếu tố khác. Nhân viên tại nhà hàng/quầy có áp lực công việc lớn do họ phải làm việc tăng ca để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

4. Kết luận

Phương pháp nghiên cứu định lượng đã xem xét các yếu tố liên quan đến kết quả làm việc của nhân viên thông qua thái độ và biểu hiện hành vi của nhân viên. Các thang đo được xây dựng trên cơ sở lý thuyết và được phát triển khá phù hợp với bối cảnh thông qua kết quả thảo luận nhóm. Phân tích khẳng định nhân tố CFA và kiểm định mô hình SEM được thực hiện.

Kết quả cho thấy môi trường làm việc có tác động đến thái độ, hành vi nhân viên và kết quả làm việc của họ. Đồng thời hành vi nhân viên cũng tác động đến kết quả làm việc (0,194). Nhân viên luôn chủ động làm việc, tìm cách cải thiện các hoạt động chung, sẵn sàng giúp đỡ đồng nghiệp sẽ nâng cao kết quả làm việc. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Parker & cộng sự (2006).

Trong số các yếu tố thuộc về môi trường làm việc thì yếu tố mối quan hệ với cấp trên có tác động mạnh đến đam mê làm việc (0,446), bầu không khí ít tác động đến đam mê làm việc (0,069). Điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Ehlers (2003); Wesley & Muthuswamy (2008); Bellingham (2004).

Trong các yếu tố thuộc về môi trường làm việc thì

yếu tố văn hóa doanh nghiệp và cấp trên tác động khá mạnh đến sự chủ động làm việc của nhân viên (0,271; 0,257). Như vậy, văn hóa doanh nghiệp cũng là một yếu tố rất quan trọng để nâng cao khả năng làm việc của nhân viên.

Yếu tố thái độ làm việc thể hiện thông qua sự đam mê làm việc và chủ động làm việc có tác động mạnh đến hành vi nhân viên (0,422; 0,394). Điều này phù hợp với Ajzen (1988). Nhân viên làm việc tại sân bay Tân Sơn Nhất nhận thấy bầu không khí chưa thật sự thoải mái, vui vẻ, mọi người làm việc áp lực nên chưa có sự chia sẻ và giúp đỡ nhau nhiều.

Hàm ý quản lý

Kết quả nghiên cứu cho thấy để nhân viên sân bay Tân Sơn Nhất có kết quả làm việc tốt thì các doanh nghiệp kinh doanh tại đây cần có một môi trường làm việc tốt, phù hợp với nhân viên, cụ thể là cần có bầu không khí thoải mái, mối quan hệ cấp trên – cấp dưới và văn hóa doanh nghiệp phù hợp. Môi trường làm việc thuận lợi, ổn định, đảm bảo hạnh phúc của nhân viên sẽ giúp nhân viên tự nhận ra vai trò của họ, thúc đẩy tạo ra năng suất cao hơn, làm việc nhiệt tình và say mê hơn. Các doanh nghiệp có thể tạo thêm nhiều chương trình hơn nữa để nhân viên có một môi trường làm việc thoải mái; chẳng hạn như các chương trình thi đua “nhân viên được nhiều người yêu thích nhất”, tổ chức sinh nhật, cuộc thi cắm hoa, nấu ăn vào các dịp lễ.

Cấp trên đóng một vai trò rất quan trọng đến thái độ làm việc của nhân viên, đặc biệt là đối với sự đam mê làm việc. Cấp trên cần thể hiện sự quan tâm của mình đối với nhân viên, thường xuyên thăm hỏi và giúp đỡ những nhân viên có hoàn cảnh khó khăn. Cấp trên cần tận dụng được mối quan hệ tốt với cấp dưới, sẵn sàng hỗ trợ và tránh kiểm soát quá mức để khuyến khích việc nhận thức và tạo cho nhân viên một tâm lý an toàn, giúp nhân viên nâng cao tinh thần, thái độ cũng như sự sáng tạo trong công việc. Các nhà lãnh đạo cần ý thức rằng sự quan tâm và đối xử công bằng của họ với cấp dưới sẽ giúp mang lại hiệu quả công việc hơn.

Các doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp bởi đó là một yếu tố đặc thù của mỗi doanh nghiệp, có khả năng ảnh hưởng đến tư tưởng, tình cảm, các hoạt động giao tiếp và thực hiện công việc trong tổ chức. Các doanh nghiệp kinh doanh khai thác tại sân bay Tân Sơn Nhất cần đầu tư để xây dựng văn hóa doanh nghiệp thông qua một quá trình dài hạn, bằng cách tạo ra và truyền thông các giá trị chung, các hành vi ứng xử được chấp nhận và thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau trong tổ chức. Các doanh nghiệp cũng cần hội nhập nội bộ và tạo ra sự phối hợp, gắn kết giữa các thành viên tổ chức, thông qua các chương trình học tập, đào tạo hội nhập, đào tạo nâng cao năng lực, chương trình giao lưu, huấn luyện nhân viên hướng tới mục tiêu chung của tổ chức. Nhờ đó thúc đẩy xây dựng văn hóa chung để

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, personality, and behavior*, Chicago: Dorsey.
- Akinyele S. T. (2010), ‘The influence of work environment on workers productivity: A case study of selected oil and gas industry in Lagos, Nigeria’, *African Journal on Business Management* 4(3), 299–307.
- Alderfer, C. P. (1969), ‘An empirical test of a new theory of human needs’, *Organizational behavior and human performance*, 4(2), 142-175.
- Bass, B. (1990), *Handbook of Leadership*, Free Press, New York, NY.
- Bellingham, R. (2004), *Job satisfaction survey*, Wellness council of America.
- Blau, P. (1964), *Exchange and power in social life*, New York: John Wiley.
- Boyce, P., Veitch, J., Newsham, G., Myer, M. & Hunter, C. (2003), *Lighting quality and office work: A field simulation study*, Ottawa, Canada: U.S. Dept. of Energy & National Research Council of Canada.
- Brenner, P. (2004), ‘Workers physical surrounding’, *Impact bottom line accounting*, monographic materials on SmartPros.com.
- Bruce (2008), ‘How much can noise affect your worker’s productivity’, Truy cập ngày 29/6/2016 from <http://www.office-sound-masking.com/2008/02/29>.

- Bryman, A. (1992), *Charisma and Leadership in organizations*, London: Sage
- Collins, J & Porras, J (1996), *Built to Last*, Random House, London.
- Deci, E. L., Connell, J. P. & Ryan, R. M. (1989), 'Self-determination in a work organization', *Journal of Applied Psychology*, 74(4), 580-590.
- Edmondson, A. (1999), 'Psychological safety and learning behavior in work teams'. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350-383.
- Ehlers N, L. (2003), 'The relationship of communication satisfaction, job satisfaction, and self-reported absenteeism', Master thesis, Miami University Oxford, Ohio.
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D. & Rhoades, L. (2001), 'Reciprocation of perceived organizational support' *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 42-51.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986), 'Perceived organizational support', *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
- Festinger, L. (1964), 'Behavioral support for opinion change', *The Public Opinion Quarterly*, 28, 404-417.
- Fletcher, D.E. (1998), 'Effects of organizational commitment, job involvement, and organizational culture on the employee voluntary turnover process', Doctoral Dissertation, Texas Tech University, Department of Psychology, U.S.A.
- Foxon, M. (1993), 'A process approach to the transfer of training, Part 1: The impact of motivation and supervisor support on transfer maintenance', *Australian Journal of Educational Technology*, 9(2), 130-143.
- Gardner, W. L., & Schermerhorn, J. R., Jr. (2004), 'Unleashing individual potential: Performance gains through positive organizational behavior and authentic leadership', *Organizational Dynamics*, 33, 270-281.
- Herzberg, Frederick (1959), *The motivation to work*, New York, Wiley Publisher.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2015), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D. & Sanders, G. (1990), 'Measuring Organizational Cultures: A. Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases', *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286-316.
- Houghton J. D. & Yoho S. K., (2005), 'Toward a contingency model of leadership and psychological empowerment: when should self-leadership be encouraged?,' *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11(4), 65-78.
- Huges, J. (2007), 'Office design in pivotal to employee productivity', Sandiego Source, *The Daily Transcript*, July, 2007.
- Kohun, S. (1992), *Business environment*, Ibadan: University Press.
- Kotter, E. H. & Heskett, O. K. (1992), 'Culture: The Missing Concept in Organizational Studies', *Administrative Science Quarterly*, 4(2), 229-240.
- Litwin, G. H., Humphrey, J. W., & Wilson, T. B. (1978), 'Organizational climate: A proven tool for improving performance', In W. W. Burke (Ed.), *The cutting edge: Current theory and practice in organization development*: 187-205.
- Manetje, O. & Martins, N. (2009), 'Relationship between organisational culture and organisational commitment', *South African Business Review*, 13(1), 87-111.
- Manz, C. & Sims, H. (1991), 'Super leadership: beyond the myth of heroic leadership', *Organizational Dynamics*, 2, 18-35.
- Maslow, Abraham (1943), 'A Theory of Human Motivation', *Psychological Review*, 50 (4), 370-396.
- McClelland, D.C. & Winter, D.G. (1969), *Motivating Economic Achievement*, NY: Free Press.
- McCoy, J. M., & Evans, G. W. (2005), 'Physical work environment', In: J. Barling, E. K. Kelloway and M. R. Frone (Eds.), *Handbook of Work Stress*, Thousand Oaks, CA: Sage Publication, 219-245.
- Michael, W. & Alex, B. (2013), 'Positive employee attitudes: how much human resource management do you need?' *Human Relations*, 66 (3). 385-406.

- Nijman, D. J. J. (2004), 'Differential effects of supervisor support on transfer of training', Doctoral dissertation, University of Twente. Enschede.
- Ouyang, Y., Cheng, C. H. & Hsieh, C. J. (2010), 'Does LMX enhance the job involvement of financial service personnel by the mediating roles?' *Problems and Perspectives in Management*, 8(1), 174-181.
- Parker, S. K. (2000), 'From passive to proactive motivation: The importance of flexible role orientations and role breadth self-efficacy', *Applied Psychology: An International Review*, 49, 447-469.
- Parker, S. K., Williams, H. M., & Turner, N. (2006), 'Modeling the antecedents of proactive behaviour at work', *Journal of Applied Psychology*, 91, 636-652.
- Quilan, M. (2001), 'Precarious employment: Work re-organization and the factoring of OHS management', *International Journal of Systematic Occupational Health and Safety Management*, 24(10), 175-178.
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A. & Birjulin, A. (1999), 'Organizational politics and organizational support as predictors of work attitudes, job performance, and organizational citizenship behavior', *Journal of Organizational Behavior*, 20(2), 159-174.
- Ritchie M. (2000), 'Organizational culture: An examination of its effect on the initialization process and member performance', *Southern Business Review*, 25, 1-13.
- Sarros, J. & Woodman, D. (1993), 'Leadership in Australia and its organizational outcomes', *Leadership and Organizational Development Journal*, 14(4), 3-9.
- Thomas, W. L & Znaniecki, F. (1918), 'The Polish Peasant in Europe and America', Vol. 1. Boston: Badger. P. 526.
- Wagner, J.A. (1995), 'Studies of individualism-collectivism: effects on cooperation groups', *Academy of Management Journal*, 38, 152-172.
- Wesley, J.H. & Muthuswamy, P.R. (2008), 'Work role characteristics as determinants of job satisfaction: An Empirical Analysis', *XIMB Journal of Management*, 5 (1), 65 - 74.
- Wicker, A. W. (1969), 'Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects', *Journal of Social Issues*, 25, 41-78.

MỐI QUAN HỆ GIỮA CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU ĐIỂM ĐẾN: TRƯỜNG HỢP THÀNH PHỐ HỘI AN, VIỆT NAM

Trần Trung Vinh

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

Email: vinhht@due.edu.vn

Ngày nhận: 24/10/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/12/2017

Ngày duyệt đăng: 20/01/2018

Tóm tắt:

Nghiên cứu nhằm kiểm định mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu điểm đến. Mẫu được thu thập từ 275 khách du lịch nội địa đã và đang đi du lịch tại Hội An. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy: (1) nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh thương hiệu điểm đến và chất lượng cảm nhận điểm đến nhưng không có sự tác động thuận chiều đến trung thành thương hiệu điểm đến; (2) hình ảnh thương hiệu điểm đến ảnh hưởng thuận chiều đến chất lượng cảm nhận điểm đến và trung thành thương hiệu điểm đến; (3) chất lượng cảm nhận điểm đến có tác động tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách được đề xuất cho các nhà quản trị điểm đến Hội An.

Từ khóa: tài sản thương hiệu điểm đến, du khách nội địa, Hội An, SEM

Relationships Among Components of Destination Brand Equity: Evidence from Hoian City, Vietnam

Abstract:

This study is conducted for testing the relationships between components of destination brand equity. Samples were collected from 275 domestic tourists who have visited Hoian city, Vietnam. A structural equation modeling was employed in this research. The results indicate that (i) destination brand awareness has a significant positive effect on destination brand image, and destination perceived quality does not influence destination brand loyalty; (ii) destination brand image has a positive impact on destination perceived quality and destination brand loyalty; (iii) destination perceived quality has a significant positive impact on destination brand loyalty. Finally, these findings have implications for destination marketers.

Keywords: Destination brand equity, domestic tourists, Hoian, SEM

1. Giới thiệu

Tài sản thương hiệu là một chủ đề dành được nhiều sự quan tâm và nghiên cứu trong những năm gần đây. Nghiên cứu về tài sản thương hiệu không chỉ dừng lại ở sản phẩm hữu hình hay dịch vụ mà đã có sự lan tỏa sang điểm đến du lịch. Ở phạm vi quốc tế đã có khá nhiều các nghiên cứu về tài sản thương hiệu điểm đến (Konecnik, & Gartner, 2007;

Boo & cộng sự, 2009; Konecnik, 2010; Pike & cộng sự, 2010; Yuwo & cộng sự, 2013; Kashif & cộng sự, 2015; Ghafari & cộng sự, 2017; Taskin & cộng sự, 2017).

Nghiên cứu về tài sản thương hiệu của các điểm đến tại Việt Nam cũng đã được các nhà nghiên cứu trong nước triển khai nhưng số lượng là không nhiều. Chỉ có hai nghiên cứu lấy bối cảnh tại Việt Nam và

đều chọn Đà Nẵng là điểm đến được thực hiện bởi Trần & cộng sự (2015) và Trần & cộng sự (2017). Trong hai nghiên cứu này, về mặt lý thuyết thì yếu tố hình ảnh thương hiệu được nhóm tác giả sử dụng giới hạn trong hình ảnh xã hội (social image) và hình ảnh cá nhân của tính cách thương hiệu (self-image of brand personality). Do đó, đo lường về khái niệm hình ảnh thương hiệu có nội dung tập trung chủ yếu vào hình ảnh tự thân của khách hàng (customers' self-concepts) (Aaker, 1996). Điều này dẫn đến việc đo lường thiên về sự phù hợp giữa hình ảnh điểm đến và hình ảnh tự thân mà ít đề cập đến sự đánh giá của du khách về những lợi ích mà điểm đến đã mang lại.

Trong khi đó, các nghiên cứu gần đây (Savaş & cộng sự, 2013; Kashif & cộng sự, 2015) hình ảnh hương hiệu điểm đến được đo lường bởi hai cấu trúc thành phần của nó là hình ảnh nhận thức (cognitive image) và hình ảnh cảm tính (affective image). Với cách tiếp cận này, hình ảnh thương hiệu điểm đến đã không những đề cập đến sự phù hợp giữa hình ảnh điểm đến với hình ảnh tự thân của du khách ở mặt cảm nhận cảm tính, mà còn thể hiện sự đánh giá của du khách về những lợi ích mà điểm đến mang lại cho họ dưới dạng đặc tính vật lý (physical characteristics), con người và những sự kiện được tổ chức ở điểm đến đó (İlban & cộng sự, 2008; Savaş & cộng sự, 2013).

Do vậy, mục đích và đóng góp của nghiên cứu này là kiểm định thang đo hình ảnh thương hiệu điểm đến với hai thành phần là hình ảnh nhận thức và hình ảnh cảm tính được đề xuất bởi Savaş & cộng sự (2013) trong một bối cảnh mới là điểm đến Hội An và mẫu nghiên cứu mới là khách du lịch nội địa.

Hội An được chọn vì đây là một di sản văn hóa thế giới và từ lâu đã trở thành một điểm đến được mong đợi đối với du khách trong và ngoài nước. Mặc dù tỷ trọng khách du lịch nội địa đến với Hội An ít hơn khách du lịch quốc tế (theo số liệu Phòng thương mại và du lịch Thành phố Hội An, số lượt khách nội địa trong năm 2016 là 1,287 triệu, chiếm 49,5% tổng số lượt khách) nhưng đây là đối tượng khách quan trọng, nhất là trong những mùa thấp điểm về khách quốc tế. Vì thế, một nghiên cứu về tài sản thương hiệu điểm đến tại Hội An đối với du khách nội địa là cần thiết. Kết quả rút ra từ nghiên cứu này sẽ góp phần giúp cho các nhà quản trị điểm đến có được những thông tin cơ bản về mối quan hệ giữa các yếu

tố cấu thành tài sản thương hiệu điểm đến Hội An. Đây được xem là một trong những tiền đề trong việc xây dựng các chính sách du lịch và marketing cho điểm đến Hội An.

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

2.1. Tài sản thương hiệu và áp dụng tài sản thương hiệu đối với điểm đến

Theo Aaker (1991), tài sản thương hiệu là “tập hợp các giá trị gắn liền với tên hoặc biểu tượng của thương hiệu, những giá trị này sẽ được cộng vào sản phẩm hay dịch vụ nhằm gia tăng giá trị đối với những người liên quan”. Về sau, mặc dù có nhiều định nghĩa về tài sản thương hiệu được các nhà nghiên cứu khác đề xuất nhưng nhìn chung, những định nghĩa đó có nội dung khá tương đồng với định nghĩa của Aaker (1991). Hơn nữa, mô hình được Aaker (1991) đề xuất là một trong những mô hình được trích dẫn và áp dụng để khảo sát thực tế phổ biến nhất (Tong & Hawley, 2009).

Nghiên cứu đầu tiên áp dụng mô hình tài sản thương hiệu vào một điểm đến du lịch được thực hiện bởi Konecnik & Gartner (2007), tiếp đó là các nghiên cứu của Boo & cộng sự (2009); Pike & cộng sự (2010); Myagmarsuren & Chen (2011); Pike & Bianchi (2013); Taskin & cộng sự (2017). Khi áp dụng tài sản thương hiệu vào điểm đến, đa phần các nghiên cứu đã kế thừa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu của Aaker (1991), sau đó điều chỉnh và áp dụng vào điểm đến gồm bốn thành phần: nhận biết thương hiệu điểm đến (destination brand awareness), hình ảnh thương hiệu điểm đến (destination brand image), chất lượng cảm nhận điểm đến (destination perceived quality) và trung thành thương hiệu điểm đến (destination brand loyalty). Do đó, trong nghiên cứu này, nhóm tác giả áp dụng các thành phần đã đề cập để kiểm tra các mối quan hệ nhân quả giữa chúng.

2.2. Các khái niệm nghiên cứu

2.2.1. Nhận biết thương hiệu điểm đến

Nhận biết thương hiệu được xem là sức mạnh về sự hiện diện của một thương hiệu trong tâm trí của khách hàng (Aaker, 1991). Trong lĩnh vực du lịch, nhận biết (awareness) có hàm ý chỉ về một hình ảnh điểm đến tồn tại trong tâm trí du khách tiềm năng (Gartner, 1993). Trong một số nghiên cứu khác, khái niệm này còn được gọi là điểm nổi bật của thương hiệu điểm đến (destination brand salience) (như nghiên cứu của Pike & cộng sự, 2010; Bianchi &

Pike, 2011; Pike & Bianchi, 2013) và hai thuật ngữ này đã được sử dụng gần như hoán đổi cho nhau. Nhận biết thương hiệu đóng một vai trò quan trọng trong việc lựa chọn điểm đến của du khách (Kashif & cộng sự, 2015); để xây dựng một điểm đến du lịch thành công, trước tiên phải tạo ra được sự nhận biết của du khách về điểm đến đó (Milman & Pizam, 1995). Mục tiêu của marketing điểm đến là nhằm mục đích nâng cao nhận biết của một điểm đến bằng cách tạo ra sự độc đáo thương hiệu (Jago & cộng sự, 2003).

2.2.2. Hình ảnh thương hiệu điểm đến

Hình ảnh thương hiệu được định nghĩa là “nhận thức về một thương hiệu được phản ánh bởi các liên tưởng thương hiệu được tổ chức trong bộ nhớ khách hàng” (Keller, 1993). Mặc dù hình ảnh thương hiệu điểm đến (được gọi tắt là hình ảnh điểm đến) được quan tâm nghiên cứu rộng rãi. Tuy vậy, chưa có một định nghĩa nào về khái niệm này được chấp nhận rộng rãi (Konecnik & Gartner, 2007). Hình ảnh điểm đến có thể được xem là bất kỳ điều gì liên kết trong tâm trí du khách về những thuộc tính của một thành phố cụ thể (Yuwo & cộng sự, 2013); là ấn tượng chung mà một du khách đối với một điểm đến (Rynes, 1991); là một hệ thống tương tác của những suy nghĩ, ý kiến, cảm xúc, hình ảnh trực quan và ý định hướng tới một điểm đến (Tasci & cộng sự, 2007). Về đo lường hình ảnh thương hiệu điểm đến, trong các nghiên cứu của Boo & cộng sự (2009), Trần & cộng sự (2015), Trần & cộng sự (2017), hình ảnh thương hiệu được đo lường giới hạn trong hình ảnh xã hội (social image) và hình ảnh cá nhân của tính cách thương hiệu (self-image of brand personality).

Ngược lại, trong các nghiên cứu của Martin & Del-Bosque (2008), Savaş & cộng sự (2013), Kashif & cộng sự (2015), hình ảnh điểm đến được đo lường bởi hai cấu trúc thành phần của nó là hình ảnh nhận thức và hình ảnh cảm tính. Theo đó, hình ảnh nhận thức thể hiện thông tin hay niềm tin mà du khách có được đối với điểm đến (Baloglu, 1999) và nó là kết quả của sự cảm nhận của họ về đặc tính vật lý con người và những sự kiện ở điểm đến đó (İlban & cộng sự, 2008; Savaş & cộng sự, 2013). Hình ảnh cảm tính thể hiện cảm xúc của du khách về một điểm đến (Kim & Richardson, 2003); nó là kết quả của sự đánh giá dựa trên cảm xúc mà điểm đến mang lại cho du khách (İlban & cộng sự, 2008; Savaş &

cộng sự, 2013). Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đo lường hình ảnh thương hiệu điểm đến với cấu trúc hai thành phần như đã đề cập.

2.2.3. Chất lượng cảm nhận điểm đến

Chất lượng cảm nhận là đánh giá chủ quan của khách hàng về tổng thể sự hoàn hảo hoặc vượt trội của một sản phẩm (Zeithaml, 1988). Đối với ngành du lịch, chất lượng cảm nhận điểm đến là một sự so sánh giữa cảm nhận thực tế và sự mong đợi của du khách về chất lượng dịch vụ của một điểm đến (Myagmarsuren & Chen, 2011). Tuy vậy, đánh giá chất lượng là một nhiệm vụ khó khăn vì việc đánh giá của du khách hàng thường trải qua những mốc thời gian khác nhau và với cả các tiêu chuẩn đánh giá cũng khác nhau. Theo Konecnik & Gartner (2007), chất lượng cảm nhận điểm đến là đánh giá tổng thể của khách du lịch về một điểm đến, hay đúng hơn là đánh giá về sự kết hợp của các sản phẩm, dịch vụ cũng như những trải nghiệm mà họ đã có được tại điểm đến đó. Cụ thể hơn, Pike & cộng sự (2010) cho rằng chất lượng cảm nhận điểm đến liên quan đến nhận thức về chất lượng của cơ sở hạ tầng, dịch vụ du lịch (hospitality services) và các tiện nghi của các cơ sở lưu trú.

2.2.4. Trung thành thương hiệu điểm đến

Trung thành thương hiệu thường được tiếp cận dưới hai góc độ chính, đó là: (1) Thái độ: là sự cam kết mà một khách hàng đã có với một thương hiệu (Aaker, 1991), là xu hướng trung thành với một thương hiệu tiêu điểm (focal brand) được chứng minh bởi ý định mua thương hiệu đó như là sự lựa chọn đầu tiên (Oliver, 1999); và (2) Hành vi: là mức độ mà một đơn vị đã mua thương hiệu nào đó trong một đơn vị thời gian (Javalgi & Moberg, 1997). Với ngành du lịch, so với cách tiếp cận hành vi, phương pháp tiếp cận thái độ thích hợp hơn để nghiên cứu lòng trung thành của du khách, vì du khách có thể trung thành với một điểm đến ngay cả khi họ không đến lại nơi này (Chen & Gursoy, 2001). Do vậy, trong nghiên cứu này nhóm tác giả tiếp cận lòng trung thành dưới góc độ thái độ. Theo đó, trung thành thương hiệu điểm đến được xem là ý định của du khách quay lại một điểm đến nào đó và cũng như sẵn sàng giới thiệu điểm đến đó với những người có liên quan (Myagmarsuren & Chen, 2011; Pike & Bianchi, 2013).

2.3. Mối quan hệ giữa các khái niệm nghiên cứu

2.3.1. Ảnh hưởng của nhận biết thương hiệu điểm

đến đến hình ảnh thương hiệu điểm đến, chất lượng cảm nhận điểm đến và trung thành thương hiệu điểm đến

Trong ngành du lịch, nhận biết điểm đến là một trong những chỉ số nhận thức quan trọng của hành vi khách du lịch (Woodside & Lysonski, 1989); và nhận thức thương hiệu về một điểm đến càng cao sẽ càng nâng cao hình ảnh thương hiệu điểm đến (Pike & cộng sự, 2010). Kết quả nghiên cứu của Pike & cộng sự (2010), Myagmarsuren & Chen (2011), Tran & cộng sự (2015) và Ghafari & cộng sự (2017) đã chứng minh rằng nhận biết thương hiệu điểm đến có tác động tích cực đến hình ảnh thương hiệu điểm đến. Bên cạnh đó, Keller (1993) cho rằng nhận biết dẫn dắt sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng của một thương hiệu. Mỗi quan hệ thuận chiều giữa nhận biết thương hiệu điểm đến và chất lượng cảm nhận điểm đến được khẳng định bởi các kết quả nghiên cứu thực tế của Pike & cộng sự (2010). Ngoài ra, theo Aaker & Keller (1990), một thương hiệu càng được nhận biết bởi khách hàng thì lòng trung thành họ dành cho thương hiệu đó sẽ tăng lên. Trong ngành du lịch, các kết quả từ các nghiên cứu thực nghiệm (Bianchi & Pike, 2011; Pike & Bianchi, 2013; Taskin & cộng sự, 2017) đã chỉ ra rằng nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến. Dựa trên các thảo luận ở trên, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết như sau:

H1: Nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh thương hiệu điểm đến.

H2: Nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh

hưởng tích cực đến chất lượng cảm nhận điểm đến.

H3: Nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến.

2.3.2. Ảnh hưởng của hình ảnh thương hiệu điểm đến đến chất lượng cảm nhận điểm đến và trung thành thương hiệu điểm đến

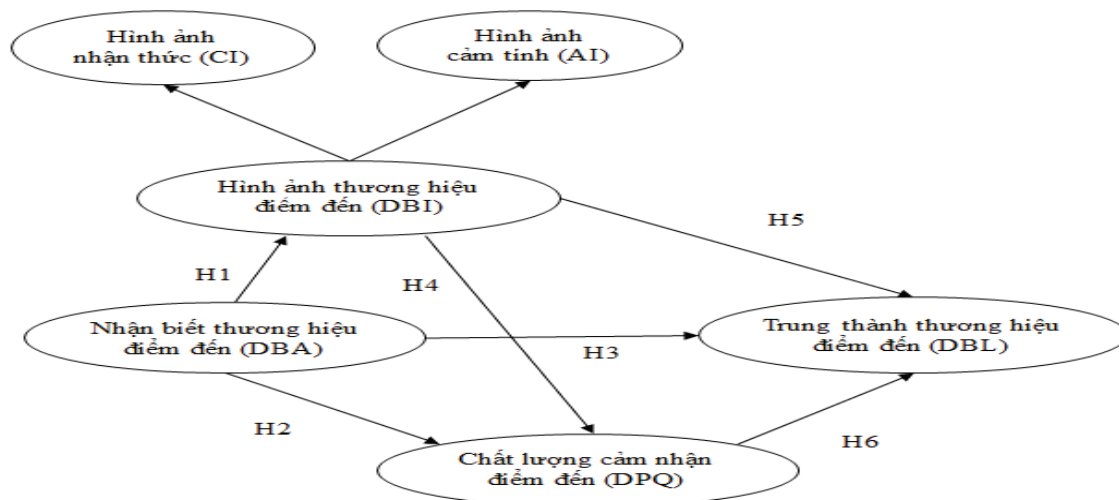
Keller (1993) cho rằng liên tưởng khách hàng về một thương hiệu sẽ dẫn dắt nhận thức của họ về chất lượng của thương hiệu đó. Đối với điểm đến du lịch, kết quả nghiên cứu của Myagmarsuren & Chen (2011) đã chỉ ra rằng hình ảnh thương hiệu điểm đến ảnh hưởng thuận chiều đến chất lượng cảm nhận điểm đến. Ngoài ra, Bigne & cộng sự (2001); Chang & Shin (2004) cho rằng tác động của hình ảnh thương hiệu không chỉ dừng lại ở giai đoạn lựa chọn điểm đến mà còn ảnh hưởng đến toàn bộ tiến trình ra quyết định lựa chọn của du khách. Một mối quan hệ tích cực giữa hình ảnh thương hiệu điểm đến và lòng trung thành của thương hiệu đích đã chứng minh trong các kết quả của nhiều nghiên cứu trước đây (như nghiên cứu của Boo & cộng sự, 2009; Bianchi & Pike, 2011; Pike & Bianchi, 2013; Kashif & cộng sự, năm 2015; Ghafari & cộng sự, 2017). Trên cơ sở này, các giả thuyết sau được đề nghị nghiên cứu như sau:

H4: Hình ảnh thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng cảm nhận điểm đến.

H5: Hình ảnh thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến.

2.3.3. Ảnh hưởng của chất lượng cảm nhận điểm đến đến trung thành thương hiệu điểm đến

Hình 1. Mô hình lý thuyết



Chất lượng sản phẩm tạo ra sức hấp dẫn, thu hút người mua và tạo lợi thế cạnh tranh đã được nhà nghiên cứu hàn lâm cũng như các nhà quản trị doanh nghiệp thực tế khẳng định. Trong lý thuyết Marketing, Keller & Lehmann (2003) đã quả quyết rằng chất lượng cảm nhận của khách hàng là yếu tố then chốt dẫn dắt lòng trung thành của họ đối với một thương hiệu. Trong ngành du lịch, các kết quả nghiên cứu của Boo & cộng sự (2009), Pike & cộng sự (2010), Ghafari & cộng sự (2017), Trần & cộng sự (2017) đã chỉ ra mối quan hệ thuận chiều giữa chất lượng cảm nhận điểm đến và trung thành thương hiệu điểm đến. Do vậy, giả thuyết được đề nghị như sau:

H6: Chất lượng cảm nhận điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến.

2.2.4. Mô hình đề nghị nghiên cứu

Dựa vào mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu điểm đến đã được bàn luận từ lý thuyết và các kết quả nghiên cứu đi trước, mô hình đề nghị nghiên cứu được trình bày ở Hình 1.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo

3.1.1. Mô tả thang đo

Các biến quan sát của những thang đo Nhận biết thương hiệu điểm đến (ký hiệu: DBA, gồm 4 biến quan sát); Chất lượng cảm nhận điểm đến (ký hiệu: DPQ, gồm 4 biến quan sát); và Trung thành thương hiệu điểm đến (ký hiệu: DBL, gồm 4 biến quan sát) được hiệu chỉnh từ nghiên cứu của Boo & cộng sự (2009). Thang đo Hình ảnh thương hiệu điểm đến được ký hiệu là DBI, gồm 16 biến quan sát; trong đó, có 13 biến CI (hình ảnh nhận thức) và 3 biến AI (hình ảnh cảm tính). Các biến quan sát này được trích từ nghiên cứu của Savaş & cộng sự (2013). Các thang đo sử dụng Likert bậc 5 (điểm 1: hoàn toàn không đồng ý; điểm 5: hoàn toàn đồng ý).

3.1.2. Kiểm định thang đo

Các thang đo này được lần lượt đánh giá thông qua các kiểm định: Phân tích nhân tố khám phá (EFA), hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khẳng định (CFA).

3.1.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu

Mô hình đề nghị nghiên cứu và các giả thuyết được kiểm định bằng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) với phần mềm AMOS 21.

3.2. Mẫu điều tra

Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp định lượng. Đáp viên được chọn là khách du lịch nội địa đã và đang tham quan, nghỉ dưỡng tại thành phố Hội An. Cuộc điều tra được tiến hành bằng hai cách: khảo sát trực tiếp và khảo sát online. Đối với hình thức khảo sát trực tiếp, nhóm nghiên cứu phỏng vấn nhóm khách du lịch đang trải nghiệm tại Hội An thông qua bản câu hỏi giấy. Địa điểm được lựa chọn để phỏng vấn là các điểm thăm quan nổi bật ở Hội An như làng gốm Thanh Hà, làng mộc Kim Bồng, phố đi bộ. Với cách thức khảo sát này, số bản câu hỏi phát ra là 90 và số bản câu hỏi thu về hợp lệ là 77. Để gia tăng tính toàn diện, nhóm tác giả đã thu thập thêm sự cảm nhận của nhóm khách du lịch đã trải nghiệm tại điểm đến này. Đối với nhóm khách hàng đã trải nghiệm, nhóm tác giả thu thập dữ liệu thông qua hình thức khảo sát online. Bản câu hỏi được tạo trên công cụ Google Docs, sau đó được đăng lên Facebook và gửi đường link đến các đáp viên. Số phiếu khảo sát hợp lệ thông qua hình thức online là 198. Tổng số câu trả lời hợp lệ và được đưa vào phân tích của cả hai cách thức là 275. Cuộc khảo sát được diễn ra từ tháng 4 đến tháng 5/2017. Kích thước và phân bố của mẫu được thể hiện ở Bảng 1.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định thang đo

4.1.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) và độ tin cậy Cronbach's alpha

Bảng 1. Mẫu và phân bố của mẫu

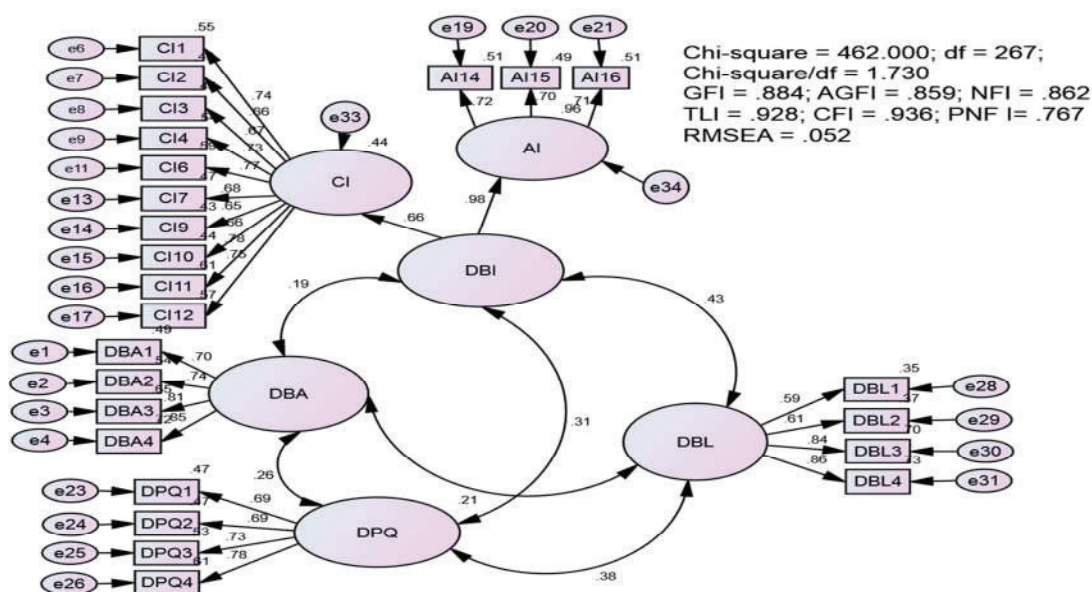
Giới tính		Độ tuổi			Thu nhập (triệu/tháng)			Khu vực sinh sống	
Nam	Nữ	< 30	31 - 45	> 45	< 4	4 - 15	> 15	Từ Huế trở ra Bắc	Từ Đà Nẵng trở vào Nam
88	187	160	79	36	132	116	27	157	118

Nguồn: Thống kê của nhóm tác giả

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
CI1	0,700				
CI2	0,666				
CI3	0,676				
CI4	0,732				
CI5	0,336				
CI6	0,788				
CI7	0,701				
CI8	0,457				
CI9	0,691				
CI10	0,679				
CI11	0,803				
CI12	0,749				
CI13	0,446				
DBA1	0,772				
DBA2	0,806				
DBA3	0,827				
DBA4	0,851				
DBL1			0,770		
DBL2			0,793		
DBL3			0,796		
DBL4			0,747		
DPQ1				0,788	
DPQ2				0,704	
DPQ3				0,812	
DPQ4				0,798	
AI14					0,747
AI15					0,658
AI16					0,724
Eigenvalue	7,672	3,236	2,474	1,825	1,211
Phương sai trích	27,400	11,588	8,836	6,517	4,326
Cronbach's alpha	0,910	0,855	0,820	0,813	0,753

Hình 2. Kết quả CFA của toàn bộ mô hình



Bảng 3. Kết quả độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích trung bình của các khái niệm

Khái niệm	Trọng số chuẩn hóa	CR	AVE	
DBA	DBA4 <--- DBA	0,846	0,856	0,599
	DBA3 <--- DBA	0,807		
	DBA2 <--- DBA	0,736		
	DBA1 <--- DBA	0,697		
DBI	CI <--- DBI	0,663	0,818	0,700
	AI <--- DBI	0,980		
DPQ	DPQ4 <--- DPQ	0,784	0,814	0,523
	DPQ3 <--- DPQ	0,731		
	DPQ2 <--- DPQ	0,688		
	DPQ1 <--- DPQ	0,687		
DBL	DBL1 <--- DBL	0,594	0,819	0,538
	DBL2 <--- DBL	0,606		
	DBL3 <--- DBL	0,836		
	DBL4 <--- DBL	0,857		

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) bằng phương pháp trích yếu tố Principal component với phép quay Varimax. Kết quả rút trích được 4 nhân tố (bảng 2) (trong đó, hình ảnh thương hiệu điểm đến gồm 2 thành phần) tại Eigenvalue là 1,211 (> 1); tổng phương sai trích là 58,637 % (> 50%), hệ số KMO là 0,859 (> 0,5); ý nghĩa thống kê của kiểm định Bartlett với Sig. = 0,000 (< 0,05). Ngoại trừ biến quan sát CI5, CI8 và CI13 có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 nên bị loại, thì hệ số tải nhân tố của các

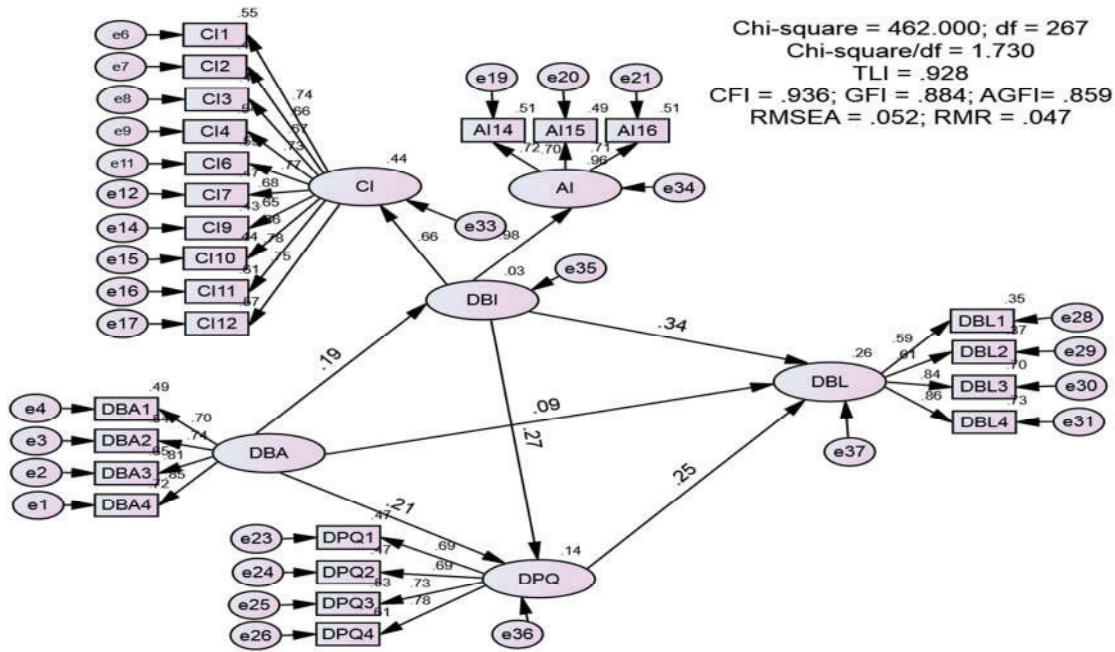
biến còn lại đều lớn hơn 0,5 nên được giữ lại trong phân tích Cronbach's Alpha.

Bảng kết quả phân tích Cronbach's alpha (bảng 2) cho thấy các thang đo đều đảm bảo tính nhất quán nội tại do có Cronbach's alpha lớn hơn 0,7 (Nunnally & Burnstein, 1994). Vì thế, các thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy.

4.1.2. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Sau khi phân tích nhân tố khẳng định đối với thang đo hình ảnh thương hiệu điểm đến được thực

Hình 3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)



Bảng 4. Mối quan hệ nhân quả và kết quả các giả thuyết nghiên cứu

Mối quan hệ	Es chuẩn hóa	t-value	p-value	Kết quả giả thuyết
DBI ← DBA (H1)	0,186	2,484	0,013	Chấp nhận
DPQ ← DBA (H2)	0,207	2,892	0,004	Chấp nhận
DBL ← DBA (H3)	0,086	1,275	0,202	Không chấp nhận
DPQ ← DBI (H4)	0,270	3,115	0,002	Chấp nhận
DBL ← DBI (H5)	0,342	3,541	0,000	Chấp nhận
DBL ← DPQ (H6)	0,248	3,223	0,001	Chấp nhận

hiện thông qua 2 bước là CFA bậc 1 (DBI first-order CFA) và CFA bậc 2 (DBI second-order CFA). Mô hình thang đo chung (hình 2) được tiến hành kiểm định, kết quả cho thấy mô hình có giá trị thống kê chi-bình phương là 462 với 267 bậc tự do ($p = 0,00$); chi-bình phương tương đối theo bậc tự do ($\text{cmin}/\text{df} = 1,730 < 2$). Các chỉ tiêu đo lường mức độ phù hợp khác đều đạt yêu cầu $\text{TLI} = 0,928 (> 0,9)$; $\text{CFI} = 0,936$; $\text{AGFI} (> 0,8)$; $\text{RMSEA} = 0,052 (< 0,08)$.

Trọng số chuẩn hóa của các thang đo đều lớn hơn 0,5 và đều có ý nghĩa thống kê $p < 0,05$, do đó các thang đo đạt được giá trị hội tụ. Các khái niệm nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp (CR) lớn hơn mức tối thiểu 0,6 (Bagozzi & Yi, 1988) và phương sai trích (AVE) lớn hơn mức đề nghị 0,5 (Hair & cộng sự, 1998) (bảng 3). Ngoài ra,

mối quan hệ giữa các khái niệm đều khác 1; do đó, các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt.

4.2. Kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Kết quả phân tích (hình 3) cho thấy mô hình có giá trị thống kê Chi bình phương là 462 với 267 bậc tự do ($p = 0,000$). Chi bình phương tương đối theo bậc tự do CMIN/df là 1,730 (< 3). Các chỉ tiêu khác như $\text{TLI} = 0,928$; $\text{CFI} = 0,936 (> 0,9)$ và $\text{RMSEA} = 0,052 (< 0,08)$ đều đạt yêu cầu và phù hợp với các tiêu chuẩn được Hu & Bentler (1999) đề nghị. Từ các chỉ số thống kê trên có thể khẳng định mô hình nghiên cứu thích hợp với bộ dữ liệu thị trường.

Kết quả ước lượng của các tham số trong mô hình nghiên cứu (bảng 4) cho thấy các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) ngoại trừ mối quan

hệ giữa nhận biết thương hiệu điểm đến (DBA) và trung thành thương hiệu điểm đến (DBL) có $p = 0,202 (> 0,05)$. Điều này đồng nghĩa với việc chấp nhận các giả thuyết H1; H2; H4; H5; H6 và bác bỏ giả thuyết H3 ($E_s = 0,086; p = 0,202$).

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu đã thể hiện sự tác động thuận chiều của nhận biết thương hiệu điểm đến đến hình ảnh thương hiệu điểm đến (0,186) (phù hợp với kết quả nghiên cứu của Myagmarsuren & Chen, 2011; Tran & cộng sự, 2015; Ghafari & cộng sự, 2017), chất lượng cảm nhận điểm đến (0,207) (tương tự với kết quả nghiên cứu từ Pike & cộng sự, 2010). Điều này phản ánh vai trò quan trọng của việc xây dựng yếu tố nhận biết thương hiệu điểm đến. Càng thành công bao nhiêu trong việc xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu, sẽ càng giúp Hội An có được những cảm nhận ấn tượng, tích cực về mặt hình ảnh lẫn cảm nhận về chất lượng của điểm đến này trong lòng du khách. Vì thế, Hội An nên phân bổ nguồn lực một cách thỏa đáng cho các chính sách quảng bá hình ảnh. Các chiến dịch quảng bá hình ảnh có thể được thực hiện thông qua các kênh như truyền hình, tạp chí du lịch, tổ chức sự kiện...

Nghiên cứu không ghi nhận nhận biết thương hiệu điểm đến có sự tác động tích cực trung thành thương hiệu điểm đến ($p = 0,202 > 0,1$). Điều này có thể được luận giải rằng Hội An là điểm đến nội địa; vì thế hầu hết du khách đều biết và thậm chí họ đã đến nhiều lần. Do đó, nhận biết về điểm đến này không ảnh hưởng đến việc họ có quay lại nơi này hay không. Tuy vậy, kết quả này không có nghĩa là nhận biết thương hiệu điểm đến không tác động tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến; nó chỉ hiển thị rằng chưa đủ độ tin cậy để khẳng định có sự tác động này.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng hình ảnh thương hiệu điểm đến có tác động tích cực đến chất lượng cảm nhận điểm đến (0,270) (phù hợp với kết quả nghiên cứu của Myagmarsuren & Chen, 2011; Tran & cộng sự, 2017) và trung thành thương hiệu điểm đến (0,342) (tương tự với kết quả nghiên cứu của Boo & cộng sự, 2009; Bianchi & Pike, 2011; Pike & Bianchi, 2013; Kashif & cộng sự, 2015; Ghafari & cộng sự, 2017). Điều này hàm ý rằng ngoài việc xây dựng yếu tố nhận biết thương hiệu cần phải xây dựng một hình ảnh thương hiệu Hội An

ấn tượng, độc đáo; đồng thời cần tiếp tục giữ gìn và phát huy những lợi thế mà tự nhiên và lịch sử - xã hội đã ban tặng cho thành phố này. Do đó, Hội An cần có sự đầu tư lớn để bảo tồn các di tích văn hóa lịch sử và các cảnh đẹp thiên nhiên; cũng như đầu tư cho công tác nghiên cứu thị trường, trong đó có yếu tố quan trọng là tâm lý du khách. Từ đó, trong tất cả các giai đoạn như quảng bá, cung cấp các sản phẩm (dịch vụ), hậu mãi cần có các chính sách phù hợp với những nhu cầu tâm lý ấy.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ rõ chất lượng cảm nhận điểm đến có ảnh hưởng thuận chiều đến trung thành thương hiệu điểm đến (0,248) (tương đồng với kết quả từ nghiên cứu của Boo & cộng sự, 2009; Pike & cộng sự, 2010; Ghafari & cộng sự, 2017; Tran & cộng sự, 2017). Điều này hàm ý rằng một khi du khách có cảm nhận về chất lượng của Hội An càng cao thì càng nhiều khả năng cá nhân họ (và giới thiệu cho những người khác) sẽ quay lại trải nghiệm điểm đến này trong tương lai. Vì thế, doanh nghiệp du lịch, người dân và chính quyền Hội An cần liên tục nâng cao chất lượng dịch vụ mà mình cung cấp nhằm đáp ứng cao hơn nữa yêu cầu ngày càng khắt khe từ du khách. Đây là yếu tố quan trọng nhằm gây dựng lòng trung thành của du khách đối với điểm đến này.

6. Kết luận, hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu đã kiểm định mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu điểm đến với trường hợp cụ thể là thành phố Hội An. Kết quả nghiên cứu cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thu thập. Về các giả thuyết nghiên cứu, kết quả chỉ ra: (1) nhận biết thương hiệu điểm đến có ảnh hưởng tích cực đến hình ảnh thương hiệu điểm đến và chất lượng cảm nhận điểm đến nhưng không tác động tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến; (2) hình ảnh thương hiệu điểm đến ảnh hưởng thuận chiều đến chất lượng cảm nhận điểm đến và trung thành thương hiệu điểm đến; (3) chất lượng cảm nhận điểm đến có tác động tích cực đến trung thành thương hiệu điểm đến. Các kết quả rút ra từ nghiên cứu này cung cấp cho các nhà quản trị điểm đến Hội An có liên quan quan một số hàm ý chính sách.

Bên cạnh các ý nghĩa đạt được về mặt học thuật lẫn thực tiễn, nghiên cứu này vẫn còn những hạn chế không tránh khỏi:

Một là, mô hình đề nghị nghiên cứu chỉ được kiểm định với 275 du khách. Vì vậy, các kết quả rút ra có thể chưa mang tính khái quát cao đối với du khách nội địa tại Hội An. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo nên được tiến hành với độ lớn của mẫu lớn hơn nhằm để kết quả rút ra mang tính đại diện và tổng quan cao hơn.

Hai là, nghiên cứu này chỉ tiến hành với du khách nội địa nên đã không thể cung cấp các kết quả nghiên cứu liên quan đến du khách quốc tế. Bởi vậy, nghiên cứu tương lai cần tiến hành khảo sát thực tế đi đến Hội An với các phần tử của mẫu là du khách quốc tế để có cái nhìn tổng quan hơn về mối quan hệ giữa các yếu tố cấu thành tài sản thương hiệu của điểm đến này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Aaker, D.A. & Keller, K.L. (1990), 'Consumer evaluations of brand extensions', *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Aaker, D.A. (1991), *Managing Brand Equity*, Free Press, New York.
- Aaker, D.A. (1996), *Building Strong Brands*, Free Press, New York.
- Bagozzi, R.P. & Yi, Y. (1988), 'On the evaluation of structural equation models', *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Baloğlu, Ş. (1999), 'A path analytic model of visitation intention involving information sources, socio-psychological motivations, and destination image', *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8(3), 81-91.
- Bianchi, C. & Pike, S.D. (2011), 'Antecedents of destination brand loyalty for a long-haul market: Australia's destination loyalty among Chilean travelers', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(7), 736-750.
- Bigne, J.E., Sanchez, M.I. & Sanchez, J. (2001), 'Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: interrelationship', *Tourism Management*, 22(1), 607-616.
- Boo, S., Busser, J. & Baloglu, S. (2009), 'A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations', *Tourism Management*, 30(2), 219-231.
- Chang, K.H. & Shin, J.L. (2004), 'The relationship between destination cues of Asian countries and Korean tourist images', *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 16(2), 82-100.
- Chen, J.S. & Gursoy, D. (2001), 'An investigation of tourists' destination loyalty and preferences', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79-85.
- Gartner, W.C. (1993), 'Image formation process', *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), 191-215.
- Ghafari, M., Ranjbarian, B. & Fathi, S. (2017), 'Developing a brand equity model for tourism destination', *International Journal of Business Innovation and Research*, 12(4), 484-507.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (1998), *Multivariate Data Analysis* (5th ed.), Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hu, L. & Bentler, P.M. (1999), 'Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives', *Journal Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- İlban, O.M., Köroğlu, A. & Bozok, D. (2008), 'Termal turizm amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Gönen örneği', *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 105 -129.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T. & Ali, S. (2003), 'Building events into destination branding: insights from experts', *Event Management*, 8(1), 3-14.
- Javalgi, R.R. & Moberg, C.R. (1997), 'Service Loyalty: Implications for Service Providers', *Journal of Services Marketing*, 11(3), 165-179.
- Kashif, M., Samsi, S.Z.M. & Sarifuddin, S. (2015), 'Brand equity of lahore fort as a tourism destination brand', *Revista de Administração de Empresas*, 55(4), 432-443.
- Keller, K.L. & Lehmann, D.R. (2003), 'How do brands create value', *Marketing Management*, 12(3), 26-31.
- Keller, K.L. (1993), 'Conceptualizing, measuring, and managing customers-based brand equity', *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.

- Kim, H. & Richardson, S.L. (2003), 'Motion picture impacts on destination images', *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
- Konecnik, M. & Gartner, W.C. (2007), 'Customer-based brand equity for a destination', *Annals of Tourism Research*, 34(2), 400-421.
- Konecnik, M. (2010), 'Extending the tourism destination image concept into customer-based brand equity for a tourism destination', *Ekonomika istraživanja*, 23(3), 24-42.
- Martin, S.H. & Del-Bosque, I.A.R. (2008), 'Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation', *Tourism Management*, 29(2), 263-277.
- Milman, A. & Pizam, A. (1995), 'The role of awareness and familiarity with a destination: The Central Florida Case', *Journal of Travel Research*, 33(3), 21–27.
- Myagmarsuren, O. & Chen, C. (2011), 'Exploring relationships between destination brand equity, satisfaction, and destination loyalty: a case study of Mongolia', *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 3(2), 81-94.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994), *Psychometric Theory* (3rd ed.), McGraw-Hill, New York, NY.
- Oliver, R.L. (1999), 'Whence consumer loyalty', *Journal of Marketing*, 63(4), 33–44.
- Pike, S. & Bianchi, C. (2013), 'Destination brand equity for Australia: testing a model of CBBE in short haul and long haul markets', *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20(10), 1-21.
- Pike, S., Bianchi, C., Kerr, G. & Patti, C. (2010), 'Consumer-based brand equity for Australia as a long haul tourism destination in an emerging market', *International Marketing Review*, 27(4), 434-449.
- Rynes, S.L. (1991), 'Recruitment, job choice, and post-hire consequences: A call for new research directions', *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 399-444.
- Savaş, A., Burçin, C.C. & İbrahim, K. (2013), 'The effect of destination image on destination loyalty: an application in Alanya', *European Journal of Business and Management*, 5(13), 124-136.
- Tasci, A.D.A., Gartner, W.C. & Cavusgil, S.T. (2007), 'Measurement of destination brand bias using a quasi-experimental design', *Tourism Management*, 28(6), 1529–1540.
- Taskin, C., Ozturk, O. & Karadamar, A.A. (2017), 'Measuring the customer-based brand equity of a destination as a “furniture brand”', *International Journal of Management and Applied Science*, 3(3), 1-4.
- Tong, X. & Hawley, J.M. (2009), 'Measuring customer-based brand equity: empirical evidence from the sportswear market in China', *Journal of Product & Brand Management*, 18(4), 262-271.
- Tran, T.V., Vo, T.Q.N. & Nguyen, P.N. (2017), 'The causal relationships between components of customer-based brand equity for a destination: evidence from South Korean tourists in Danang city, Vietnam', *Asian Economic and Financial Review*, 7(4), 358-367.
- Tran, T.V., Vo, T.Q.N., Cao, T.D. & Doan, T.H.T. (2015), 'Customer-based brand equity and its application to destination: A case of domestic tourists in Danang City, Vietnam', *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9(23), 275-281.
- Woodside, A.G. & Lysonski, S. (1989), 'A general model of travel destination choice', *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.
- Yuwo, H., Ford, J.B. & Purwanegara, M.S. (2013), 'Customer-based brand equity for a tourism destinations (CBBETD): the specific case of Bandung city, Indonesia', *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 4(1), 8-22.
- Zeithaml, V.A. (1988), 'Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence', *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

ĐẦU TƯ CÔNG THÔNG QUA CÔNG TÁC ĐẤU THẦU TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH CÀ MAU

Nguyễn Phước Hoàng

Ban quản lý dự án khu đô thị Đông Bắc, Sở Xây dựng tỉnh Cà Mau

Email: hoangxd26@gmail.com

Ngày nhận: 17/5/2017

Ngày nhận bản sửa: 18/7/2017

Ngày duyệt đăng: 20/01/2018

Tóm tắt:

Mục tiêu của bài viết này là xác định hiệu quả trong đầu tư công thông qua công tác đấu thầu trên địa bàn tỉnh Cà Mau của các chủ đầu tư tổ chức đấu thầu, bài viết sử dụng lý thuyết thông tin bất cân xứng của Akerlof (1970) để phát triển các giả thuyết nghiên cứu liên quan. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp từ 500 gói thầu (giai đoạn 2009-2016) và sử dụng mô hình hồi quy bội để kiểm định khả năng tương quan. Kết quả nghiên cứu cho biết số lượng nhà thầu tham dự (N), nguồn vốn bố trí cho gói thầu (C), chủ đầu tư (O) và tổng mức đầu tư (TI) có tác động cùng chiều lên tỷ lệ giảm giá (RR). Đồng thời, yếu tố về người phê duyệt kết quả đấu thầu (D) và thời gian thực hiện hợp đồng (CT) có tác động ngược chiều với tỷ lệ giảm giá (RR). Ngoài ra, yếu tố loại công trình (GP) không có tác động đến tỷ lệ giảm giá (RR). Bài viết cũng cung cấp những hàm ý về chính sách nhằm nâng cao hiệu quả đối với công tác đấu thầu để quản lý tốt vốn đầu tư công.

Từ khóa: Đấu thầu, tỉnh Cà Mau, khung pháp lý, đầu tư công.

Public Investment through Bidding in Ca Mau Province

Abstract:

This paper aims at determining the efficiency of public investment through the bidding of organization investors in Ca Mau province. The theory of asymmetric information by Akerlof (1970) is applied to develop related hypotheses. The study used secondary data from 500 bidding packages in the period from 2009 to 2016 and a multiple regression model to test correlation. The results show that factors including the number of bidders, funds allocated for bidding packages, owners, and the total investment have positive effects on discount rate. At the same time, people approving the bidding results and the duration of contract have negative effects on discount rate. In addition, type of work has no impact on the discount rate. Finally, policy implications to improve the efficiency of the bidding for having good public investment management are suggested.

Keywords: Bidding, Ca Mau province, legal framework, public investment.

1. Giới thiệu

Tỉnh Cà Mau thuộc vùng đồng bằng sông Cửu Long, nhiều năm qua trên địa bàn có rất nhiều công trình trọng điểm được đầu tư bằng nguồn vốn Trung ương, vốn địa phương, nguồn vốn khác. Trong giai đoạn từ (2010 - 2016) tốc độ tăng trưởng kinh tế

nông lâm ngư nghiệp bình quân thời kỳ 2010 - 2016 là 6,8%/năm. Các ngành công nghiệp- xây dựng tăng bình quân 15,03%, tăng trưởng kinh tế nhanh trong thời gian qua đã góp phần nâng cao thu nhập cho người dân trong tỉnh. Riêng lĩnh vực đầu tư công trong 07 năm, từ năm 2010 đến năm 2016 có

4.695 gói thầu được tổ chức đấu thầu; trong đó đấu thầu rộng rãi là 1.201 gói và các hình thức khác mà chủ yếu là chỉ định thầu là 3.494 gói thầu. Với tổng giá gói thầu là 7.125 tỷ đồng, tổng giá trúng thầu là 6.546 tỷ đồng, tiết kiệm được 579 tỷ đồng, tương đương tỷ lệ giảm giá chung 8,1%. Tuy nhiên, do trong quyết định phê duyệt kế hoạch đấu thầu của người có thẩm quyền thì trong trường hợp áp dụng hình thức chỉ định thầu có yêu cầu chủ đầu tư giảm giá theo một tỷ lệ nào đó từ 3%-15% (có trường hợp cá biệt giảm tới 51%) tùy theo gói thầu. Vì vậy, nếu chỉ tính riêng tỷ lệ giảm giá đối với các gói thầu đấu thầu rộng rãi là 7,9% và tỷ lệ giảm giá các gói thầu áp dụng hình thức chỉ định thầu là 8,6% (Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Cà Mau, 2016). Qua đó mang lại nhiều kết quả tích cực trong phát triển kinh tế – xã hội đất nước nói chung, trên địa bàn tỉnh Cà Mau nói riêng là vô cùng quan trọng đã mang lại thành quả to lớn, tạo điều kiện thu hút vốn đầu tư trong nước và nước ngoài, thúc đẩy kinh tế tăng trưởng với tốc độ cao, nâng cao mức sống cho người dân, ổn định kinh tế vĩ mô và đóng góp đáng kể vào lĩnh vực xóa đói giảm nghèo. Công tác đấu thầu là một khâu nhỏ trong đầu tư công nhưng nó góp phần quan trọng trong công tác quản lý vốn đầu tư, tiết kiệm nguồn ngân sách Nhà nước, góp phần đẩy nhanh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo công ăn việc làm, góp phần củng cố nền kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội trên địa bàn tỉnh. Estache, Antonio & Atsushi Limi (2008), nghiên cứu đến lợi ích của cạnh tranh trong đấu thầu các dự án đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng quy mô lớn, sử dụng nguồn vốn Viện trợ phát triển chính thức (ODA) trong giai đoạn 1997 - 2007, cho rằng nếu tăng tối đa mức độ cạnh tranh trong đấu thầu, các nước đang phát triển có thể tiết kiệm được 8,2% chi phí đầu tư các dự án phát triển hạ tầng. Nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng, số lượng nhà thầu tối ưu cho các dự án xây dựng đường giao thông và cấp thoát nước là 07 nhà thầu, trong khi đó các dự án điện chỉ cần 03 nhà thầu đã đảm bảo tính cạnh tranh.

Nghiên cứu này tập trung vào giải quyết các mục tiêu cơ bản sau: đánh giá tình hình đầu tư công và đấu thầu tại Cà Mau như thế nào?; phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ giảm giá thầu và các quy định giảm giá thầu trên địa bàn tỉnh Cà Mau?; đề xuất một số khuyến nghị cho các cơ quan hữu quan nhằm thực hiện tốt hơn công tác đấu thầu trên địa bàn tỉnh Cà Mau.

2. Cơ sở lý thuyết và các giả thuyết

Lý thuyết thông tin bất cân xứng (Akerlof, 1970) cho rằng, thông tin bất cân xứng có thể xảy ra trước khi tiến hành ký kết hợp đồng. Các bên tham gia giao dịch cố tình che đậy thông tin...Hậu quả là người bán cũng không còn động lực để sản xuất hàng có giá trị và có xu hướng cung cấp những sản phẩm có chất lượng thấp hơn chất lượng trung bình trên thị trường. Kết quả trên thị trường chỉ còn lại những sản phẩm chất lượng xấu, hàng tốt bị loại bỏ, dẫn đến lựa chọn bất lợi (adverse selection) cho cả hai bên. Như vậy, hiện tượng lựa chọn bất lợi đã cản trở việc giao dịch trên cơ sở hai bên cùng có lợi. Thông tin bất cân xứng còn gây ra hiện tượng tâm lý y lại (moral hazard). Từ đó làm cho giao dịch của hai bên không đạt được hiệu quả một cách tốt nhất, trong giao dịch cũng như trong đấu thầu, từ đó tỷ lệ giảm giá phần nào bị ảnh hưởng bởi thông tin bị che đậy. Các nghiên cứu thực nghiệm đề cập đến 4 kênh truyền dẫn của chính sách công đến tăng trưởng kinh tế. Afonso & cộng sự (2005) đề xuất 4 kênh truyền dẫn chính: (1) Khuôn khổ thể chế, (2) Hệ thống thuế, (3) Các chính sách ổn định kinh tế vĩ mô, (4) Chi tiêu công (như đầu tư về giáo dục, cơ sở hạ tầng, quốc phòng, thủy lợi, viễn thông, trường học...). Một số chính sách tài khóa tạo ra tăng trưởng trong dài hạn, như trong mô hình nội sinh hiện đại, chi tiêu công cũng là một yếu tố tạo ra tăng trưởng kinh tế (Zaler & Durnecker, 2003). Một trong những nguyên nhân thúc đẩy nền kinh tế phát triển bền vững ngoài việc nâng cao hiệu quả về mọi mặt, riêng lĩnh vực đầu tư công, nhằm xác định được năng suất biên của đầu tư công và ảnh hưởng của nó lên phát triển kinh tế xã hội. Kết quả nghiên cứu của Barro (1990) dựa trên mô hình tăng trưởng nội sinh cho thấy đầu tư công hiệu quả dẫn đến tăng trưởng kinh tế trong dài hạn bằng cách làm tăng lợi nhuận từ các yếu tố sản xuất. Trình độ quản lý cán bộ kém tất yếu dẫn đến hiệu quả đầu tư kém và tham nhũng trong đầu tư công nói chung, các lĩnh vực xây dựng cơ sở hạ tầng, thủy lợi, y tế, nông nghiệp, trường học nói riêng... sẽ làm giảm chất lượng và hiệu quả của vốn đầu tư công, hay dẫn đến công trình kém chất lượng, từ đó sẽ làm giảm động cơ của các nhà đầu tư hay các doanh nghiệp trong và ngoài nước (Chakraborty & Dabla-Norris, 2009). Song song với đó, nghiên cứu của Nguyễn Minh Triết (2011), đã sử dụng các biến nghiên cứu về đặc điểm công trình như diện tích sàn của công trình (WKAREA), số tầng (WKFLOOR), thời gian thi công (WKDUR), số hạng mục phụ của công trình kèm theo công trình

chính (WKSUB), loại công trình, số nhà thầu là các nhân tố tác động đến giá dự thầu. Thêm vào đó nghiên cứu Vũ Quang Lãm (2010) nói rằng chủ đầu tư có 02 loại là: (1) các ban quản lý dự án chuyên nghiệp, (2) các đơn vị sử dụng tài sản sau khi đầu tư. Theo Nguyễn Trần Thanh Trung (2010), kết quả nghiên cứu đã chỉ ra 4 nhóm rủi ro sau: (1) rủi ro thủ tục, hồ sơ pháp lý, (2) rủi ro về mặt kinh tế kỹ thuật, (3) rủi ro về mặt tài chính, và (4) rủi ro khi nhà thầu thực hiện gói thầu. Tác giả cũng nhận định đặc điểm cơ quan quản lý: người phê duyệt kết quả đấu thầu và chủ đầu tư có vai trò quyết định ảnh hưởng đến rủi ro của hoạt động đấu thầu cũng như tác động đến tỷ lệ giảm giá hoặc giá cả trong đấu thầu đầu tư công. Ngoài ra, Estache, Antonio & Atsushi Limi (2008) nghiên cứu các dự án đầu tư ODA về cơ sở hạ tầng nhằm giảm chi phí đơn vị khi đầu tư về cơ sở hạ tầng, Boehm, Frédéric & Olaya (2006) nghiên cứu vấn đề tham nhũng trong các hoạt động đầu thầu lĩnh vực đầu tư công và vai trò của việc minh bạch trong quá trình đấu giá. Nghiên cứu này đã làm rõ ảnh hưởng tiêu cực của tham nhũng và cơ chế quản lý nhà nước không minh bạch trong hoạt động đầu thầu lĩnh vực đầu tư công thông qua phân tích các trường hợp thực tế tại Argentina và Columbia.

2.1. Tỷ lệ nhà thầu tham gia đấu thầu

Đa số các nghiên cứu thực nghiệm ước lượng giá thầu sử dụng yếu tố số lượng nhà thầu làm yếu tố chính để định lượng tính cạnh tranh và tác động lên giá thầu. Kết quả các nghiên cứu có điểm chung là khi số lượng nhà thầu tham gia cạnh tranh tăng lên sẽ tác động làm giảm giá dự thầu, mặc dù tác động khác nhau tùy theo lĩnh vực. Tại tỉnh Cà Mau, các gói thầu đấu thầu theo hình thức đấu thầu một giai đoạn không sơ tuyển cho nên các nhà thầu sẽ không có thông tin chính thức biết được có bao nhiêu nhà thầu khác tham gia cạnh tranh với mình. Khi đó, mỗi nhà thầu sẽ ước lượng số nhà thầu tham gia trên cơ sở thông tin chính thức từ thông báo mời thầu và một số thông tin không chính thức khác. Vì vậy, thực chất biến số lượng nhà thầu tham gia dự thầu là biến nội sinh của mô hình hồi quy hai giai đoạn, được ước lượng từ các biến ngoại sinh khác. Tuy nhiên, để đơn giản, nghiên cứu này bổ sung giả định rằng ước lượng của các nhà thầu đối với biến số lượng nhà thầu tham gia đấu thầu không có sai biệt đáng kể so với thực tế. Khi đó, biến số lượng nhà thầu tham dự được lấy từ giá trị thực tế và được xem như là biến ngoại sinh. Và một vấn đề khác, theo các nghiên cứu trước như Estache & Iimi (2008),

Nguyễn Minh Triết (2011), mối quan hệ giữa số lượng nhà thầu với giá thầu là ngược chiều và số lượng nhà thầu càng tăng thì tỷ lệ giảm giá càng tăng. Mối quan hệ này nhằm kiểm định mức tối ưu của số lượng nhà thầu tham dự với tỷ lệ giảm giá.

Giả thuyết H1: Số lượng nhà thầu tham dự tác động ngược chiều với giá dự thầu hay nói cách khác là có tác động cùng chiều với tỷ lệ giảm giá.

2.2. Tỷ lệ vốn bố trí cho đầu tư công

Tại tỉnh Cà Mau, khi tham gia đấu thầu, nhà thầu ít nhiều biết được nguồn vốn bố trí cho gói thầu từ thông tin trong hồ sơ mời thầu và từ chủ đầu tư đã được cấp thẩm quyền phê duyệt. Trong một số gói thầu mà nguồn vốn bố trí không đủ hoặc vốn chưa được bố trí thì trong hồ sơ mời thầu có quy định điều kiện thanh toán. Điều kiện thanh toán chủ yếu là yêu cầu nhà thầu cam kết thi công đúng tiến độ công trình và chấp nhận điều kiện thanh toán theo kế hoạch vốn được giao theo kế hoạch phân khai của Sở kế hoạch đầu tư và Sở tài chính. Khi không có vốn hoặc nguồn vốn thanh toán không kịp tiến độ thì nhà thầu phải chấp nhận thêm rủi ro và chịu thêm một số chi phí khác trong thời gian chờ thanh toán. Đối với nhà thầu, kinh doanh vì mục đích lợi nhuận, vì vậy giá thầu sẽ tăng lên do phải tính chi phí tăng thêm và dự phòng rủi ro. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu về nguồn vốn được đặt ra như sau

Giả thuyết H2: Có sự tác động cùng chiều của nguồn vốn bố trí cho gói thầu đến tỷ lệ giảm giá.

2.3. Sự khác biệt người phê duyệt kết quả xét thầu

Khi Luật đấu thầu mới được ban hành lần đầu tiên và có hiệu lực thi hành từ ngày 1 tháng 4 năm 2006 thì người có thẩm quyền (Ủy ban nhân dân tỉnh) là người phê duyệt hồ sơ mời thầu và kết quả đấu thầu hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh Cà Mau ủy quyền cho Sở kế hoạch và đầu tư thực hiện. Trước khi người có thẩm quyền phê duyệt thì các hồ sơ trên phải được cơ quan quản lý đấu thầu địa phương (Sở kế hoạch và đầu tư) thẩm định. Tuy nhiên, đến ngày 1 tháng 8 năm 2009 đến nay thì chủ đầu tư là người thẩm định và phê duyệt các hồ sơ nêu trên. Đây là sự phân cấp, thay đổi cơ chế rất lớn trong lĩnh vực đấu thầu.

Một khi thay đổi cơ chế quản lý thì phải có cơ sở pháp lý để chứng minh được rằng việc thay đổi này phải có hiệu quả hơn trước. Một trong những cơ sở cho rằng việc giao quyền cho chủ đầu tư sẽ giúp chủ đầu tư tự chủ hơn, đặc biệt là được giao quyền và phải chịu trách nhiệm cao hơn. Bên cạnh đó giảm

bớt thủ tục hành chính và rút ngắn thời gian hoàn thành các bước thực hiện đấu thầu. Tuy nhiên, cũng có ý kiến lo ngại rằng việc giao toàn bộ quyền cho chủ đầu tư mà không có cơ chế kiểm soát rõ ràng, cùng với năng lực của một số chủ đầu tư quá yếu sẽ phát sinh thêm tiêu cực, giảm hiệu quả trong đấu thầu. Ví dụ cho vấn đề này như sau, trước đây chủ đầu tư là người được giao tự thẩm định, thẩm tra, phê duyệt hồ sơ thiết kế bản vẽ thi công – dự toán nhưng Nghị định số 15/2013/NĐ-CP ngày 06 tháng 02 năm 2013 của Chính phủ có hiệu lực thi hành từ ngày 15 tháng 04 năm 2013 thì đối với các công trình xây dựng từ cấp III trở lên thì chủ đầu tư phải trình Sở chuyên ngành thẩm tra thiết kế bản vẽ thi công – dự toán (trở lại vai trò của quản lý nhà nước trong thực hiện dự án đầu tư công). Từ các lý do nêu trên, giả thuyết nghiên cứu về người phê duyệt kết quả đấu thầu được đặt ra như sau:

Giả thuyết H3: Có sự khác nhau về tỷ lệ giảm giá khi thay đổi người phê duyệt kết quả đấu thầu và giai đoạn chủ đầu tư phê duyệt kết quả đấu thầu có tỷ lệ giảm giá cao hơn.

2.4. Chủ đầu tư

Theo nghiên cứu của Vũ Quang Lâm (2010) về phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý dự án đầu tư công - trường hợp Thành phố Hồ Chí Minh cho rằng, chủ đầu tư chính là nhân tố trọng tâm mang tính quyết định trong công tác quản lý dự án đầu tư công. Cũng tại nghiên cứu trên, chủ đầu tư có 02 loại là: (1) các ban quản lý dự án chuyên nghiệp, (2) các đơn vị sử dụng tài sản sau khi đầu tư (trường học, bệnh viện...).

Ở tỉnh Cà Mau, chủ đầu tư chủ yếu là các đơn vị quản lý nhà nước, cụ thể là giám đốc các Sở xây dựng, Giao thông vận tải, Công thương, Nông nghiệp & phát triển nông thôn, Văn hóa thể thao và du lịch, Giáo dục và đào tạo, Y tế, Lao động – thương binh và xã hội, chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện và thành phố Cà Mau và một số đơn vị khác (gọi chung là các chủ đầu tư khác). Vì vậy, các đơn vị này lấy bộ máy hành chính của mình vào quy trình đấu thầu. Có thể phân biệt hai trường hợp như sau:

Trường hợp 1: Chủ đầu tư các sở ban ngành cấp tỉnh. Do luật đấu thầu quy định các sở, ban ngành tỉnh khi được giao làm chủ đầu tư đều thành lập ban quản lý dự án (QLDA) để thay mặt chủ đầu tư điều hành công việc. Có sở thành lập một ban hoặc có sở thành lập nhiều ban QLDA. Riêng trong phần đấu thầu, các sở đều có quy trình giống nhau (Chính

phủ, 2009a).

Trường hợp 2: Chủ đầu tư là Ủy ban nhân dân (UBND) các huyện và thành phố Cà Mau. Khi UBND các huyện và thành phố Cà Mau làm chủ đầu tư thì thành lập ban QLDA để quản lý dự án. Khi đó, ban QLDA là bên mời thầu (chỉ có cá biệt một UBND huyện làm bên mời thầu). Việc lập hồ sơ mời thầu và đánh giá kết quả đấu thầu đều thuê đơn vị tư vấn thực hiện (Chính phủ, 2009b).

Tại bước phê duyệt hồ sơ mời thầu (HSMT) hoặc kết quả đấu thầu (KQĐT) đối với cấp sở thì sau khi phòng chuyên môn thẩm định sẽ trình trực tiếp chủ đầu tư phê duyệt. Còn đối với UBND các huyện và thành phố thì Phòng tài chính – kế hoạch sẽ trình văn phòng UBND, văn phòng UBND trình chủ đầu tư phê duyệt. Vì vậy, cấp huyện phải tăng 2 bước thủ tục hành chính so với cấp sở. Do đó, thời gian cấp huyện thực hiện sẽ kéo dài thêm và tính bảo mật của đấu thầu sẽ không cao (theo quy định thì các tài liệu có liên quan đến đấu thầu trước thời điểm công bố quyết định trúng thầu đều phải được xử lý theo quy định hồ sơ “mật”). Về nhân lực của cấp sở và cấp huyện, tuy không thể so sánh trực tiếp, nhưng nhìn chung, năng lực cán bộ cấp sở tốt hơn so với cấp huyện. Khi đó, khi triển khai công việc thì cấp sở có thể sẽ làm tốt hơn.

Giả thuyết H4: Chủ đầu tư là các sở ban ngành cấp tỉnh sẽ có tỷ lệ giảm giá cao hơn so với chủ đầu tư là các huyện và thành phố.

2.5. Tổng mức đầu tư

Tổng mức đầu tư xây dựng công trình (sau đây gọi tắt là tổng mức đầu tư) là chi phí dự tính của dự án. Tổng mức đầu tư là cơ sở để chủ đầu tư lập kế hoạch và quản lý vốn khi thực hiện đầu tư xây dựng công trình (Căn cứ theo Điều 4 Nghị định 112/2009/NĐ-CP ngày 14 tháng 12 năm 2009 của Chính phủ). Một dự án có thể có một hạng mục hoặc nhiều hạng mục khác nhau. Khi triển khai hạng mục nào thì dự toán hạng mục đó phải được lập và được chủ đầu tư phê duyệt. Cộng toàn bộ dự toán các hạng gọi là tổng dự toán. Theo quy định, tổng dự toán không được lớn hơn tổng mức đầu tư.

Theo kết quả nghiên cứu của Nguyễn Minh Triết (2011), ước lượng giá thầu chuẩn hóa theo mô hình nghiên cứu thì nhóm biến đặc điểm công trình chỉ có hai biến có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa dưới 10% là biến số hạng mục phụ công trình và thời gian thực hiện hợp đồng. Trong hai biến, chỉ có biến số hạng mục phụ công trình góp phần vào tổng mức

đầu tư của công trình. Và hệ số ước lượng của biến này âm (-0,0024), tức tác động ngược chiều với giá thầu chuẩn hóa. Có nghĩa là số hạng mục phụ công trình tăng thêm 1 đơn vị, trong khi các yếu tố khác không thay đổi thì giá thầu chuẩn hóa giảm, đồng nghĩa với giá thầu giảm.

Một vấn đề khác, đa số các nhà thầu trên địa bàn tỉnh Cà Mau là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, kinh nghiệm - năng lực chỉ phù hợp với các công trình nhỏ. Và các gói thầu trong dự án thường được chia nhỏ, và chia thành nhiều gói thầu (giống chia thành nhiều hạng mục). Vì vậy, một dự án có nhiều gói thầu chưa thực hiện sẽ thu hút nhiều nhà thầu tham gia cạnh tranh hơn. Từ đó, giả thuyết về tổng mức đầu tư trong nghiên cứu được nêu ra như sau.

Giả thuyết H5: Tổng mức đầu tư có tác động cùng chiều với tỷ lệ giảm giá.

2.6. Thời gian thực hiện hợp đồng

Thời gian thực hiện hợp đồng được quy định cụ thể trong hồ sơ mời thầu. Đây là thời gian tối đa để nhà thầu hoàn thành công trình. Vì vậy, khi dự thầu nhà thầu phải xây dựng kế hoạch tiến độ thực hiện gói thầu thường là thấp hơn hoặc bằng thời gian quy định. Nếu dự thầu với tiến độ vượt quy định thì hồ sơ dự thầu sẽ bị loại và không được xem xét. Thời gian thực hiện hợp đồng càng dài gắn với gói thầu có quy mô lớn, kỹ thuật thi công phức tạp. Theo mô

hình ước lượng giá thầu chuẩn hóa trong nghiên cứu của Nguyễn Minh Triệt (2011), thì thời gian thực hiện có tác động cùng chiều với giá thầu. Từ các lý do nêu trên, giả thuyết về thời gian thực hiện hợp đồng được trình bày như sau:

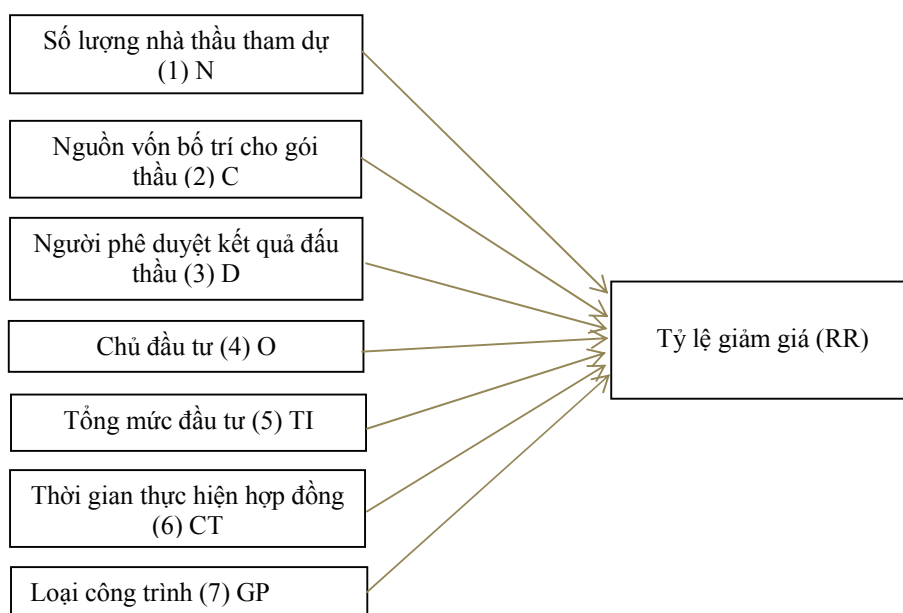
Giả thuyết H6: Thời gian thực hiện hợp đồng tác động ngược chiều với tỷ lệ giảm giá.

2.7. Loại công trình

Trong đấu thầu ở tỉnh Cà Mau có 2 nhóm công trình là công trình mua sắm trang thiết bị không gắn liền với xây lắp và công trình xây dựng. Đối với các gói thầu thiết bị, do tính năng của thiết bị được xác định từ bước lập dự án. Thông thường, thủ tục từ lúc lập dự án cho đến khi tổ chức đấu thầu thường mất nhiều tháng và có khi hơn 1 năm. Vì vậy, tính năng của thiết bị mua sắm thường lỗi thời hơn thực tế và giá của thiết bị trên thị trường cũng giảm xuống. Do đó, giá dự thầu của nhà thầu cung cấp thiết bị thường giảm hơn so với công trình xây dựng.

Và một lý do khác, thời gian thực hiện gói thầu mua sắm trang thiết bị thường ngắn hơn thời gian thi công xây dựng công trình. Công trình xây dựng thì phải thực hiện tại hiện trường, có địa điểm cụ thể, khó thay đổi vị trí. Vì vậy, dự án công trình xây dựng có độ rủi ro cao hơn so với dự án mua sắm trang thiết bị. Đây cũng là nguyên nhân làm giá dự thầu của nhà thầu cung cấp thiết bị thường giảm hơn so với công trình xây dựng.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Akerlof (1970).

Từ các lý do nêu trên, giả thuyết về loại công trình của nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H7: Công trình mua sắm trang thiết bị có tỷ lệ giảm giá cao hơn công trình xây dựng.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Số liệu và mẫu

Trong nghiên cứu định lượng để kiểm định lý thuyết khoa học, chọn mẫu là một trong những khâu quyết định chất lượng của kết quả nghiên cứu. Trong khi đó, xác định kích thước mẫu là công việc không dễ dàng trong nghiên cứu khoa học. Kích thước mẫu cần cho nghiên cứu phụ thuộc vào nhiều yếu tố như phương pháp xử lý, độ tin cậy cần thiết. Hiện nay, các nhà nghiên cứu xác định kích thước mẫu cần thiết thông qua công thức kinh nghiệm cho từng phương pháp xử lý. Một trong những kỹ thuật xác định cỡ mẫu dựa trên kinh nghiệm là của Green (1991). Tác giả này khuyến nghị công thức xác định cỡ mẫu nghiên cứu như sau: $n \geq 50+8m$. Trong đó, n là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết, và m là số biến độc lập trong mô hình. Giả sử áp dụng kinh nghiệm chọn mẫu của Green (1991), với số biến độc lập là 7, vậy kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu là 116 quan sát. Ngoài ra, Tabachnick & Fidell (2007) cho rằng kích thước mẫu cần đủ lớn để kết quả hồi quy được thuyết phục hơn. Các tác giả cũng đề xuất công thức xác định kích thước mẫu dựa trên

kinh nghiệm như sau: $n \geq 104+m$. Trong đó, n là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết, và m là số biến độc lập trong mô hình. Áp dụng kinh nghiệm chọn mẫu theo Tabachnick & Fidell (2007), với số biến độc lập là 7, vậy kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu là 111 quan sát. Theo báo cáo của Sở kế hoạch và đầu tư tỉnh Cà Mau (2016), thì trong 7 năm từ năm 2009 - 2016, trên địa bàn tỉnh có 1.201 gói thầu được tổ chức đấu thầu rộng rãi. Với việc chọn mẫu thuận tiện này, tác giả đã thu thập được số liệu gần 500 gói thầu được tổ chức đấu thầu rộng rãi. Tuy nhiên, qua phân loại và sàng lọc, chỉ có 480 mẫu đạt yêu cầu để đưa vào phân tích thống kê mô tả, phân tích hồi quy, phương pháp tổng bình phương tối thiểu thông thường (Ordinary Least Squares - OLS) để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu với kích thước mẫu này, số lượng quan sát tương đối lớn, đại diện tốt cho mẫu tổng thể.

3.2. Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Mô hình hồi quy tuyến tính bội

$$RR = \alpha + \beta_1 N + \beta_2 C + \beta_3 D + \beta_4 O + \beta_5 TI + \beta_6 CT + \beta_7 GP + \varepsilon_i$$

Biến đo lường:

Các biến đưa vào mô hình phân tích bao gồm: (1) biến phụ thuộc (Tỷ lệ giảm giá), và (2) các biến độc lập. Các biến đo lường này sẽ lần lượt trình bày cụ

Bảng 1: Định nghĩa và đo lường các biến

Stt	Tên biến	Định nghĩa	Cách đo lường
Biến phụ thuộc			
1	RR	Tỷ lệ giảm giá	$\frac{\text{Giá gói thầu} - \text{Giá trúng thầu}}{\text{Giá gói thầu (giá dự toán)}} \times 100\%$
Biến giải thích			
1	N	Số lượng nhà thầu tham dự	Số lượng nhà thầu tham gia thực tế của từng gói thầu.
Nhóm biến về đặc điểm cơ quan quản lý nhà nước			
2	C	Nguồn vốn bố trí cho gói thầu	$\frac{\text{Vốn được ghi theo kế hoạch}}{\sum \text{Giá gói thầu (giá dự toán)}} \times 100\%$
3	D	Người phê duyệt kết quả đấu thầu	D=1: Người có thẩm quyền phê duyệt. D=0: Chủ đầu tư phê duyệt.
4	O	Chủ đầu tư	O =1: Chủ đầu tư là các sở, ban ngành cấp tỉnh. O =0: Chủ đầu tư là UBND các huyện và thành phố.
Nhóm biến về đặc điểm công trình			
5	TI	Tổng mức đầu tư	Tổng chi phí dự tính của dự án, được tính căn cứ theo quyết định phê duyệt dự án của Người có thẩm quyền (tỷ đồng).
6	CT	Thời gian thực hiện hợp đồng	Tính từ thời điểm khởi công đến khi nghiệm thu đưa công trình vào sử dụng. (tháng)
7	GP	Loại công trình	GP=1: Công trình xây dựng. GP=0: Công trình mua sắm trang thiết bị.

thể như sau.

Người phê duyệt kết quả đấu thầu (Decider - D): Người phê duyệt kết quả đấu thầu (D) là biến được quan tâm trong nghiên cứu này. Trong giai đoạn từ năm 2006 đến ngày 31 tháng 7 năm 2009, người phê duyệt kết quả đấu thầu là người có thẩm quyền – chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh. Giai đoạn từ ngày 1 tháng 8 năm 2009 đến nay, người phê duyệt kết quả đấu thầu là chủ đầu tư. Đây là biến được đặc biệt quan tâm. Do vậy, nghiên cứu này sẽ tiến hành nghiên cứu giữa chủ đầu tư và người có thẩm quyền phê duyệt kết quả đấu thầu thì tỷ lệ giảm giá có khác nhau không? Và trong giai đoạn nào thì có tỷ lệ giảm giá cao hơn?. Để phân tích vấn đề nêu trên, nghiên cứu này sử dụng phương pháp thống kê mô tả, cụ thể là kiểm định trung bình mẫu. Trong đó, mẫu người có thẩm quyền phê duyệt kết quả đấu thầu là 308 quan sát và mẫu chủ đầu tư phê duyệt là 124 quan sát. Và tiếp theo, nghiên cứu sẽ xem xét người phê duyệt kết quả đấu thầu có tác động đến tỷ lệ giảm giá hay không thông qua phân tích hồi quy. Trong phân tích hồi quy, biến người phê duyệt kết quả đấu thầu (D) là biến định tính, được định nghĩa như sau:

$D=1$ nếu người phê duyệt kết quả đấu thầu là người có thẩm quyền.

$D=0$ nếu người phê duyệt kết quả đấu thầu là chủ đầu tư.

Chủ đầu tư (Owner - O): Trong các nghiên cứu trước đây, như nghiên cứu của Vũ Quang Lãm (2010), chủ đầu tư chính là nhân tố trọng tâm mang tính quyết định trong công tác quản lý dự án đầu tư công. Riêng trong lĩnh vực đấu thầu, chủ đầu tư ngày càng đóng vai trò quan trọng hơn. Điều này được thể hiện thông qua việc thay đổi khung pháp lý về đấu thầu, trong đó chủ đầu tư ngày càng được giao nhiều trách nhiệm, quyền hành hơn. Có thể nói, chủ đầu tư là người quyết định toàn bộ đến kết quả đấu thầu.

Trong nghiên cứu này, biến chủ đầu tư (O) là biến định tính và được định nghĩa như sau:

$O = 1$: Nếu chủ đầu tư là các sở, ban ngành cấp tỉnh.

$O = 0$: Nếu chủ đầu tư là UBND các huyện và thành phố Cà Mau.

Tổng mức đầu tư (Total Investment - TI): Tổng mức đầu tư xây dựng công trình là chi phí dự tính của dự án. Tổng mức đầu tư là cơ sở để chủ đầu tư lập kế hoạch và quản lý vốn khi thực hiện đầu tư xây

dựng công trình. Tổng mức đầu tư được lập trong dự án và được người có thẩm quyền phê duyệt. Trong bài viết này, đơn vị tính của tổng mức đầu tư là tỷ đồng.

Thời gian thực hiện hợp đồng (Contract Time - CT): Thời gian thực hiện hợp đồng của từng gói thầu được người có thẩm quyền phê duyệt trong kế hoạch đấu thầu. Thời gian này được chủ quy định rõ trong hồ sơ mời thầu. Thông thường thời gian của từng gói thầu được xác định theo tính chất, mức độ phức tạp kỹ thuật, quy mô của gói thầu. Tuy nhiên, thời gian cũng có thể lập căn cứ theo tiến độ giải ngân của dự án hoặc cam kết của nhà tài trợ. Khi tham gia dự thầu, nhà thầu phải lập tiến độ các công việc hoàn thành gói thầu nếu trúng thầu. Thời gian mà nhà thầu đề xuất phải thấp hơn hay bằng thời gian quy định trong hồ sơ mời thầu. Biến thời gian thực hiện hợp đồng trong nghiên cứu được lấy theo thời gian đề xuất của nhà thầu trúng thầu. Đơn vị tính của biến thời gian thực hiện hợp đồng là tháng.

Loại công trình (Group of Projects - GP): Về phân loại công trình, có hai nhóm công trình là công trình xây dựng và công trình mua sắm trang thiết bị không gắn liền với xây dựng. Trong nhóm công trình xây dựng có phân loại là công trình dân dụng, công nghiệp, giao thông và công trình hạ tầng kỹ thuật. Tuy nhiên, trong bài viết này chỉ xem xét 2 nhóm công trình là công trình xây dựng nói chung và công trình mua sắm trang thiết bị. Biến loại công trình trong nghiên cứu này là biến định tính và được định nghĩa như sau:

$GP=1$: nếu là công trình xây dựng.

$GP=0$: nếu là công trình mua sắm trang thiết bị.

4. Kết quả thực nghiệm

Bảng 2 thể hiện ma trận tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Thực tế cho thấy khi hệ số tương quan cặp (pair-wise correlation) giữa các biến độc lập lớn hơn 0,8 ta có hiện tượng đa cộng tuyến cao. Đồng thời Bảng 2 cũng trình bày chỉ số VIF (Variance Inflation Factor – Thừa số phóng đại phương sai, một chỉ số quan trọng để nhận biết khả năng đa cộng tuyến trong mô hình. Nếu chỉ số này lớn hơn 5, đó là dấu hiệu cho biết có hiện tượng đa cộng tuyến cao. Đặc biệt, nếu chỉ số $VIF \geq 10$ là dấu hiệu cho biết có hiện tượng đa cộng tuyến rất nghiêm trọng. Chỉ số VIF lớn nhất trong Bảng 2 có giá trị là 1,56 và hệ số tương quan cặp giữa các biến độc lập lớn nhất là 0,42, cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến là không đáng kể.

Bảng 2: Ma trận tương quan giữa các biến

	RR	N	C	D	O	TI	GP	VIF
RR	1							
N	0,46	1						1,11
C	0,38	0,19	1					1,44
D	-0,13	-0,19	-0,16	1				1,10
O	0,01	-0,13	0,24	0,11	1			1,26
TI	0,13	-0,02	0,21	-0,12	0,28	1		1,21
GP	-0,04	-0,05	-0,42	0,04	-0,18	0,11	1	1,56

Nguồn: Kết quả ma trận tương quan giữa các biến từ phần mềm Excel.

Bảng 3: Kết quả hồi quy

Biến quan sát	Tỷ lệ giảm giá - RR		
	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3
Hằng số	-0,05841*** (0,0042)	-0,0693*** (0,0090)	0,003228 (0,916498)
N	0,01932*** (0,0000)	0,02374*** (0,002)	-0,02813* (0,0514)
N ²		-0,00046 (0,5880)	0,01099*** (0,0004)
N ³			-0,0007*** (0,0000)
C	0,06793*** (0,0000)	0,06848*** (0,0000)	0,0640*** (0,0000)
D	-0,000524 (0,9538)	-2,86E-05 (0,9974)	-0,0007 (0,9354)
O	-6,96E-05 (0,9930)	0,00077 (0,9235)	-9,22E-05 (0,990)
TI	3,72E-08 (0,3259)	3,22E-08 (0,3374)	2,94E-08 (0,3622)
CT	-0,00027 (0,81777)	-0,00018 (0,8790)	-0,00053 (0,655)
GP	0,02276* (0,0587)	0,02299* (0,0571)	0,021544* (0,0642)
Số quan sát	432	432	432
R adj.	0,3594	0,3586	0,3770
Durbin-Watson stat	2,03125	2,0333	2,0364

*** $p < 0,01$; * $p < 0,1$

Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2009 - 2016.

5. Thảo luận các kết quả nghiên cứu

Theo bài viết này, có ba mô hình cơ bản được sử dụng: (1) Mô hình giá trị riêng độc lập (Independent Private Values Model – IPVM) giả định các nhà thầu tham gia cạnh tranh có thái độ trung tính về rủi ro (risk – neutral) và mỗi nhà thầu có cách đánh giá riêng để xác định giá trị tài sản đấu giá (private value). Giá trị này đối với mỗi nhà thầu là các biến ngẫu nhiên độc lập nhau. (2) Mô hình giá trị chung (Common Values Model – CVM) cho rằng tài sản đấu giá được cho là như nhau đối với mỗi nhà thầu. (3) Mô hình tổng quát bao gồm cả hai mô hình trên như hai trường hợp đặc biệt của nó. Trong mô hình này, giá trị của tài sản đấu giá đối với mỗi nhà thầu không chỉ phụ thuộc vào thông tin riêng của nhà thầu đó mà còn phụ thuộc vào thông tin riêng của các nhà thầu khác. Các khái niệm và cách đo lường các biến trong mô hình 1. Nghiên cứu sẽ sử dụng kết quả hồi quy tại mô hình trên để kiểm định giả thuyết về mối quan hệ tuyến tính thông thường giữa các yếu tố đã nêu với tỷ lệ giảm giá. Sau đó, để kiểm định giả thuyết cho rằng tồn tại mối quan hệ phi tuyến giữa số lượng nhà thầu tham dự (N) và tỷ lệ giảm giá, biến N^2 (bình phương số lượng nhà thầu tham dự), biến N^3 (lập phương số lượng nhà thầu tham dự) sẽ được đưa vào mô hình 1. Mô hình (1) ở Bảng 3 cho thấy, số lượng nhà thầu tham dự (N) tác động cùng chiều với tỷ lệ giảm giá và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (0,01932; $p < 0,01$). Kết quả này cho thấy có cơ sở để chấp nhận giả thuyết H_1 rằng số lượng nhà thầu tham dự tác động ngược chiều với giá dự thầu hay nói cách khác là có tác động cùng chiều với tỷ lệ giảm giá. Và ở mô hình (3), biến số lượng nhà thầu tham dự lập phương (N^3) có ý nghĩa thống kê (-0,0007 và $p < 0,01$) và biến số lượng nhà thầu bình phương (N^2) có ý nghĩa thống kê (0,01099 và $p < 0,01$) nên có cơ sở chấp nhận giả thuyết H_1 rằng có mối quan hệ phi tuyến giữa số lượng nhà thầu tham dự với tỷ lệ giảm giá.

Giả thuyết 2 cho rằng có sự tác động cùng chiều của nguồn vốn bố trí cho gói thầu đến tỷ lệ giảm giá. Kết quả hồi quy của mô hình (1) ở Bảng 3 cho thấy hệ số của biến nguồn vốn bố trí cho gói thầu (C) có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (0,06793; $p < 0,01$). Kết quả cho biết có cơ sở để chấp nhận giả thuyết 2.

Cũng trong mô hình (1) cho thấy hệ số của các biến người phê duyệt kết quả đấu thầu (D), chủ đầu tư (O), tổng mức đầu tư (TI) và thời gian thực hiện

gói thầu (CT) đều không có ý nghĩa thống kê (do có các t-Statistic $< 1,94$ và $p > 0,1$) nên chưa có cơ sở để chấp nhận các giả thuyết H_3 , H_4 , H_5 và giả thuyết H_6 .

Kết quả ở mô hình (1) cho biết hệ số của biến loại công trình (GP) có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 10% (0,02276; $p < 0,1$). Kết quả này cho thấy nếu là công trình xây dựng thì có tỷ lệ giảm giá cao hơn công trình mua sắm trang thiết bị là 0,0276%. Vì vậy, không có cơ sở cho việc chấp nhận giả thuyết H_7 : công trình mua sắm trang thiết bị có tỷ lệ giảm giá cao hơn công trình xây dựng.

6. Kết luận và khuyến nghị

6.1. Kết quả nghiên cứu

Bảng 3 mô tả kết quả hồi quy gồm ba mô hình: Mô hình (1) trình bày biến phức thuộc: Tỷ lệ giảm giá (RR) và các biến độc lập bao gồm số lượng nhà thầu tham dự (N), nguồn vốn bố trí cho gói thầu (C), người phê duyệt kết quả đấu thầu (D), chủ đầu tư (O), tổng mức đầu tư (TI), thời gian thực hiện hợp đồng (CT), loại công trình (GP) nhằm giải thích mối quan hệ tuyến tính với tỷ lệ giảm giá trong đấu thầu. Mô hình (2) và mô hình (3) biến N^2 (bình phương số lượng nhà thầu tham dự) và N^3 (lập phương số lượng nhà thầu tham dự) được đưa vào mô hình (1) nhằm xác định sự tồn tại mối quan hệ phi tuyến giữa số lượng nhà thầu tham dự với tỷ lệ giảm giá. Kết quả hồi quy từ mô hình (1), mô hình (2) và mô hình (3) sẽ là cơ sở để chấp nhận hay bác bỏ các giả thuyết nghiên cứu. Phần nghiên cứu định lượng này đo lường các yếu tố tác động đến tỷ lệ giảm giá trong đấu thầu các dự án đầu tư công trên địa bàn tỉnh Cà Mau. Các số liệu phân tích được lấy từ 500 gói thầu của 26 chủ đầu tư được tổ chức đấu thầu trong giai đoạn từ năm 2009 - 2016. Tuy nhiên, chỉ có 480 quan sát (gói thầu) đáp ứng được yêu cầu nghiên cứu. Trên cơ sở lý thuyết chung về đấu thầu, các nghiên cứu trước về lĩnh vực này đã hình thành sự hiểu biết ban đầu đối với các yếu tố tác động đến tỷ lệ giảm giá. Những kỳ vọng ban đầu của các yếu tố như: số lượng nhà thầu tham dự (N), nguồn vốn bố trí cho gói thầu (C), tổng mức đầu tư (TI) có tác động cùng chiều lên tỷ lệ giảm giá (RR). Đồng thời, yếu tố về thời gian thực hiện hợp đồng (CT) có tác động ngược chiều với tỷ lệ giảm giá (RR). Bên cạnh đó, các yếu tố như: người phê duyệt kết quả đấu thầu (D), chủ đầu tư (O), loại công trình (GP) cũng có tác động đến tỷ lệ giảm giá (RR). Ngoài ra, số lượng nhà thầu tham dự (N) được kỳ vọng có mối quan hệ

phi tuyến với tỷ lệ giảm giá (RR).

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố: số lượng nhà thầu tham dự (N), nguồn vốn bố trí cho gói thầu (C), tổng mức đầu tư (TI), loại công trình (GP) có tác động cùng chiều đến tỷ lệ giảm giá, trong khi đó các yếu tố: người phê duyệt kết quả đấu thầu (D), chủ đầu tư (O), yếu tố về thời gian thực hiện hợp đồng (CT) có tác động ngược chiều với tỷ lệ giảm giá (RR). Từ các kết quả nghiên cứu quan trọng này, các nhà quản lý cần tác động đến các yếu tố cho phù hợp nhằm nâng cao đấu thầu dự án đầu tư công thông qua các tác động khác nhau của các yếu tố đối với tỷ lệ giảm giá (RR).

6.2. Khuyến nghị

- Các khuyến nghị chính sách luật

Hiện nay, thực hiện dự án đầu tư công chịu chi phối của 2 luật chính là Luật xây dựng và Luật đấu thầu. Luật xây dựng được ban hành năm 2003, Luật đấu thầu được ban hành năm 2005. Đến năm 2009, hai luật trên được sửa đổi, bổ sung một số điều tại luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các luật liên quan đến đầu tư xây dựng cơ bản. Đến năm 2013, Luật xây dựng lại tiếp tục sửa đổi và năm 2014 Luật đấu thầu sửa đổi. Qua đó, cho thấy nền tảng luật còn yếu, thiếu tính ổn định.

- Các nhà thầu

Các nhà thầu nói chung (nhà thầu tư vấn và nhà thầu xây lắp) kinh doanh vì mục đích lợi nhuận cho nên phải tự trang bị cho mình các kiến thức, không ngừng nâng cao năng lực - kinh nghiệm để tham gia cuộc chơi một cách công bằng, minh bạch. Có bằng chứng cho thấy, cạnh tranh không công bằng,

dẫn đến kết quả lựa chọn nhà thầu không đúng đối tượng, dẫn đến lãng phí ngân sách Nhà nước

- Các cơ quan Trung ương

Bộ Kế hoạch và Đầu tư nhanh chóng xây dựng dữ liệu các cá nhân, đơn vị tư vấn, xây lắp tham gia thực hiện các công việc có liên quan đến việc thực hiện dự án đầu tư công, đồng thời xây dựng quy định, quy chế nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp cho tổ chuyên gia xét thầu.

- Các cơ quan địa phương

Thứ nhất, hạn chế lớn nhất trong việc tổ chức đấu thầu các dự án đầu tư công trên địa bàn tỉnh Cà Mau là do năng lực cá nhân tham gia thực hiện công tác đấu thầu. Phần lớn các cá nhân này là cán bộ, công chức nhà nước; vì vậy, cần có chính sách bồi dưỡng, đào tạo có mục đích đối với các cá nhân này nhằm nâng cao năng lực thực hiện công việc.

Thứ hai, việc thực hiện chức năng nhiệm vụ của cán bộ công chức là do ủy quyền. Vì vậy, không thể tránh khỏi việc họ có những hành động không vì lợi ích chung của nhà nước mà vì lợi ích của chính bản thân họ. Cho nên cần phải có cơ chế kiểm tra, giám sát thường xuyên, liên tục, kể cả các biện pháp trừng phạt để họ có những hành động đúng đắn hơn, mang lại lợi ích chung cho cộng đồng, xã hội. Trừng phạt là hình thức có tính răn đe cao cho nên phải được thực hiện để ngăn chặn các hành vi sai trái tiếp diễn.

Thứ ba, vấn đề giao chủ đầu tư. Các chủ đầu tư trên địa bàn tỉnh Cà Mau đều là các cơ quan quản lý nhà nước. Cho nên, các chủ đầu tư này phải thực hiện hai chức năng là quản lý hành chính và quản lý điều hành dự án. Vì vậy, họ không đủ khả năng trong

Tài liệu tham khảo

- Afonso, A., Schuknecht, L. & Tanzi, V. (2005), 'Public sector efficiency: An international comparison', *Public Choice*, 123(3), 321-347.
- Akerlof, G. (1970), 'The market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market', *Quarterly Journal of Economy*, 84(3), 488-500.
- Barro, R. J. (1990), 'Government Spending in a simple endogenous growth model', *Journal of Political Economy*, 98, 103-125.
- Boehm, F. & Juanita, O. (2006), 'Corruption in public contracting auctions: The role of transparency in bidding processes', *Annals of Public and Cooperative Economics*, 77, 431-452.
- Chakraborty, S. & Dabla-Norris, E. (2009), 'The quality of public investment', *IMF working papers 9/154*, Washington: International Monetary Fund.
- Chính phủ (2009a), *Nghị định số 112/2009/NĐ-CP về quản lý chi phí đầu tư xây dựng công trình*, ban hành ngày 14 tháng 12 năm 2009.

- Chính phủ (2009b), *Nghị định số 85/2009/NĐ-CP về hướng dẫn thi hành Luật Đấu thầu và lựa chọn nhà thầu xây dựng theo Luật Xây dựng*, ban hành ngày 15 tháng 10 năm 2009.
- Chính phủ (2013), *Nghị định số 15/2013/NĐ-CP về quản lý chất lượng công trình xây dựng*, ban hành ngày 06 tháng 02 năm 2013.
- Estache, A. & Iimi, A. (2008), 'Benefits from competition for infrastructure procurements and financial needs reassessed', *World Bank Policy Research Working Paper 4662*, The World Bank.
- Green, S.B. (1991), 'How many subjects does it take to do o regression analyses', *Multivariate Behavioral Research*, 12, 499-510.
- Nguyễn Minh Triết (2011), 'Các yếu tố tác động đến giá dự thầu dự án đầu tư công: Trường hợp tỉnh đồng tháp', Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Trần Thanh Trung (2010), 'Một số giải pháp nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động đấu thầu xây dựng các công trình có sử dụng vốn ngân sách nhà nước tại thành phố Hồ Chí Minh', Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- Sở Kế hoạch & Đầu tư tỉnh Cà Mau (2016), *Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ 5 năm (giai đoạn 2011 – 2016) và Kế hoạch thực hiện nhiệm vụ 5 năm (giai đoạn 2016 - 2020) của ngành xây dựng tỉnh Cà Mau*, Cà Mau.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2007), *Using multivariate statistics*, 5th edition, Boston: Allyn and Bacon.
- Vũ Quang Lãm (2010), 'Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý dự án đầu tư công - trường hợp Thành phố Hồ Chí Minh', Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- Zagler, M. & Durnecker, G. (2003), 'Fiscal policy and economic growth', *Journal of Economic Surveys*, 17(3), 397-418.

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI HỌC ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO CÁC KHÓA HỌC NGẮN HẠN: KHẢO SÁT THỰC NGHIỆM TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ DU LỊCH ĐÀ NẴNG

Phan Thanh Hải

Khoa Kế toán – Trường Đại học Duy Tân Đà Nẵng

Email: phanthanhhai@duytan.edu.vn

Dương Phú Khải Trí

Trường Cao đẳng Nghề du lịch Đà Nẵng

Email: tri.duong@dvtc.edu.vn

Ngày nhận: 04/8/2017

Ngày nhận bản sửa: 28/10/2017

Ngày duyệt đăng: 10/01/2018

Tóm tắt:

Nghiên cứu này được thực hiện trên cơ sở thu thập dữ liệu từ 274 học viên nhằm đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học đối với chất lượng dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn. Các phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng trong nghiên cứu. Trên cơ sở tổng hợp lý thuyết và thực hiện nghiên cứu định lượng, kết quả nghiên cứu thực tiễn tại trường Cao đẳng nghề Du lịch Đà Nẵng cho thấy: (1) Chất lượng kỹ thuật, (2) Chất lượng chức năng, (3) Hình ảnh của nhà trường đều có mối quan hệ thuận chiều với Sự hài lòng của người học. Đồng thời, chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng cũng có tác động thuận chiều đến Hình ảnh. Kết quả của nghiên cứu này là cơ sở khoa học để cho các nhà quản lý đưa ra những quyết định phù hợp nhằm cải thiện chất lượng đào tạo các khóa học ngắn hạn của nhà trường.

Từ khóa: Sự hài lòng của người học, chất lượng dịch vụ đào tạo, nhà trường, du lịch, khóa học ngắn hạn

Factors Influencing the Satisfaction of Students on Quality of Short-Term Training Courses: Empirical Survey in Da Nang Vocational Tourism College

Abstract:

This study was conducted to measure the factors that affect students' satisfaction with quality of service in short course training. Data collected from 274 students completed the short courses in Da Nang Vocational Tourism College. The methods of descriptive statistics, Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Modeling (SEM) are employed in this study. The results show that technical quality, functional quality, image have positive associations with the student satisfaction. Besides, the technical quality and functional quality also have positive effects on the image. The results of this paper are a scientific basis for managers to make appropriate decisions for improving the quality of training in this college.

Keywords: Student satisfaction; quality training services; school; tourism; short courses.

1. Giới thiệu

Du lịch là một trong những ngành nghề đóng góp khá quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam nói chung và địa bàn Thành phố Đà Nẵng nói riêng từ trước đến nay. Đây cũng là một trong số các ngành nghề được thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong các nước khu vực ASEAN (MRA) công nhận, thỏa thuận đã và đang trong tiến trình thực hiện.

Để tạo ra được nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu phát triển của ngành nghề thì sự đóng góp của các cơ sở đào tạo, các trường đại học, cao đẳng có liên quan đến công tác đào tạo nghề du lịch là cực kỳ quan trọng. Trong đó, việc đào tạo các khóa học chuyên môn ngắn hạn là để nhằm nâng cao khả năng thích nghi, đáp ứng yêu cầu tuyển dụng, công tác của đội ngũ nguồn nhân lực du lịch.

Vì vậy, đối với các cơ sở đào tạo nói chung và trường Cao đẳng Nghề du lịch Đà Nẵng nói riêng, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học đối với chất lượng dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn của nhà trường trong thời gian qua hết sức quan trọng và có ý nghĩa thực tiễn. Thông qua nghiên cứu này, các nhà quản lý của nhà trường có thể nắm bắt và khắc phục được các điểm hạn chế, tiếp thu góp ý của người học trong quá trình triển khai dịch vụ đào tạo, từ đó đưa ra những đề xuất, những giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng của dịch vụ. Đó cũng chính là mục tiêu của bài viết này.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ đào tạo

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 dịch vụ (Parasuraman & cộng sự, 1988). Parasuraman & cộng sự (1985) đưa ra 10 khía cạnh của chất lượng dịch vụ và từ 10 khía cạnh này các nghiên cứu tiếp theo được rút về 5 yếu tố chính của chất lượng dịch vụ (mô hình SERVQUAL) bao gồm: (1) Sự tin cậy, (2) Sự đáp ứng, (3) Sự đảm bảo, (4) Sự đồng cảm, (5) Phương tiện hữu hình. Mô hình Gronroos (1984) chỉ ra rằng nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ dựa trên 3 yếu tố chính. Yếu tố thứ nhất liên quan đến những gì khách hàng được thỏa mãn. Yếu tố thứ hai liên quan đến việc khách hàng được thỏa mãn như thế nào và yếu tố thứ ba liên quan đến danh tiếng (hình ảnh của tổ chức, doanh nghiệp).

Cronin & Taylor (1992) với mô hình SERVPERF cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng đối với sự thực hiện dịch vụ của người cung cấp phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ. Theo mô hình SERVPERF thì: Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận.

Trong khi đó theo mô hình chất lượng dịch vụ của Gi-Du Kang & Jeffrey James (2004) thì chất lượng dịch vụ bao gồm 3 khía cạnh: Chất lượng kỹ thuật (Technical quality), Chất lượng chức năng (Functional quality), và hình ảnh (Image) của công ty (doanh nghiệp).

Như vậy có thể thấy rằng chất lượng dịch vụ là một khái niệm bao hàm nhiều khía cạnh, nó là một chỉ tiêu tổng hợp của các nhân tố khác nhau. Trong những lĩnh vực dịch vụ khác nhau nó lại được đo lường bởi những yếu tố khác nhau.

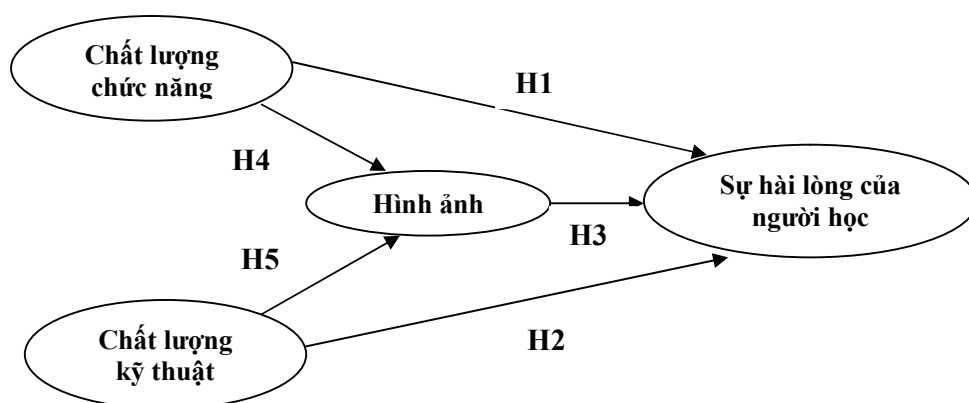
Chất lượng dịch vụ đào tạo cũng được nhiều tác giả nghiên cứu trong thời gian qua với nhiều hướng nghiên cứu khác nhau. Harvey & Green (1993) đưa ra quan điểm: chất lượng đào tạo được định nghĩa như tập hợp các thuộc tính khác nhau bao gồm: sự xuất sắc, sự hoàn hảo, sự phù hợp với mục tiêu, sự đáng giá với đồng tiền và sự chuyển đổi về chất. Bên cạnh đó, có các nghiên cứu về chất lượng đào tạo dựa trên nền tảng trọng tâm là sinh viên như nghiên cứu của Stodnick & Roger (2008) hay nghiên cứu của Oldfield & Baron (2000) về mối quan hệ giữa khách hàng là sinh viên và đơn vị cung ứng dịch vụ là các tổ chức giáo dục. Rất nhiều tác giả kế thừa và hiệu chỉnh mô hình SERVQUAL của Parasuraman & cộng sự (1985) để nghiên cứu sâu hơn về chất lượng đào tạo như nghiên cứu của Amaad & Stephen (2012), Hanna & cộng sự (2010)...

Tuy có rất nhiều nghiên cứu theo nhiều hướng khác nhau song tất cả các nhà nghiên cứu đều chung nhận định: Chất lượng dịch vụ trong giáo dục được xác định là một thành phần cốt lõi nhất, quan trọng nhất để giáo dục thành công. Sinh viên, người học được coi là một khách hàng thực sự của các cơ sở đào tạo và sản phẩm bán cho người học chính là dịch vụ đào tạo.

2.1.2. Sự hài lòng của khách hàng, sự hài lòng của người học

Sự hài lòng của khách hàng là một dạng cảm xúc hoặc thái độ hình thành trên cơ sở khách hàng so sánh, đánh giá giữa những gì họ mong đợi với những gì họ nhận được từ tổ chức và/hoặc từ sản phẩm, dịch vụ cụ thể (Spreng & Mackoy, 1996; Kotler & Keller, 2006). Trong đo lường sự hài lòng

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



của khách hàng thì mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ (ACSI) chỉ rõ: giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận, sự mong đợi và giá trị cảm nhận, nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo nên lòng trung thành đối với khách hàng, và ngược lại là sự phàn nàn hay sự than phiền về sản phẩm mà họ tiêu dùng. Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Châu Âu (ECSI) cho thấy sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của các nhân tố hình ảnh, giá trị cảm nhận, chất lượng cảm nhận về cả sản phẩm hữu hình và vô hình.

Sự hài lòng của người học có thể được định nghĩa là nhận thức của người học liên quan đến quá trình trải nghiệm học và giá trị giáo dục nhận được khi tham gia học tập tại một cơ sở giáo dục (Astin, 1993). Sự hài lòng của người học là kết quả quan trọng có ảnh hưởng đến động lực của sinh viên (Donohue & Wong, 1997) và là yếu tố tâm lý quan trọng trong thành công học tập.

2.1.3. Mối quan hệ giữa sự hài lòng của người học đối với chất lượng đào tạo

Đối với giáo dục đại học thì những nghiên cứu về sự hài lòng của người học về chất lượng đào tạo đã được quan tâm từ lâu. Rất nhiều các nhà nghiên cứu đã kế thừa và ứng dụng các thang đo SERVQUAL, SERVPERF vào nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo với sự hài lòng của người học. Tiêu biểu là các nghiên cứu của Muhammed Ehsan & cộng sự (2010), Mussie T. Tessama (2012), Nguyễn Thành Long (2006), Trần Xuân Kiên (2006), Ma Cẩm Tường Lam (2011), Ma Thế Ngàn

(2012), Nguyễn Thị Bảo Châu & Thái Thị Bích Châu (2013), Nguyễn Tiến Dũng (2015).

Kết quả các nghiên cứu trên đều chỉ rõ rằng sự hài lòng của người học đối với chất lượng đào tạo phụ thuộc vào các yếu tố như: cơ sở vật chất, đội ngũ giảng viên, sự cảm thông, tin cậy, đảm bảo và đáp ứng của nhà trường.

Hướng nghiên cứu kết hợp các thang đo SERVQUAL, SERVPERF với mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng CSI cũng được nhiều tác giả thực hiện trong thời gian gần đây. Tiêu biểu là các nghiên cứu Nguyễn Thị Trang (2010), Cao Thị Hoàng Trâm (2013) cùng đưa ra kết quả cho thấy: Chất lượng kỹ thuật có tác động mạnh nhất đến Mức độ hài lòng, tiếp đến là Chất lượng chức năng và cuối cùng là Hình ảnh.

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa vào mô hình CSI kết hợp với thang đo SERVQUAL, biến thể SERVPERF và các nghiên cứu trước đây như Nguyễn Thị Trang (2010), Cao Thị Hoàng Trâm (2013), mô hình sử dụng cho nghiên cứu như hình 1.

Sự hài lòng của người học đối với chất lượng đào tạo chịu ảnh hưởng bởi 3 nhân tố: Chất lượng chức năng; Chất lượng kỹ thuật và Hình ảnh. Trong đó:

- Chất lượng chức năng là cách thức nhà trường cung cấp dịch vụ đào tạo tới người học, được đo lường bởi 4 thành phần:

+ Thành phần “Hữu hình”: thể hiện bên ngoài của cơ sở vật chất, thiết bị, giảng viên và nhân viên trong nhà trường.

+ Thành phần “Tin cậy”: thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và chính xác với những gì đã cam kết.

+ Thành phần “Đáp ứng”: thể hiện trình độ chuyên môn, cách phục vụ và sự sẵn lòng của cán bộ công nhân viên nhà trường trong việc cung cấp dịch vụ đào tạo kịp thời cho người học.

+ Thành phần “Đảm bảo”: thể hiện khả năng giảng dạy của đội ngũ giáo viên nhằm đem lại kiến thức, kỹ năng cho người học.

+ Thành phần “Cảm thông”: thể hiện sự ân cần, quan tâm đến từng người học.

- Chất lượng kỹ thuật mô tả dịch vụ đào tạo cung cấp điều gì cho người học, bao gồm những kiến thức, kỹ năng làm việc và những lợi ích tinh thần.

- Hình ảnh chính là những cảm nhận, đánh giá của người học về chất lượng dịch vụ đào tạo của nhà trường.

Từ đó, tác giả đưa ra các giả thuyết như sau:

- Giả thuyết H1: Chất lượng chức năng của trường được người học đánh giá có quan hệ đồng biến với Sự hài lòng của người học.

- Giả thuyết H2: Chất lượng kỹ thuật của trường được người học đánh giá có quan hệ đồng biến với Sự hài lòng của người học.

- Giả thuyết H3: Hình ảnh của trường được người học đánh giá có quan hệ đồng biến với Sự hài lòng của người học.

- Giả thuyết H4: Chất lượng chức năng của trường được người học đánh giá có quan hệ đồng biến với cảm nhận về Hình ảnh của trường.

- Giả thuyết H5: Chất lượng kỹ thuật của trường được học viên đánh giá có quan hệ đồng biến với cảm nhận về Hình ảnh của trường.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập số liệu

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, nhóm nghiên cứu đã thu thập số liệu từ những học viên đã tham gia học các khóa học ngắn hạn tại trường Cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng. Việc thu thập số liệu được thực hiện bằng cách phát phiếu câu hỏi trực tiếp đến các học viên và người được hỏi trả lời bằng cách điền thông tin vào phiếu độc lập.

Kết quả được phân tích bằng phần mềm SPSS, các thang đo được kiểm định để xác định độ tin cậy. Sau đó mô hình được xác lập để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

3.2. Thang đo

Nghiên cứu thiết kế bảng câu hỏi với 37 quan sát trong đó có 1 biến phụ thuộc, sử dụng thang đo Likert 5

bậc (Điểm 1 : Hoàn toàn không đồng ý; Điểm 5 : Hoàn toàn đồng ý). Bảng câu hỏi và thang đo được kiểm tra và hiệu chỉnh dựa trên 4 cơ sở : (1) Nghiên cứu định tính, (2) Phỏng vấn chuyên gia (10 người), (3) Phỏng vấn sâu 10 người học, (4) Kết quả điều tra thử 30 mẫu.

Thang đo *Chất lượng chức năng* (Ký hiệu: CN). Thang đo này được thể hiện thông qua 22 biến quan sát với 4 yếu tố: Phương tiện hữu hình (PTHH), Độ cảm thông (DCT), Độ tin cậy (DTC), Độ đáp ứng (DDU), Sự đảm bảo (SDB). Thang đo này được kế thừa từ nghiên cứu gốc của Parasuraman & cộng sự (1988) và được hiệu chỉnh trong các nghiên cứu về dịch vụ đào tạo như Firdaus Abdullah (2006), Kontic (2014), Sabina Đonlagić & Samira Fazlić (2015), Muhammed Ehsan & cộng sự (2010).

Thang đo *Chất lượng kỹ thuật* (Ký hiệu : KT) với 6 quan sát. Thang đo *Hình ảnh* (Ký hiệu : HA) với 4 quan sát. Thang đo *Sự hài lòng* (ký hiệu HL) được thể hiện qua 5 quan sát. Các thang đo này được kế thừa và hiệu chỉnh từ các nghiên cứu của Nguyễn Thị Trang (2010), Cao Thị Hoàng Trâm (2013).

3.3. Kích thước mẫu

Đối với chương trình đào tạo du lịch của trường Cao đẳng nghề Du lịch trong năm 2016, có 340 người theo học các khóa đào tạo ngắn hạn và tốt nghiệp. Nhóm khảo sát đã gửi bảng câu hỏi khảo sát cho toàn bộ số học viên này và thu được 300 phiếu trả lời trong giai đoạn từ tháng 3/2017 đến tháng 8/2017. Kết quả sau khi loại đi các phiếu trả lời không hợp lệ thì có 274 bản câu hỏi được đưa vào xử lý. So với tính toán ban đầu với nội dung bản câu hỏi gồm 37 quan sát thì số mẫu cần tối thiểu là $37 \times 5 = 185$ mẫu, thì kết quả số lượng bản câu hỏi đưa vào xử lý là phù hợp. Bởi theo Bollen (1989) thì tỷ lệ phù hợp cho việc chọn cỡ mẫu với số lượng tham số trong phân tích đo biến phải là 5:1.

3.4. Phương pháp phân tích

Nhóm tác giả thực hiện việc kiểm định mô hình bằng phần mềm SPSS 16 kết hợp với AMOS 20 thông qua các bước:

- *Kiểm định thang đo*: Các thang đo lần lượt được kiểm định thông qua 3 kỹ thuật: hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích nhân tố khẳng định CFA.

- *Kiểm định mô hình*: Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định bằng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) với phần mềm AMOS 20.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả về mẫu nghiên cứu

Phần mềm SPSS 16.0 được sử dụng để tiến hành phân tích trong nghiên cứu. Trong số 274 người học thì có Thông tin về mẫu nghiên cứu (274 người) được thể hiện chi tiết trong Bảng 1.

4.2. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thang đo được thể hiện tại Bảng 2 trên cho thấy các thang đo này đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 và hệ số tương quan biến tổng > 0.3. Như vậy từ 37 quan sát ban đầu do có quan sát ký hiệu KT4 bị loại, mô hình được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo

Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu điều tra

Đặc điểm	Tần suất	Tỷ lệ %
Giới tính	N = 274	100%
Nam	118	43,1%
Nữ	156	56,9%
Các khóa học ngắn hạn theo học	N = 274	100%
Nghiệp vụ lễ tân	91	33,2%
Nghiệp vụ buồng	69	25,2%
Nghiệp vụ pha chế	32	11,7%
Kỹ thuật chế biến món ăn	8	2,9%
Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch	74	27,0%
Độ tuổi của người học	N = 274	100%
Từ 18 đến 22	140	51,1%
Từ 23 đến 27	81	29,6%
Từ 28 đến 32	25	9,1%
Từ 32 đến 37	15	5,5%
Trên 37	13	4,7%
Kinh nghiệm của người học	N = 274	100%
Đã từng làm việc	122	44,5%
Chưa từng làm việc	152	55,5%

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0

Bảng 2: Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha các thang đo

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Ghi chú
Biến độc lập			
1. Chất lượng chức năng (CN)			
Phương tiện hữu hình (PTHH)	5	0.911	
Độ tin cậy (DTC)	4	0.900	
Độ đáp ứng (DDU)	5	0.898	
Sự đảm bảo (SDB)	4	0.856	
Độ cảm thông (DCT)	4	0.903	
2. Chất lượng kỹ thuật (KT)	5	0.898	Loại biến KT4 do có hệ số tương quan biến - tổng = 0.249 < 0.3.
3. Hình ảnh	4	0.835	
Biến phụ thuộc			
Sự hài lòng của người học (HL)	5	0.944	

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0.

Bảng 3: Kết quả kiểm định hệ số EFA thang đo

Thang đo	KMO	Sig	Phương sai trích	Eigen Value
Chất lượng chức năng (CN)	0.829	.000	0.7468	1,372
Chất lượng kỹ thuật (KT)	0.792	.000	0.7175	3,588
Hình ảnh (HA)	0.805	.000	0.6703	2,681
Sự hài lòng của người học (HL)	0.903	.000	0.8185	4,093

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0

gồm 36 quan sát.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA và CFA

4.3.1. Phân tích EFA thang đo các yếu tố

Từ kết quả điều tra, dữ liệu được phân tích khám phá nhân tố với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 16, sau khi đã loại đi các biến có hệ số factor loading nhỏ hơn 0.5, kết quả phân tích khám phá nhân tố cuối cùng thu được như trình bày ở Bảng 3.

Kết quả phân tích trên cho thấy hệ số KMO > 0.5, kiểm định Bartlett có p-value bằng 0,000 < 0,05, phương sai trích > 50%, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0,5 và hệ số Eigen Value > 1. Như vậy các tiêu chuẩn khi sử dụng phân tích khám phá EFA cho thấy các nhân tố đều phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Có 4 nhân tố được trích ra từ kết quả phân tích gồm 36 biến quan sát được dùng cho các phân tích tiếp theo.

4.3.2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Sự phù hợp của mô hình

Mô hình có 563 bậc tự do, CFA cho thấy Chi-bình phương = 773,99 với giá trị p = .000; giá trị GFI bằng 0.869 khá cao nhưng cũng là giá trị dễ ảnh hưởng bởi qui mô mẫu. Một số các chỉ số khác ít nhạy với qui mô mẫu được sử dụng để đánh giá sự phù hợp mô hình như: RMSEA = 0.037 là nhỏ;

Chi-Square/df = 1.375 (nhỏ hơn 2); IFI = 0.972, TLI = 0.968, CFI = 0,971 đều lớn hơn 0.9. Như vậy các kết quả phân tích cho thấy dữ liệu được chấp nhận với mô hình đề nghị.

Đánh giá độ tin cậy, giá trị *hội tụ*, giá trị *phân biệt*

Căn cứ Bảng 4, ta thấy độ tin cậy CR đều lớn hơn 0.7, tổng phương sai trích lớn hơn 50% nên có thể kết luận các thành phần trong thang đo Chất lượng chức năng đạt độ tin cậy và hội tụ.

Thực hiện việc phân tích hệ số tương quan giữa các cặp nhân tố ta có kết quả với giá trị cao nhất là 0.502, đều khá nhỏ và không vượt quá 0.85 nên các nhân tố thỏa mãn điều kiện về giá trị phân biệt (Hình 2).

4.4. Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu

4.4.1. Kiểm định mô hình nghiên cứu

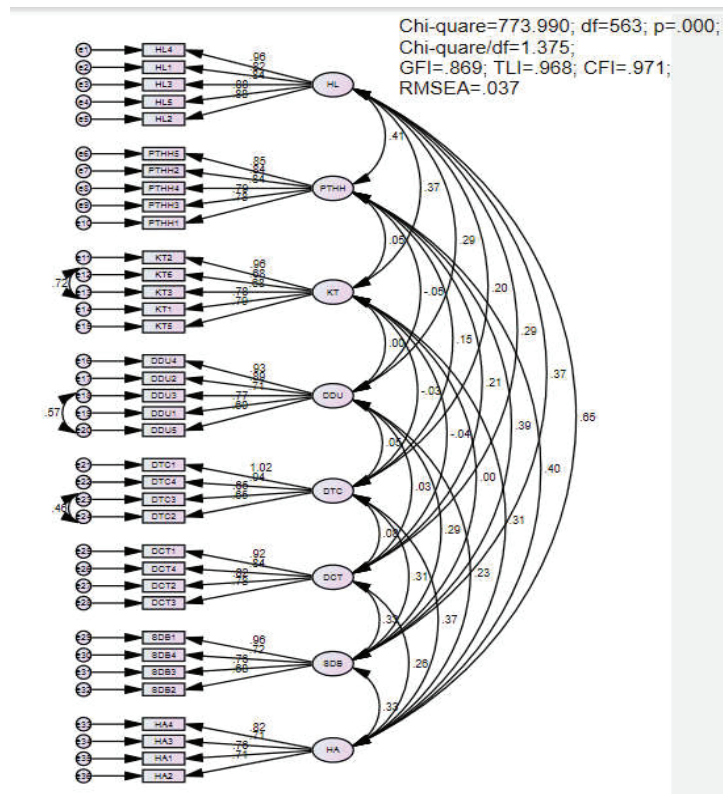
Nhóm tác giả sử dụng SEM nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu đã có. Kết quả ước lượng mô hình nghiên cứu cho thấy có 4 khái niệm trong mô hình: (1) Chất lượng chức năng (CN), (2) Chất lượng kỹ thuật (KT), (3) Hình ảnh (HA) và (4) Sự hài lòng của học viên (HL). Trong đó, hình ảnh phụ thuộc vào chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật; sự hài lòng của học viên phụ thuộc vào chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật và hình ảnh.

Bảng 4 : Kết quả đánh giá độ tin cậy và hội tụ của thang đo Chất lượng chức năng

Thang đo	CR	AVE(%)
Phương tiện hữu hình (PTHH)	0,911	0,672
Chất lượng kỹ thuật (KT)	0,888	0,616
Độ đáp ứng (DDU)	0,889	0,621
Độ tin cậy (DTC)	0,895	0,690
Độ cảm thông (DCT)	0,906	0,708
Sự đảm bảo (SDB)	0,864	0,619
Hình ảnh (HA)	0,838	0,565
Sự hài lòng (HL)	0,945	0,774

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm AMOS 20

Hình 2: Kết quả CFA chuẩn hóa



Bảng 5: Kết quả kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu (chưa chuẩn hóa)

Mối quan hệ	Estimate	S.E.	C.R.	P
HA <--- KT	.164	.031	5.295	***
HA <--- CN	.692	.121	5.733	***
HL <--- CN	.842	.217	3.875	***
HL <--- KT	.245	.049	4.980	***
HL <--- HA	.370	.169	2.190	.028

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm AMOS 20

Mô hình kiểm định có 581 bậc tự do ($p = 0.00$) và các chỉ số chỉ ra mô hình thích hợp với dữ liệu thu thập từ thị trường (chi-square/df = 1,453; GFI = 0,863; CFI = 0,964, TLI = 0,961 và RMSEA = 0,041).

Kết quả ước lượng tham số chính cho thấy trong cả hai mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$). Như vậy, mỗi liên hệ của các khái niệm đã đạt được kỳ vọng về mặt lý thuyết.

Các tham số ước lượng (chuẩn hóa) đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$). Dựa vào kết quả trọng số hồi quy giữa các khái niệm có thể thấy:

- Chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật

đều tác động cùng chiều đến hình ảnh. Tuy nhiên, chất lượng chức năng tác động mạnh hơn chất lượng kỹ thuật.

- Chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật và hình ảnh tác động cùng chiều đến sự hài lòng của học viên, trong đó chất lượng chức năng tác động mạnh nhất, tiếp theo là chất lượng kỹ thuật và hình ảnh.

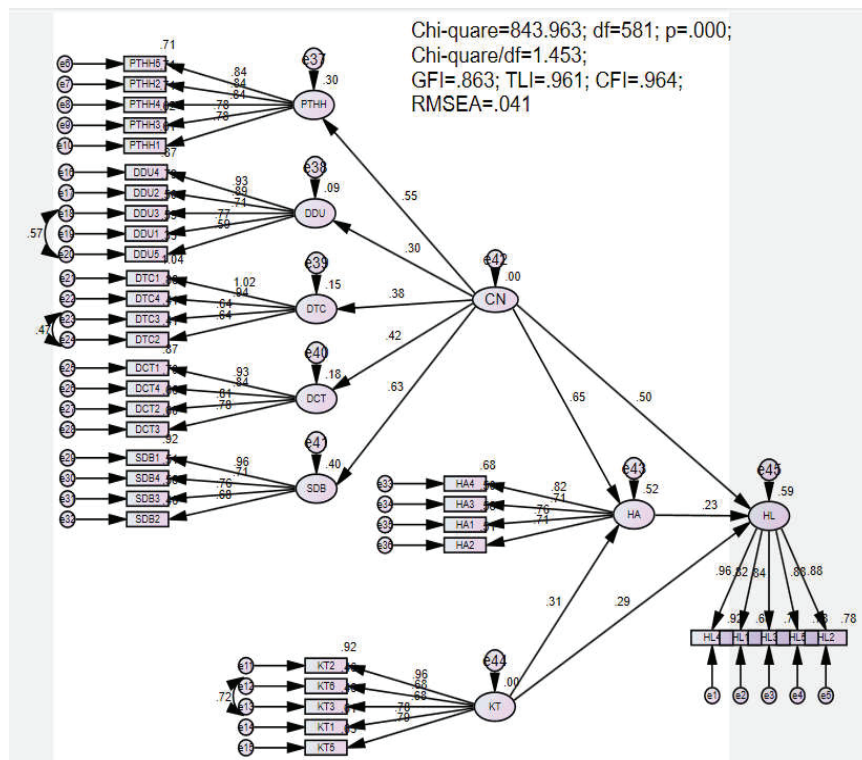
Ngoài ra, hệ số xác định R² trong mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh cho biết: Chất lượng kỹ thuật và Chất lượng chức năng giải thích được 52,3% biến thiên của Hình ảnh. Chất lượng chức năng, Chất lượng kỹ thuật và Hình ảnh giải thích được 58,8% biến thiên

Bảng 6: Các tham số kiểm định trong mô hình nghiên cứu (đã chuẩn hóa)

Mối quan hệ	Estimate
HA <--- KT	.312
HA <--- CN	.653
HL <--- CN	.502
HL <--- KT	.293
HL <--- HA	.234

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm AMOS 20

Hình 3: Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu chính thức (đã chuẩn hóa)



của Sự hài lòng.

4.4.2. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu như sau:

- Chấp nhận H1: Estimate = 0.502, p-value = 0.000. Khi cách thức nhà trường cung cấp dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn (Chất lượng chức năng) đến người học tốt thì sự hài lòng của người học càng tăng lên.

- Chấp nhận H2: Estimate = 0.293, p-value = 0.000. Khi kiến thức, kỹ năng làm việc và những lợi ích tinh thần mà nhà trường cung cấp (Chất lượng kỹ thuật) qua các khóa học đào tạo ngắn hạn tốt thì sự hài lòng của người học càng tăng lên.

- Chấp nhận H3: Estimate = 0.234, p-value = 0.000. Khi cảm nhận, đánh giá người học về khóa học tốt thì điều đó đồng nghĩa với việc sự hài lòng của người học cao.

- Chấp nhận H4: Estimate = 0.653, p-value = 0.000. Khi nhà trường cung cấp dịch vụ đào tạo tốt (Chất lượng chức năng) thì làm cho cảm nhận, đánh giá của người học về nhà trường càng cao (Hình ảnh).

- Chấp nhận H5: Estimate = 0.312, p-value = 0.000. Khi kiến thức, kỹ năng làm việc và những lợi ích tinh thần mà nhà trường cung cấp (Chất lượng kỹ thuật) qua các khóa học đào tạo ngắn hạn tốt thì cảm nhận, đánh giá của người học (Hình ảnh) càng tăng lên.

Như vậy, kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học đối với khóa học ngắn hạn tại trường Cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng là: Chất lượng kỹ thuật, Chất lượng chức năng và Hình ảnh. Trong đó, Chất lượng chức năng tác động mạnh nhất, kế tiếp là Chất lượng kỹ thuật và cuối cùng là Hình ảnh.

4.4.3. Kiểm định sự khác biệt theo yếu tố nhân khẩu học

Dùng Independent Sample T-Test cho biến giới tính có 2 giá trị, Sig. (2-tailed) = 0.000 < 0,05 nên kết luận sự hài lòng của học viên về dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn của trường Cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng có sự khác biệt theo giới tính. Học viên nam có mức độ hài lòng cao hơn học viên nữ vì mức trung bình cao hơn.

Tương tự như vậy dùng Independent Sample T-Test cho biến Kinh nghiệm làm việc của người học với 2 giá trị, Sig. (2-tailed) = 0.000 < 0,05 nên kết luận sự hài lòng của học viên về dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn của trường Cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng có sự khác biệt theo kinh nghiệm làm việc. Người học đã từng làm việc thì có mức độ hài lòng cao hơn người học chưa có kinh nghiệm làm việc

Dùng kiểm định Levene phương sai đồng nhất đối với độ tuổi cũng như là khóa học cụ thể mà người học theo học, kết quả cho thấy giá trị sig = 0.000 nhỏ hơn 0.05 nên giả thuyết phương sai đồng nhất giữa các nhóm giá trị biến định tính đã bị vi phạm. Nghĩa là phương sai giữa các nhóm tuổi, cũng như giữa các khóa học khác nhau là không bằng nhau. Do đó, tác giả sử dụng kiểm định Welch cho trường hợp vi phạm giả định phương sai đồng nhất. Kết quả giá trị Sig ở kiểm định Welch = 0.000 < 0.05 nên có thể kết luận: Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ hài lòng của những học viên ở các độ tuổi khác nhau, cũng như là các khóa học cụ thể khác nhau. Trong đó người học ở độ tuổi trên 37 có sự hài lòng đối với chất lượng đào tạo của trường cao nhất, sau đó là độ tuổi từ 33 đến 37.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu định lượng về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học đối với chất lượng dịch vụ đào tạo ngắn hạn tại Trường Cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng, có thể rút ra một số các kết luận như sau:

- CFA cho thấy các mô hình tới hạn phù hợp với dữ liệu thị trường, các thang đo đều đảm bảo giá trị hội tụ, tính đơn hướng, độ tin cậy, phương sai trích và giá trị phân biệt. Từ kết quả CFA, phân tích cấu trúc tuyến tính SEM được thực hiện, cho thấy mô hình nghiên cứu chính thức phù hợp với dữ liệu thị trường.

- Nghiên cứu đã xác định được các yếu tố ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của người học đối với chất lượng dịch vụ đào tạo khóa học ngắn hạn là: chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật và hình ảnh. Trong đó tác động mạnh nhất là nhân tố Chất lượng chức năng bao gồm: phương tiện hữu hình, sự tin cậy, sự đồng cảm, sự đáp ứng và đảm bảo. Đây là kết quả nghiên cứu có đôi chút khác biệt so với các nghiên cứu tương đồng của tác giả Nguyễn Thị Trang (2010) và Cao Thị Hoàng Trâm (2013) khi kết quả của 2 nghiên cứu này cho thấy Chất lượng kỹ thuật mới là nhân tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của người học.

- Trong các yếu tố nhân khẩu học thì tất cả các yếu tố đều có sự khác biệt. Trong đó các học viên Nam hài lòng nhiều hơn so với các học viên Nữ; những học viên có kinh nghiệm làm việc hài lòng hơn so với các học viên chưa từng làm việc; các khóa học ngắn hạn khác nhau thì cũng có mức độ hài lòng của học viên khác nhau. Nhóm các học viên có tuổi đời càng cao thì mức hài lòng càng lớn và ngược lại.

5.2. Các khuyến nghị

Để gia tăng sự hài lòng của người học đối với việc sử dụng dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn thì các nhà quản lý của nhà trường cần phải quan tâm đến các vấn đề liên quan đến cải thiện chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng nhằm nâng cao sự cảm nhận và đánh giá cũng như là sự hài lòng của người học. Cụ thể như sau:

- Lãnh đạo nhà trường cần phải chú trọng đến việc nâng cao chất lượng chức năng thông qua việc đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất phục vụ đào tạo, đặc biệt là hệ thống các phòng học thực hành nghề nghiệp, các công cụ hỗ trợ giảng dạy lý thuyết và thực hành hiệu quả. Tăng cường đầu tư cho đội ngũ cán bộ nhân viên mà đặc biệt là đội ngũ giảng viên trực tiếp đứng lớp đảm nhận các học phần, môn học trong khóa học ngắn hạn. Tăng cường công tác hợp tác với doanh nghiệp trong công tác đào tạo nhằm thực tế hóa bài giảng, nâng cao tính thực tiễn, đảm bảo việc cầm tay chỉ việc đối với người học. Thường xuyên khảo sát ý kiến doanh nghiệp, nhà tuyển dụng

để điều chỉnh chương trình đào tạo cho phù hợp với yêu cầu thực tiễn; nâng cấp các trang thiết bị giảng dạy, đổi mới phương pháp giảng dạy. Đa dạng hóa các khóa học, thiết kế các khóa học phù hợp với yêu cầu công việc ở các vị trí trong ngành du lịch, phân chia độ khó của các khóa học (sơ cấp, trung cấp, cao cấp) cho phù hợp với độ tuổi, kinh nghiệm và tuổi đời của học viên.

- Lãnh đạo nhà trường cần phải chú trọng đến việc nâng cao chất lượng kỹ thuật thông qua việc thường xuyên tổ chức trao đổi, hội thảo, cập nhật thông tin do các chuyên gia, cán bộ lâu năm ở các doanh nghiệp thực tế trực tiếp đảm nhận qua đó có thể nâng cao kiến thức chuyên môn cho giảng viên, học viên một cách thực tế và hiệu quả, tạo ra được sự thống nhất chung khi giải quyết công việc có tính chất tương tự.

- Bên cạnh đó, lãnh đạo nhà trường cũng cần quan tâm đến việc thường xuyên lấy ý kiến đánh giá của người học trong và sau khi kết thúc khóa học. Tổ chức đối thoại thường xuyên, định kỳ để ghi nhận các ý kiến về cảm nhận, đánh giá của người học trên nhiều khía cạnh khác nhau liên quan đến quá trình cung cấp dịch vụ đào tạo các khóa học ngắn hạn

như: cơ sở vật chất, chương trình học, đội ngũ giảng viên, tính thực tiễn, học phí...

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu này được thực hiện theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện nên kết quả mang nặng yếu tố chủ quan của tác giả nghiên cứu, giảm đi tính khách quan và khái quát hóa. Vì vậy các nghiên cứu sau nên xem xét đến việc sử dụng phương pháp chọn mẫu xác suất bởi nó đảm bảo được tính đại diện cao hơn và gia tăng kích cỡ của mẫu nghiên cứu để có kết quả phân tích chính xác hơn, khái quát hóa hơn.

Phạm vi nghiên cứu chỉ được thực hiện tại Trường cao đẳng nghề du lịch Đà Nẵng nên kết quả nghiên cứu chỉ mới thực sự đưa ra được một số các kết luận và kiến nghị cho chính đơn vị. Mỗi giai đoạn khác nhau sẽ có sự khác nhau về điều kiện giảng dạy, phương pháp và nội dung giảng dạy. Tuy nhiên, thời gian khảo sát ngắn nên không đánh giá được sự hài lòng của học viên qua các giai đoạn. Vậy nên, kết quả từ nghiên cứu chỉ đúng trong một giai đoạn ngắn. Các nghiên cứu kế tiếp có thể mở rộng phạm vi khảo sát cho các cơ sở đào tạo trên địa bàn, trong cùng ngành để có đánh giá toàn diện, đầy đủ hơn.

Tài liệu tham khảo

- Amaad Uppal M. & Stephen R. Gulliver (2012), 'Factors determining E-learning service quality', *Journal of Applied Sciences*, 12(14), 165-175.
- Astin, A.W. (1993), *What matters in college? Four critical years revisited*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- Bollen, K. A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, New York, John Wiley & Sons.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992), 'Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension', *Journal of Marketing*, 56 (7), 55-68.
- Cao Thị Hoàng Trâm (2013), 'Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường đại học Quảng Nam', Luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.
- Donohue, T.L., & Wong, E.H. (1997), 'Achievement motivation and college satisfaction in traditional and nontraditional students', *Academic Journal Article Education*, 118(2), 238-243.
- Firdaus Abdullah, (2006), 'Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF', *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), 31-47.
- Gi-Du Kang & Jeffrey James, (2004), 'Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model', *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(4), 266-277.
- Grönroos, G (1984), 'A Service Quality Model and its Marketing Implications', *European Journal of Marketing*, 18(6), 36-44.
- Hanna V. Shauchenka, Udo Bleimann, Matthias Knoll & Nathan L. Clarke (2010), 'Service quality assessment in distance learning', *Journal of Learning Technologies*, INC 2010, 269-277.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006), *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, USA.
- Kontic L. (2014), 'Measuring service quality in higher education: The case of Serbia', *Human capital without borders:*

- Management, Knowledge and Learning for Quality of Life, *International Conference*, Portonoz, Slovenia, 2014, 645-654.
- Lee Harvey & Diana Green (1993), 'Defining Quality', *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 18 (1), 9-34.
- Ma Cẩm Tường Lam (2011), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với cơ sở vật chất, trang thiết bị tại trường Đại học Đà Lạt', Luận văn thạc sỹ, Viện đảm bảo chất lượng giáo dục, Đại học quốc gia Hà Nội.
- Ma Thế Ngân (2012), 'Đo lường sự hài lòng của người học đối với các hoạt động đào tạo chính quy tại trường đại học Kỹ thuật công nghiệp - đại học Thái Nguyên', Luận văn thạc sỹ, Đại học Kinh tế quốc dân.
- Mussie T. Tessema (2012), 'Factors Affecting College Students' Satisfaction with Major Curriculum: Evidence from Nine Years of Data', *International Journal of Humanities and Social Science*, 2 (2), 34-44.
- Muhammed Ehsan Malik , Rizwan Qaiser Danish & Ali Usman (2010) , 'The Impact of Service Quality on Students' Satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab', *Journal of Management Research*, 2 (2), 1-11.
- Nguyễn Thị Bảo Châu & Thái Thị Bích Châu (2013), 'Đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo của khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh trường Đại học Cần Thơ giai đoạn năm 2012-2013', *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 28 (2013), 117-123.
- Nguyễn Tiến Dũng (2015), 'Đánh giá sự hài lòng của sinh viên về đào tạo tại trường Đại học Thăng Long', Luận văn Thạc sĩ Kinh doanh và quản lý, Đại học Thăng Long.
- Nguyễn Thành Long (2006), 'Sử dụng thang đo SERVPERV để đánh giá chất lượng đào tạo đại học tại trường đại học An Giang', *Báo cáo nghiên cứu khoa học*, Đại học An Giang.
- Nguyễn Thị Trang (2010), 'Xây dựng mô hình đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên với chất lượng đào tạo tại trường đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng', Luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.
- Oldfield B. M. & Steve Baron (2000), 'Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty', *Quality Assurance in Education*, 8(2), 85-95.
- Parasuraman, A. V. A. Zeithaml & L.L.Berry. (1985), 'A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research', *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988), 'SERVQUAL : a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality', *Journal of Retailing* , 64(1), 12-40.
- Sabina Đonlagić & Samira Fazlić (2015), 'Quality assessment in higher education using the SERVQUAL model', *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 20(1), 39-57.
- Spreng, R. A., & Mackoy, R. D. (1996), 'An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction', *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.
- Stodnick M. & Rogers P. (2008), 'Using SEVQUAL to measure the quality of the classroom experience', *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 6(1), 115-133.
- Trần Xuân Kiên (2006) , 'Đánh giá sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo tại trường đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh – Đại học Thái Nguyên', Luận văn thạc sỹ, Đại học quốc gia Hà Nội.

HUY ĐỘNG VÀ SỬ DỤNG VỐN CHO ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN TẠI THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

Nguyễn Thị Thanh Nhân
Trường Đại học Hải Phòng
Email: Nhandhnp@gmail.com

Ngày nhận: 04/9/2017
Ngày nhận bản sửa: 20/11/2017
Ngày duyệt đăng: 20/01/2018

Tóm tắt:

Bài viết chỉ rõ sự đa dạng về thành phần trong phương thức huy động, sự linh hoạt trong cơ cấu sử dụng vốn đầu tư phát triển là yếu tố quan trọng để mỗi địa phương, quốc gia phát huy nguồn lực, lợi thế cạnh tranh. Dựa trên cơ sở dữ liệu về lượng vốn đầu tư phát triển tại thành phố Hải Phòng từ năm 2001 đến nay, nghiên cứu cho thấy tổng vốn đầu tư phát triển tăng nhanh, trong đó đầu tư khu vực nhà nước tăng nhanh về số tuyệt đối, giảm mạnh về tỷ trọng, đóng vai trò “vốn môi” thu hút vốn đầu tư ngoài nhà nước, tăng nội lực, tạo sức hấp dẫn thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Căn cứ dự báo về nhu cầu vốn đầu tư phát triển dài hạn của Hải Phòng, bài viết gợi mở hàm ý chính sách về huy động và sử dụng vốn cho mỗi nguồn vốn và cơ chế giám sát kế hoạch tổng thể đầu tư phát triển.

Từ khóa: Vốn đầu tư phát triển, nguồn vốn, huy động vốn, sử dụng vốn

Capital Mobilization and Its Utilization for Developing Investment in Haiphong

Abstract:

The paper presents the versatile forms of mobilizing capital and the flexibility in utilizing development investment capital as an important factor for each region and each nation to maximize their resources. Based on Haiphong's development capital database from 2001 to present, the overall development capital strongly increases its size, investment in state-owned sectors significantly grows its absolute value and decreases its proportion, playing the “capital trigger” attracting private investment and foreign investment as well as boosting internal power. According to projection of long-term investment demand, the article implies a sound policy about capital mobilization and its utilization for each capital source, accompanied by a wise inspection mechanism in the overall development investment plan.

Keywords: Investment capital for development, capital, capital mobilization, capital utilization

1. Đặt vấn đề

Vốn đầu tư phát triển luôn được coi là nhân tố quan trọng trong phát triển kinh tế của mọi quốc gia, địa phương. Các lý thuyết kinh tế đều coi vốn đầu tư là nhân tố quan trọng để tăng trưởng và phát triển kinh tế, giải quyết tốt các vấn đề xã hội, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững trong tương lai. Hải Phòng là thành phố cảng biển,

cửa chính ra biển của các thành phố phía Bắc, cực tăng trưởng Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, đầu mối giao thông quan trọng về đường bộ, đường sắt, đường hàng không và đường biển quan trọng của cả nước và quốc tế. Sự phát triển của Hải Phòng có ý nghĩa quan trọng, có ảnh hưởng rất lớn đối với Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước (Nguyễn Thị Thanh Nhân, 2015).

Trong thời gian qua, thành phố đã tập trung huy động và sử dụng một lượng vốn lớn để phát triển nhanh chóng hệ thống hạ tầng giao thông, hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng du lịch, dịch vụ, qua đó góp trực tiếp vào tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy tiến bộ kỹ thuật, chất lượng tri thức, năng suất lao động. Tuy vậy, Hải Phòng vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức về quy mô và hiệu quả sử dụng vốn đầu tư, ảnh hưởng đến phát triển kinh tế - xã hội tương xứng với tiềm năng, lợi thế, vị trí và vai trò của thành phố (Thành ủy Hải Phòng, 2018).

Bài viết này tập trung đánh giá quá trình huy động và sử dụng vốn theo hướng phát triển dài hạn, qua đó đề xuất một số phương hướng, giải pháp huy động và sử dụng vốn phù hợp với các điều kiện mới, đáp ứng yêu cầu xây dựng Hải Phòng thành thành phố cảng xanh, văn minh, hiện đại, trung tâm dịch vụ, công nghiệp lớn có sức cạnh tranh cao,... tương xứng với vai trò cực tăng trưởng của Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ.

2. Phương thức huy động và sử dụng vốn đầu tư phát triển

Sự đa dạng về thành phần trong phương thức huy động, sự linh hoạt trong cơ cấu sử dụng vốn đầu tư phát triển gia sẽ là “đòn bẩy” để mỗi địa phương, quốc gia phát huy nguồn lực, lợi thế cạnh tranh của mình.

2.1. Phương thức huy động vốn

Phương thức huy động vốn đầu tư là những cách thức tổ chức khai thác các nguồn lực tài chính và nguồn lực tài chính tiềm năng nhằm gia tăng thêm lượng vốn mới cho nền kinh tế để đưa vào đầu tư phát triển. Về bản chất, chúng đều được sinh ra do quá trình tiết kiệm và tích lũy thuộc quyền sở hữu của cá nhân và nhà nước.

2.1.1. Huy động vốn trong nước

+ *Huy động vốn qua kênh ngân sách nhà nước:* Huy động vốn qua kênh ngân sách nhà nước được thực hiện dưới các hình thức như động viên thuế, phí và các hình thức vay nợ qua kho bạc nhà nước (như công trái, trái phiếu, tín phiếu,...). Như vậy, nguồn vốn này được hình thành từ nguồn tích lũy của ngân sách và nguồn vốn tín dụng của nhà nước.

+ *Huy động vốn qua các ngân hàng, tổ chức tín dụng, doanh nghiệp và dân cư:* bằng cách phát hành cổ phiếu, trái phiếu; vay trung hạn và vay dài hạn của các ngân hàng, các tổ chức tín dụng; và tài trợ bằng thuê mua.

2.1.2. Huy động vốn nước ngoài

Thu hút vốn đầu tư nước ngoài là phương thức huy động vốn quan trọng cho đầu tư phát triển kinh tế trong điều kiện điếm xuất phát và khả năng tích lũy từ nội bộ nền kinh tế còn thấp. Huy động vốn nước ngoài có 2 phương thức chủ yếu:

+ *Huy động vốn đầu tư trực tiếp:* Đầu tư trực tiếp nước ngoài thường dựa trên ưu thế về vốn, kỹ thuật, công nghệ và thường được hướng vào các lĩnh vực có khả năng thu nhiều lợi nhuận nhất. Vì thế, nó có khả năng cho ra đời những ngành công nghiệp, những khu công nghiệp mới, đổi mới cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, tăng mức xuất khẩu hàng hoá, tăng thu ngoại tệ.

+ *Thu hút vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài:* thông qua vay nợ và viện trợ vừa là nguồn tài trợ quan trọng để bù đắp thiếu hụt ngân sách và cũng là nguồn vốn cho đầu tư phát triển kinh tế. Vốn vay và viện trợ nằm trong tay nước chủ nhà nên có ưu điểm là nước nhận vốn có thể chủ động sử dụng nó theo mục đích của mình.

+ *Huy động vốn kiều bào:* Đây cũng là nguồn vốn khá quan trọng đối với các nước đang phát triển. Tùy vào tình hình cụ thể của mỗi nước, nguồn vốn này có thể đóng vai trò tích cực trong quá trình phát triển (Nguyễn Bạch Nguyệt & Từ Quang Phương, 2010).

2.2. Phương thức sử dụng vốn đầu tư

Phương thức sử dụng vốn đầu tư là những cách thức tổ chức sử dụng vốn đã được huy động từ các nguồn vốn một cách hợp lý và đạt hiệu quả nhất.

Xét trên phương diện toàn bộ nền kinh tế (quốc gia, vùng, lãnh thổ) thì các phương thức sử dụng vốn đầu tư nhằm giải quyết vấn đề vốn đầu tư được sử dụng như thế nào và phân bổ vào đâu để cuối cùng tạo ra được một cơ cấu đầu tư hợp lý tác động trực tiếp vào quá trình tái sản xuất xã hội để chuyển hoá thành một cơ cấu kinh tế hiệu quả thúc đẩy sự tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội trong từng giai đoạn nhất định. Chẳng hạn:

Xét theo lĩnh vực hoạt động của các kết quả đầu tư trong xã hội, cơ cấu đầu tư bao gồm: đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh, đầu tư phát triển khoa học kỹ thuật, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng (kỹ thuật và xã hội). Đầu tư phát triển khoa học kỹ thuật và cơ sở hạ tầng tạo điều kiện cho đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao; ngược lại đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh lại tạo tiềm lực cho đầu tư

phát triển khoa học kỹ thuật và cơ sở hạ tầng cũng như các loại đầu tư trong nền kinh tế.

Xét theo mức độ sử dụng của vốn đầu tư, cơ cấu đầu tư là tổng thể gồm 2 thành phần là đầu tư cho phát triển kinh tế và đầu tư xã hội. Đầu tư cho phát triển kinh tế nhằm tạo ra cơ sở cho sự phát triển của các ngành sản xuất và dịch vụ.

Xét cơ cấu đầu tư theo ngành kinh tế: Cơ cấu này quy định tỷ lệ phân bổ vốn đầu tư toàn xã hội vào các ngành kinh tế qua các giai đoạn phát triển vì nó tác động trực tiếp đến sự chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế (Từ Quang Phương, 2014).

3. Kết quả huy động và sử dụng vốn đầu tư phát triển thành phố Hải Phòng

3.1. Cơ chế huy động và sử dụng vốn

Bộ Chính trị (2003) và Ban chấp hành Trung Ương (2013) đã xác định mục tiêu huy động và sử dụng vốn đầu tư phát triển trong giai đoạn qua được thực hiện theo hướng *phát huy tối đa các nguồn lực, lợi thế để xây dựng Hải Phòng trở thành thành phố Cảng xanh, văn minh, hiện đại, trung tâm dịch vụ, công nghiệp lớn có sức cạnh tranh cao; là trọng điểm phát triển kinh tế biển của cả nước; là đầu mối giao thông quan trọng của cả nước, cửa chính ra biển của các địa phương phía Bắc và hành lang kinh tế Việt Nam - Trung Quốc.*

Huy động vốn cho *đầu tư phát triển* tại thành phố yêu cầu tập trung vào trọng tâm:

- Đổi mới mô hình tăng trưởng và cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng phát triển nhanh, bền vững. Chuyển hướng phát triển chủ yếu từ chiều rộng sang chiều sâu, nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế;

- Tăng trưởng kinh tế gấp từ 1,5 - 2 lần bình quân cả nước, GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.900 - 5.000 USD, cơ cấu kinh tế dịch vụ chiếm 63%, công nghiệp - xây dựng 33,5% và nông, lâm, thủy sản 3,5% đến năm 2020;

- Xây dựng và phát triển đô thị Hải Phòng theo hướng đô thị cảng biển xanh, văn minh, hiện đại. Thực hiện tốt ba khâu đột phá chiến lược, trong đó phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng phải bảo đảm đồng bộ, hiện đại đáp ứng yêu cầu phát triển của thành phố và vùng; huy động mọi nguồn lực đầu tư, kể cả vốn nước ngoài dưới nhiều hình thức BOT, BTO, BT, PPP... (Đan Đức Hiệp, 2015).

Để thực hiện phương hướng trên, một số cơ chế tài chính huy động được thể hiện xuyên suốt, nổi bật

qua các văn bản của Thủ tướng Chính phủ (2004) về một số cơ chế tài chính ngân sách ưu đãi đối với thành phố; Luật ngân sách nhà nước và các quy định hiện hành khác. Chính phủ (2017) quy định về một số cơ chế, chính sách tài chính – ngân sách đặc thù đối với thành phố Hải Phòng. Đó là căn cứ để thành phố có điều kiện huy động nguồn lực để phát triển cơ sở hạ tầng, thực hiện các công trình cấp thiết của thành phố.

3.2. Kết quả huy động và sử dụng vốn

3.2.1. Quy mô huy động và sử dụng vốn

Lượng vốn huy động vốn đầu tư phát triển trên địa bàn thành phố được thể hiện qua Bảng 1. Tổng vốn đầu tư toàn xã hội giai đoạn 2006 - 2010 đạt 118,374 nghìn tỷ VND, gấp 2,57 lần giai đoạn 2001 - 2005, đạt tốc độ tăng 20,2%/năm, bằng 57,44% GDP. Giai đoạn 2011 - 2015, quy mô vốn đầu tư phát triển của Hải Phòng tăng chậm, đạt gần 206.694 tỷ VND, tăng bình quân 8,81%/năm, gấp 1,75 lần giai đoạn 2006 - 2010. Tuy nhiên, tỷ lệ đầu tư trên GDP của Hải Phòng đã giảm từ 55,3% năm 2010 xuống còn 38,08% vào năm 2015 nhưng vẫn khá cao so với cả nước (năm 2015 là 36,6%). Năm 2016 tổng số vốn đầu tư toàn xã hội trên địa bàn thành phố là 56.383 tỷ VND, tăng 15,5% so với năm 2015. Năm 2017, đạt 67.853 tỷ VND, tăng 20,34% so với năm 2016.

Giai đoạn 2016 -2017, Thành phố tập trung các biện pháp tái cơ cấu đầu tư công, xây dựng và áp dụng quy trình hợp lý, chặt chẽ, có hiệu quả về xác định, thẩm định, lựa chọn, phân bổ vốn đầu tư; vốn đầu tư từ ngân sách thành phố trong giai đoạn này đã tập trung bố trí cho các dự án, công trình trọng điểm, đặc biệt là các công trình hạ tầng kỹ thuật có sức lan tỏa lớn, các dự án hoàn thành và chuyển tiếp việc bố trí vốn cho các dự án khởi công mới được hạn chế tối đa.

Tổng vốn FDI thực hiện giai đoạn 2006-2010 đạt 17.490 tỷ VND, bằng 993,42 triệu USD. Tỷ trọng đã tăng từ 12,43% thời kỳ 2001 - 2005 lên 26,5% vào thời kỳ 2011-2015. Lượng vốn thu hút được hàng năm là gần 7 tỷ USD, đứng trong top đầu cả nước (2011 đạt 968,255 triệu USD, đứng thứ 4 cả nước năm 2012 đạt 1264,665 triệu USD, đứng thứ 3 và năm 2015 đạt 967,4 triệu USD, đứng thứ 7 cả nước).

Giai đoạn 2011-2015, đặc biệt năm 2016, thành phố rà soát, cải tiến các thủ tục đầu tư, thành lập Trung tâm xúc tiến đầu tư, đổi mới phương pháp xúc tiến đầu tư. Môi trường đầu tư kinh doanh của thành phố được cải thiện. Lần đầu Hải Phòng dẫn

đầu cả nước về thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Tổng số vốn đầu tư FDI năm 2016 đạt 2 tỷ 900 triệu USD, tăng 228,5% so với cùng kỳ. Trong khi đó, cả nước thu hút 19,6 tỷ USD, bằng 78% so với cùng kỳ, giảm 22%). So với địa phương đứng thứ hai là Bình Dương (đạt 1,93 tỷ USD), Hải Phòng gấp 1,5 lần. So với thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng gấp 2,05 lần (ước thu hút khoảng 1,34 tỷ USD) và so với Quảng Ninh thì gấp 5,5 lần (ước thu hút khoảng 0,5 tỷ USD). Tính đến 31-12-2016, Hải Phòng thu hút 15,89 tỷ USD, đứng thứ 6 cả nước (địa phương đứng thứ 5 là Đồng Nai thu hút được 25 tỷ USD).

Hải Phòng cũng thành công trong việc thu hút các doanh nghiệp trong nước có tiềm lực, kinh nghiệm và quy mô nhất như Tập đoàn Vingroup, Tập đoàn Sun Group, Tập đoàn Him Lam. Tổng mức đầu tư lên tới hàng trăm nghìn tỷ VND, triển khai nhiều dự án có giá trị kinh tế cao (Ủy ban nhân dân Thành phố Hải Phòng, 2017).

Vốn đầu tư phát triển được huy động và sử dụng hiệu quả. So với cả nước, tỷ lệ vốn đầu tư phát triển trên GDP của Hải Phòng cao hơn nhưng tốc độ tăng trưởng kinh tế cũng cao nên hệ số ICOR của thành phố tương đối thấp, cả giai đoạn là 5,2 (cả nước là 6,09). Đây là điểm tích cực so với các địa phương khác.

3.2.2. Cơ cấu vốn đầu tư phát triển

Cơ cấu vốn đầu tư phát triển chuyển dịch theo hướng giảm tỷ trọng vốn đầu tư từ khu vực kinh tế Nhà nước, tăng mạnh tỷ trọng vốn đầu tư từ tư nhân. Tỷ trọng vốn đầu tư của khu vực kinh tế Nhà nước giảm mạnh từ 46,11% tổng vốn đầu tư xã hội trên địa bàn vào thời kỳ 2001 - 2005 xuống còn 32,86%

vào thời kỳ 2006 - 2010 và chỉ còn 30,02% vào thời kỳ 2011 - 2015. Giai đoạn 2016 - 2020 dự kiến còn 28,3%.

Vốn ngân sách nhà nước đã đóng vai trò quan trọng trong việc đầu tư nâng cấp hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội và làm tăng sức hấp dẫn đối với các nguồn vốn đầu tư khác. Nhiều dự án lớn trên địa bàn thành phố đã được ngân sách trung ương tăng hỗ trợ vốn đầu tư để đẩy nhanh tiến độ. Một số dự án quan trọng của các Bộ, ngành trung ương, các Tổng công ty và các đơn vị trong thành phố đã được triển khai trong nhiều ngành, nhiều lĩnh vực. Vốn của khu vực ngoài nhà nước đạt tỷ lệ cao nhất bằng 52,36% trong thời kỳ 2006 - 2010 và giảm còn 43,48% vào thời kỳ 2011 - 2015, dự kiến còn 40,2% thời kỳ 2016 - 2020. Cơ cấu đầu tư xã hội của Hải Phòng trong giai đoạn qua qua thể hiện rõ xu thế gia tăng tính tự chủ của thành phố trong đầu tư phát triển. Tỷ lệ đầu tư do địa phương quản lý tăng từ 71,9% tổng vốn đầu tư xã hội trong thời kỳ 2001 - 2005 lên 79,0% tổng vốn đầu tư xã hội trên địa bàn thời kỳ 2011 - 2015.

Tỷ trọng vốn FDI còn thấp, khoảng dưới 15,0% giai đoạn 2001 - 2010, tuy nhiên đã tăng lên 26,5% giai đoạn 2011 - 2015 và dự kiến là 31,5% giai đoạn 2016 - 2020. Thu hút đầu tư nước ngoài giai đoạn 2016 - 2020 có định hướng và có chọn lọc vào các lĩnh vực quan trọng: công nghệ cao; công nghiệp hỗ trợ; năng lượng tái tạo, năng lượng sạch; phát triển cơ sở hạ tầng và phát triển nguồn nhân lực; chế biến nông sản, phát triển các vùng khó khăn, nông nghiệp và nông thôn; sử dụng tiết kiệm và hiệu quả tài nguyên, tiết kiệm năng lượng; các ngành dịch vụ có giá trị gia tăng cao; các ngành có tỷ trọng xuất

Bảng 1: Quy mô vốn đầu tư phát triển thực hiện trên địa bàn thành phố Hải Phòng giai đoạn 2001 đến nay

Chỉ tiêu	Thời kỳ			
	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2020 (*)
1. Tổng vốn đầu tư toàn xã hội (tỷ VND)	46.053	118.374	206.694	441.246
2. Vốn đầu tư theo khu vực				
Khu vực nhà nước	21.236	38.898	62.045	124.873
Khu vực ngoài nhà nước	19.094	61.986	89.868	177.381
Khu vực FDI	5.723	17.490	54.781	138.992
3. Vốn đầu tư theo ngành				
Nông, lâm nghiệp và thủy sản	1.392	3.923	5.447	
Công nghiệp - Xây dựng	15.277	41.328	91.883	
Dịch vụ	29.384	73.123	109.364	

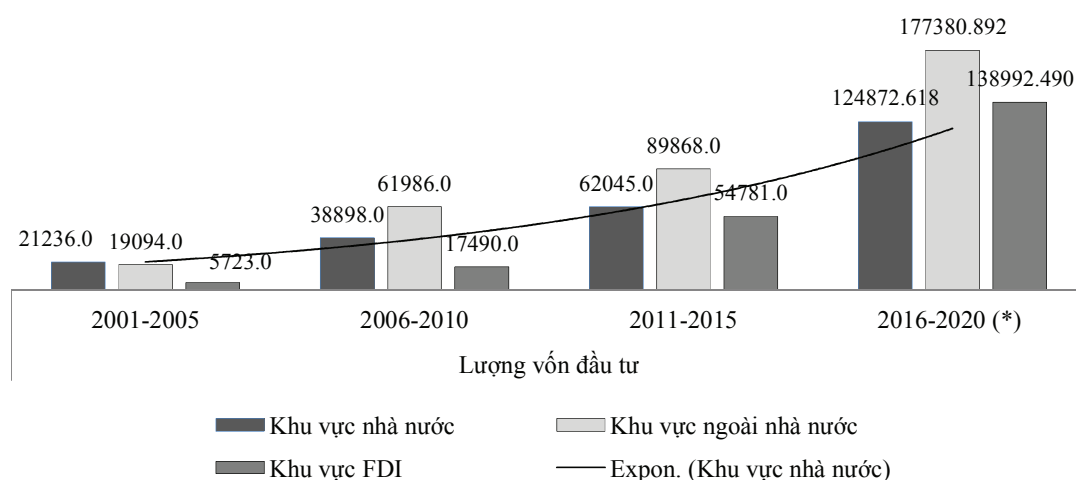
Nguồn: Ủy ban Nhân dân thành phố Hải Phòng (2017), (* là số liệu giai đoạn kế hoạch)

Bảng 2: Cơ cấu vốn đầu tư xã hội và cơ cấu vốn đầu tư của Hải Phòng

Chỉ tiêu	Giai đoạn			
	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2020 (*)
1. Tổng vốn đầu tư toàn xã hội	100%	100%	100%	100%
2. Cơ cấu vốn đầu tư theo khu vực				
Khu vực nhà nước	46.11%	32.86%	30.02%	28.30%
Khu vực ngoài nhà nước	41.46%	52.36%	43.48%	40.20%
Khu vực FDI	12.43%	14.78%	26.50%	31.50%

Nguồn: Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng (2017)

Hình 1: Quy mô nguồn vốn đầu tư phát triển (tỷ VND)



Nguồn: Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng (2017)

khẩu lớn; các ngành có ý nghĩa về an sinh xã hội (khám chữa bệnh, công nghiệp dược và vắc-xin, sinh phẩm), bảo đảm môi trường và an ninh quốc gia. Kết hợp thu hút FDI với phát huy nội lực của doanh nghiệp nội địa có vai trò “vệ tinh”.

3.3. Hạn chế trong huy động và sử dụng vốn

Công tác huy động và sử dụng vốn hiện nay còn những hạn chế cơ bản sau:

Một là, tỷ trọng chi đầu tư phát triển trong tổng chi ngân sách thành phố hiện nay chưa tương xứng với nhu cầu của thành phố: Với vị trí là cửa ngõ chính ra biển của cả miền Bắc, một cực tăng trưởng của Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ nên nhu cầu chi đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng trên địa bàn thành phố là rất lớn, nhất là hạ tầng giao thông, hạ tầng đô thị;

Hai là, nhiều công trình, dự án vượt quá khả năng của ngân sách và huy động sức dân dẫn đến kéo dài

thời gian thực hiện, phải điều chỉnh tăng tổng mức đầu tư;

Ba là, thị trường bất động sản đóng băng nên thực hiện đấu giá quyền sử dụng đất không đạt kế hoạch. Điều này đã hạn chế việc bổ sung nguồn vốn thanh toán nợ đọng xây dựng cơ bản, dẫn đến tình trạng nhiều dự án hoàn thành, bàn giao đưa và sử dụng nhưng vẫn còn nợ đọng;

Bốn là, nguồn thu trên địa bàn chưa ổn định, bền vững và chưa có nguồn thu lớn tạo sự đột biến lớn cho ngân sách;

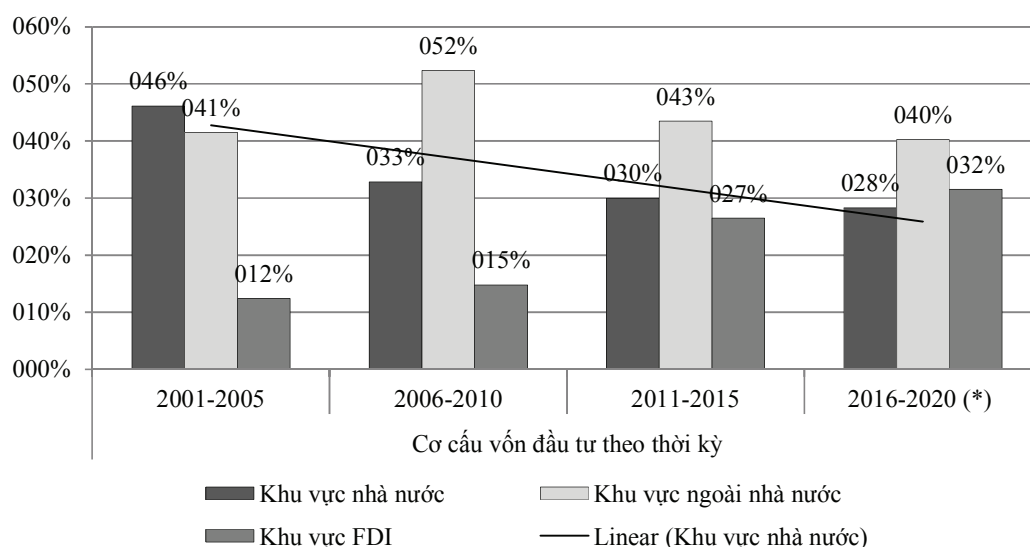
Năm là, chất lượng, hiệu quả của các dự án đầu tư thu hút còn chưa cao, chưa thực sự khai thác hết được các lợi thế tiềm năng.

3.4. Nguyên nhân chủ yếu

Những hạn chế trên trong huy động và sử dụng vốn bắt nguồn từ những nguyên nhân chủ yếu sau:

- Nguồn thu trên địa bàn chưa ổn định, bền vững

Hình 2: Cơ cấu vốn đầu tư phát triển theo số tương đối



Nguồn: Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng (2017)

và chưa có nguồn thu lớn tạo sự đột biến lớn cho ngân sách. Kinh tế của thành phố tuy đã có sự hồi phục và tăng trưởng nhưng tập trung vào một số ngành nghề, lĩnh vực sản xuất hàng xuất khẩu, thuế giá trị gia tăng không phát sinh nộp, trong khi thuế thu nhập doanh nghiệp lại được hưởng ưu đãi trong thời gian dài, đã ảnh hưởng trực tiếp tới tình hình thu ngân sách nhà nước;

- Cơ chế, chính sách thu hút đầu tư còn nhiều bất cập; hệ thống văn bản pháp luật về thu hút đầu tư còn nhiều chồng chéo, chưa được hướng dẫn đầy đủ, kịp thời. Các hoạt động xúc tiến đầu tư còn mang

tính đơn lẻ, tính liên ngành, liên vùng còn chưa cao;

- Nhận thức, trình độ, năng lực đội ngũ cán bộ quản lý còn hạn chế. Trình độ, năng lực của một số cán bộ quản lý đầu tư như chủ đầu tư, tư vấn lập, quản lý, giám sát dự án... chưa đáp ứng được yêu cầu dẫn đến việc triển khai các dự án không đảm bảo đúng tiến độ đã đề ra, làm tăng chi phí, giảm hiệu quả đầu tư;

- Công tác xây dựng kế hoạch đầu tư công dài hạn vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Tính kế hoạch hóa trong dài hạn của đầu tư chưa được quan tâm đúng mức làm cho thành phố bị động trong việc huy

Bảng 3. Dự báo nhu cầu vốn đầu tư phát triển Thành phố đến 2030

Chỉ tiêu	2016-2020	2021-2025	2026-2030	2016-2030
1. Nhu cầu vốn (tỷ VND, giá so sánh 2010)	441.246	769.789	1.323.790	2.534.825
(Triệu USD, giá so sánh 2010)	20.829	36.338	62.490	119.657
2. Vốn đầu tư phân theo nguồn trong nước và nước ngoài	100%	100%	100%	100%
Vốn trong nước	68,50%	67,00%	65,30%	66,40%
Vốn nước ngoài	31,50%	33,00%	34,70%	33,60%
3. Vốn theo hình thức quản lý	100%	100%	100%	100%
Khu vực nhà nước	28,30%	26,10%	23,80%	25,30%
Trong đó vốn ngân sách	11,50%	11,00%	10,80%	11,00%
Khu vực ngoài quốc doanh	40,20%	40,90%	41,50%	41,10%
Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	31,50%	33,00%	34,70%	33,60%
4. Tốc độ tăng trưởng vốn	17,80%	17,20%	16,50%	17,20%

Nguồn: Ủy ban nhân dân Thành phố Hải Phòng (2017)

động nguồn lực, trong công tác xây dựng kế hoạch triển khai các dự án đầu tư, dẫn đến tình trạng không cân đối đủ nguồn vốn đáp ứng đúng tiến độ của các dự án, ảnh hưởng đến hiệu quả đầu tư.

4. Dự báo nhu cầu và đề xuất giải pháp huy động vốn đầu tư phát triển

4.1. Dự báo nhu cầu vốn đầu tư

Dự báo tổng vốn đầu tư phát triển thành phố trong 15 năm từ 2016 - 2030 theo giá so sánh năm 2010 là hơn 2.534 nghìn tỷ VND (tương đương 119,657 tỷ USD giá so sánh năm 2010). Tốc độ tăng trưởng vốn đầu tư trung bình là 17,2%/năm. Theo xu thế đầu tư hiện nay và nhu cầu thu hút đầu tư nước ngoài trong những năm sắp tới, để khai thác tiềm năng to lớn về cảng biển và các ngành kinh tế biển, đầu tư sẽ có xu thế gia tăng đột biến sau khi một số dự án hạ tầng lớn liên quan như Cảng cửa ngõ quốc tế Hải Phòng, đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng đi vào hoạt động. Cơ cấu đầu tư sẽ theo hướng tỷ trọng đầu tư khu vực nước ngoài; đầu tư khu vực trong nước sẽ giảm nhẹ trong suốt thời kỳ 2016 - 2030. Đầu tư khu vực nhà nước sẽ giảm dần còn 23,8% vào thời kỳ 2026 - 2030, trong đó vốn đầu tư có nguồn gốc ngân sách sẽ giảm từ 11,7% thời kỳ 2011 - 2015 còn 10% vào thời kỳ 2026 - 2030.

Vốn đầu tư khu vực nước ngoài tăng từ 26,5% thời kỳ 2011 - 2015 lên 31,5% thời kỳ 2016-2020, bằng 33% vào kỳ 2021-2025 và 34,7% vào thời kỳ 2026-2030, do xu thế đầu tư lớn của nước ngoài vào các công trình hạ tầng quy mô lớn và xu thế đầu tư vào các dự án lớn về dịch vụ vận tải biển, xuất nhập khẩu và công nghiệp sản xuất điện tử, thiết bị đi động và sản xuất động cơ.

Đầu tư của các thành phần kinh tế ngoài nhà nước trong nước sẽ giữ ở mức 40,2% thời kỳ 2016 - 2020 và tăng dần lên 41,5% thời kỳ 2026 - 2030. Trong bối cảnh chung của khu vực và quốc tế, ưu tiên dành cho các nước chậm phát triển về ODA sẽ có xu thế giảm dần, dự báo nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức có thể dành cho thành phố Hải Phòng sẽ không quá 1% tổng nhu cầu vốn đầu tư của thành phố. Trong điều kiện đó, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài cần huy động sẽ đạt khoảng trên 33,6% tổng đầu tư xã hội, tức là tăng từ 2.478 triệu USD thời kỳ 2011 - 2015 lên 6.561 triệu USD thời kỳ 2016 - 2020 và tương ứng lên 11.992 triệu USD và 21.684 triệu USD vào 2 thời kỳ 2021 - 2025 và 2026 - 2030. Tốc độ tăng trưởng đầu tư nước ngoài khá cao, khoảng 22,5%/năm trong suốt 15 năm. Điều này đòi hỏi

những can thiệp nhất định của nhà nước về cơ chế, chính sách đối với thành phố, đồng thời thành phố cũng phải có chiến lược đặc biệt thu hút các nguồn vốn nước ngoài vào địa bàn của mình (Thành ủy Hải Phòng, 2018).

4.2. Giải pháp huy động và sử dụng vốn đầu tư

4.2.1. Giải pháp huy động vốn từ nguồn ngân sách nhà nước

Tăng cường khai thác các nguồn thu, tiết kiệm chi để tăng mức đầu tư từ ngân sách bình quân hàng năm 17,2%/năm do nhu cầu đầu tư hạ tầng lớn. Để nâng cao nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước, cần tăng tỷ lệ tích lũy từ nội bộ nền kinh tế thành phố, tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng cao và có các biện pháp khuyến khích tiết kiệm cho đầu tư phát triển. Cụ thể như sau:

Một là, tích cực huy động nguồn vốn Trung ương hỗ trợ có mục tiêu, trái phiếu Chính phủ, vốn tín dụng ưu đãi đầu tư, vốn nhân rồi của Kho bạc Nhà nước để đầu tư kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội. Tăng cường xây dựng quy hoạch và kế hoạch, đảm bảo các công trình, dự án trọng điểm của tỉnh, nhất là các dự án lớn về giao thông, thủy lợi, quốc phòng an ninh... được thể hiện đầy đủ trong quy hoạch, kế hoạch đầu tư phát triển của Bộ ngành chủ quản nhằm đảm bảo nguồn vốn cho đầu tư phát triển.

Hai là, trong khuôn khổ pháp luật về đất đai, cần thực hiện tốt việc động nguồn vốn từ khai thác quỹ đất cho phát triển đô thị, công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp và xây dựng nông thôn mới.

Ba là, xây dựng cơ chế, biện pháp tăng thu ngân sách trên địa bàn, giám sát thu và chi hợp lý để tránh thất thoát, tăng vốn cho đầu tư phát triển từ nguồn ngân sách để xây dựng kết cấu hạ tầng then chốt. Cần thực hiện tốt các quyết định về chính sách ưu tiên đối với thành phố để huy động nguồn vốn vào đầu tư phát triển.

Bốn là, tăng thu từ nguồn khai thác cảng biển, từ xuất nhập khẩu. Xây dựng cơ chế chính sách tiên cho hoạt động xuất nhập khẩu tại các cảng biển trên cơ sở chính sách chung Nhà nước đã ban hành.

Năm là, đẩy mạnh sản xuất kinh, đặc biệt đầu tư chiều sâu để nâng cao chất lượng sản phẩm đồng thời giảm chi phí đầu vào, nhằm tăng giá trị gia tăng sản phẩm.

4.2.2. Vốn ngoài nhà nước

Thứ nhất, đổi mới, nâng cao chất lượng công tác xúc tiến đầu tư. Tích cực và chủ động lựa chọn các

dự án có quy mô lớn, sử dụng công nghệ cao để tập trung thu hút đầu tư vào các khu kinh tế trọng điểm, các khu công nghiệp và các trục phát triển. Nhanh nhạy và tranh thủ kịp thời sự ủng hộ của Chính phủ, các Bộ ngành để thu hút vốn đầu tư từ các nước có tiềm năng về vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Đức, Pháp và một số nước Trung Đông.

Tăng cường thu hút, vận động các nguồn vốn từ nhân dân, các doanh nghiệp cho phát triển kinh doanh, dự án dân doanh nhỏ và vừa, xã hội hóa đầu tư phát triển các lĩnh vực giáo dục, đào tạo, y tế, văn hóa thể thao, khuyến khích nhân dân tham gia các hoạt động phát triển hạ tầng (điện, đường, trường, trạm, trại) theo phương thức Nhà nước và nhân dân cùng làm; khuyến khích các doanh nghiệp, tập đoàn lớn đầu tư trực tiếp vào các dự án lớn, các lĩnh vực có hàm lượng công nghệ cao hoặc các dự án dịch vụ biển, du lịch sử dụng nhiều lao động. Ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư kết cấu hạ tầng theo hình thức PPP; nghiên cứu phát hành trái phiếu công trình địa phương.

Thứ hai, đa dạng hóa các hình thức huy động vốn, các hình thức tạo vốn, mở rộng các nguồn thu. Nghiên cứu áp dụng các hình thức công cụ huy động vốn như huy động tiết kiệm, phát hành kỳ phiếu, trái phiếu... có mức lãi suất thích hợp với và bảo hiểm tiền gửi. Tạo tích lũy, huy động mọi tiềm năng về tài nguyên, tài sản của mọi thành phần kinh tế, mọi tầng lớp dân cư để đầu tư vào sản xuất kinh doanh sinh lời cho cá nhân và xã hội.

4.2.3. *Vốn nước ngoài*

Huy động ODA đầu tư cho các công trình hạ tầng đô thị lớn thuộc các lĩnh vực giao thông, môi trường, cấp, thoát, xử lý nước thải, rác thải,... trong đó quan tâm đến các nhà tài trợ lớn có quan tâm đầu tư vào Hải Phòng như WB, ADB, JICA, AFD,... tranh thủ các dự án NGO để đầu tư kết cấu hạ tầng và hỗ trợ chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cho nông dân và các cộng đồng nghèo thông qua xây dựng danh mục dự án ưu tiên đầu tư, chuẩn bị ngân hàng dự án với những thông tin cần thiết đối với các dự án đầu tư trong và ngoài nước và có lộ trình vận động đầu tư rõ ràng trên cơ sở bám sát các chương trình, dự án ưu tiên của các tổ chức tài chính quốc tế, các nhà tài trợ.

Để thu hút được nguồn vốn FDI cần tiếp tục vận dụng hợp lý các cơ chế, chính sách, cải tiến các thủ tục đầu tư thông thoáng nhằm khuyến khích các nhà

đầu tư vào khu kinh tế Đình Vũ – Cát Hải, các khu công nghiệp công nghệ cao của thành phố, gắn với thu hút công nghệ hiện đại, tạo thêm nhiều việc làm. Hướng FDI vào các ngành công nghệ cao, đạt trình độ tiêu chuẩn quốc tế, đảm bảo sức cạnh tranh của sản phẩm và tỷ lệ hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu.

Cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư; hướng FDI vào thực hiện các mục tiêu chuyển đổi kinh tế và chuyển đổi cơ cấu sản xuất của thành phố, đặc biệt là các ngành dịch vụ tại các khu công nghiệp, khu kinh tế, phát triển đô thị.

Nguồn vốn đầu tư của người Việt Nam định cư ở nước ngoài: thông qua các phương tiện thông tin, thân nhân trong nước đẩy mạnh tuyên truyền, kêu gọi, khuyến khích cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống ở nước ngoài về đầu tư phát triển sản xuất trên địa bàn thành phố Hải Phòng, đồng thời có chính sách ưu đãi thích hợp.

4.2.4. *Sử dụng hiệu quả các nguồn vốn đầu tư phát triển*

Tổ chức quản lý chặt chẽ việc chi ngân sách đảm bảo tăng đầu tư ngân sách cho phát triển kết cấu hạ tầng và các lĩnh vực thiết yếu. Thực hiện lồng ghép các nguồn vốn của các Chương trình quốc gia, các dự án hỗ trợ quốc tế để tạo sức mạnh tổng hợp của các nguồn vốn và nâng cao hiệu quả vốn đầu tư;

- Sử dụng các nguồn vốn đầu tư có tính chất ngân sách nhà nước cho việc hoàn thành và đẩy nhanh tiến độ các dự án trọng điểm có ý nghĩa lớn đối với phát triển kinh tế - xã hội, có tính lan tỏa, có ý nghĩa chiến lược đối với phát triển thành phố;

- Sử dụng hiệu quả nguồn vốn ODA và ngân sách Trung ương đối ứng cho địa phương khi thực hiện các dự án ODA. Ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, quy mô lớn và hiện đại, có tác dụng và ảnh hưởng nhiều đến các địa bàn quan trọng của thành phố; hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng xã hội; phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao, phát triển nông nghiệp và nông thôn; ưu tiên các dự án vốn lớn, thu hút nhiều lao động, tiêu thụ nguyên liệu tại chỗ và bao tiêu sản phẩm, có công nghệ tiên tiến, thân thiện môi trường; hỗ trợ bảo vệ môi trường và các nguồn tài nguyên thiên nhiên, ứng phó với biến đổi khí hậu và tăng trưởng xanh;

- Nguồn vốn tín dụng đầu tư nhà nước sẽ tập trung cho các dự án có khả năng thu hồi vốn, các cơ sở sản xuất hàng xuất khẩu, phát triển hạ tầng nuôi trồng thủy sản; xây dựng các cơ sở chế biến: nông sản,

thủy sản; các dự án hạ tầng xã hội quan trọng; dành vốn đối ứng cho các dự án có sử dụng vốn hỗ trợ phát triển chính thức;

- Khuyến khích đầu tư khu vực tư nhân đối với các ngành nghề sử dụng công nghệ tiên tiến, sản xuất những sản phẩm có giá trị cao (điện tử, viễn thông, sản xuất phần mềm...), các nghiên cứu và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao và phát triển nông thôn;

- Thu hút có chọn lọc các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài, ưu tiên các dự án công nghệ cao, thân thiện môi trường, sản xuất sản phẩm có sức cạnh tranh cao, đặc biệt là các dự án của các tập đoàn hàng đầu thế giới về công nghệ và quản lý; các dự án công nghiệp phụ trợ, công nghiệp phục vụ nông nghiệp, dịch vụ có hàm lượng tri thức cao; dịch vụ khoa học và công nghệ, giáo dục và đào tạo, phát triển kết cấu hạ tầng.

4.3. Giám sát chặt chẽ kế hoạch tổng thể đầu tư phát triển thành phố

Kế hoạch tổng thể đầu tư phát triển thành phố trong thời kỳ trung và dài hạn cần được lưu trữ tập trung và giám sát một cách hệ thống các thông tin về lộ trình đầu tư của các dự án theo ngành và lãnh thổ, theo nguồn vốn đầu tư trên cơ sở phối hợp với công tác lập kế hoạch đầu tư trung hạn các kỳ 5 năm trên địa bàn. Kết quả đánh giá thường kỳ việc triển khai các hoạt động đầu tư vào thành phố sẽ là căn cứ để rà soát đánh giá hiệu quả của việc thực hiện các chương trình trọng tâm và các chính sách hỗ trợ thực hiện nhằm điều chỉnh phù hợp và kịp thời. Định kỳ hàng năm đầu tư phát triển thành phố cần được điều chỉnh phù hợp với quy hoạch phát triển các ngành và lĩnh vực trên phạm vi toàn quốc, quy hoạch phát triển Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ, Vùng Đồng bằng Sông Hồng và thể hiện mối liên kết chặt chẽ giữa các ngành, lĩnh vực của thành phố theo nguyên tắc thống nhất, phát huy cao độ hiệu quả liên ngành, liên vùng của từng công trình, đặc biệt là các công trình do thành phố quản lý.

Tài liệu tham khảo

- Ban chấp hành Trung Ương (2013), *Kết luận số 72-KL/TW ngày 10 tháng 10 năm 2013, về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết số 32-NQ/TW, của Bộ Chính trị khóa IX “Về xây dựng và phát triển thành phố Hải Phòng trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước”*, ban hành ngày 5 tháng 8 năm 2003.
- Bộ Chính trị (2003), *Nghị quyết số 32-NQ/TW về xây dựng và phát triển thành phố Hải Phòng trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*, ban hành ngày 5 tháng 8 năm 2003.
- Chính phủ (2017), *Nghị định số 89/2017/NĐ-CP quy định một số cơ chế, chính sách tài chính - ngân sách đặc thù đối với Thành phố Hải Phòng*, ban hành ngày 29 tháng 7 năm 2017.
- Đan Đức Hiệp (2015), *25 năm thu hút vốn FDI tại Hải Phòng thực trạng và giải pháp*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- Từ Quang Phương (2014), *Giáo trình Quản lý Dự án*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- Nguyễn Bạch Nguyệt & Từ Quang Phương (2010), *Giáo trình Kinh tế Đầu tư*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- Nguyễn Thị Thanh Nhân (2015), *Quản lý Đầu tư phát triển từ Ngân sách nhà nước*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- Thành ủy Hải Phòng (2018), *Kết quả hai năm (2016-2017) thực hiện Nghị quyết Đại hội XII của Đảng, Nghị quyết Đại hội XV Đảng bộ Thành phố*, Nhà xuất bản Hải Phòng, Hải Phòng.
- Thủ tướng chính phủ (2004), *Quyết định số 54/2004/QĐ-TTg về một số cơ chế tài chính ngân sách ưu đãi đối với Thành phố Hải Phòng*, ban hành ngày 05 tháng 4 năm 2004.
- Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng (2016), *Đề án nhiệm vụ, giải pháp tăng cường kỷ cương thu, chi ngân sách nhà nước, nâng cao hiệu quả đầu tư công*, Hải Phòng.
- Ủy ban nhân dân Thành phố Hải Phòng (2017), *Báo cáo tổng hợp Rà soát, điều chỉnh và bổ sung quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Thành phố Hải Phòng đến năm 2025, định hướng đến 2030*, Hải Phòng.
- Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng (2017), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội TP Hải Phòng năm 2017*, Hải Phòng.