Tạp chí Nghiên cứu TÀI CHÍNH KẾ TOÁN

TỔNG BIÊN TẬP
PGS.TS. NGUYỄN MẠNH THIỀU

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
GS.TS. CHÚC ANH TÚ
TS. NGUYỄN HỮU TÂN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
GS.TS. NGÔ THẾ CHI

ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
GS.TS. ĐINH VĂN SƠN
GS.TS. TRẦN VĂN NHUNG
GS. JON SIBSON
GS. NICK HAND
GS. MARK HOLMES
GS.TS. VŨ VĂN HÓA
GS.TS. NGUYỄN ĐÌNH ĐỖ
GS.TS. ĐOÀN XUÂN TIÊN
PGS.TS. NGUYỄN ĐÀO TÙNG
PGS.TS. VŨ VĂN NINH
PGS.TS. PHẠM NGỌC ÁNH
PGS.TS. PHẠM VĂN LIÊN
PGS.TS. NGUYỄN VŨ VIỆT
PGS.TS. TRẦN XUÂN HẢI
PGS.TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG
PGS.TS. NGUYỄN BÁ MINH
PGS.TS. LƯU ĐỨC TUYÊN
PGS.TS. NGUYỄN LÊ CƯỜNG
PGS.TS. SIMONE DOMENICO SCAGNELLI
PGS. CHUNG TRAN
PGS.TS. VŨ DUY NGUYÊN
PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG
TS. NGUYỄN VĂN BÌNH
TS. LÊ THỊ THÙY VÂN
TS. NGUYỄN THỊ LAN
TS. LƯU HỮU ĐỨC
TS. LƯƠNG THỊ ÁNH HOA

TRỊ SỰ
PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG

THƯ KÝ TÒA SOẠN
Ths. NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
ĐT: 0904755576

HỖ TRỢ TRỰC TUYẾN
Ths. NGÔ VÚT BỐNG
Ths. VŨ THỊ DIỆU LOAN
Ths. HOÀNG HỮU SƠN

THIẾT KẾ BÌA, CHẾ BẢN
BÙI DŨNG THẮNG - NGUYỄN ANH TÚ

TÒA SOẠN
SỐ 58 LÊ VĂN HIẾN, P. ĐÔNG NGẠC - HÀ NỘI

Điện thoại: 024.32191967
E-mail: tapchinctckt@hvtc.edu.vn
Website: https://tapchinctckt.hvtc.edu.vn/
https://tapchinctckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US

MỤC LỤC

KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN

7 Phát triển các khu công nghiệp của Thành phố Hà Nội sau khi triển khai Nghị định số 35/2022/NĐ-CP của Chính phủ
ThS. Lê Doãn Hải Trường - TS. Nguyễn Thị Thu Phương - TS. Nguyễn Văn Hậu

KINH TẾ, TÀI CHÍNH VĨ MÔ

12 Hoàn thiện thể chế phát triển thị trường dữ liệu ở Việt Nam: Những điểm nghẽn về quyền tài sản, định giá và phân phối lợi ích
TS. Đỗ Hồng Việt

14 Thảo luận và đề xuất chính sách tiêu dùng bền vững với các mặt hàng tiêu dùng nhanh tại Việt Nam
PGS.TS. Phạm Văn Kiệm

21 Tác động của tài chính toàn diện tới mức độ thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp trên địa bàn Nam Định
TS. Trần Thị Thu Hường

26 Thực trạng thu hút FDI công nghệ cao hướng tới mục tiêu tăng trưởng bền vững nền kinh tê Việt Nam
ThS. Nguyễn Vũ Minh - ThS. La Văn Thủy - Nguyễn Thị Minh Anh

29 Thu hút FDI tại tỉnh Hưng Yên: Thực trạng và những vấn đề đặt ra trong bối cảnh mới
ThS. Vũ Thị Vân - PGS.TS. Nguyễn Tiến Long

34 Giải ngân vốn đầu tư công tại thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025: Thực trạng và giải pháp
ThS. Đỗ Ngọc Khanh

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

37 Hoàn thiện kế toán chi phí và thông tin tài chính phục vụ xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính
PGS.TS. Ngô Thanh Hoàng - ThS. Nguyễn Cẩm Ngọc - ThS. Nguyễn Thị Hoàng Yến

45 Báo cáo kế toán phát triển bền vững - Thực trạng và giải pháp tại các doanh nghiệp Việt Nam
TS. Ngô Thị Thu Hương - ThS. Nguyễn Thị Mai Hương

49 Đánh giá hiệu quả của việc áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo hoạt động tại các doanh nghiệp thương mại
TS. Nguyễn Thị Thanh Hải

53 Phân tích ảnh hưởng của các nhân tố bên trong đến chuyển đổi số công tác kế toán tại các doanh nghiệp tỉnh Tuyên Quang
TS. Nguyễn Thị Kim Ngân - TS. Lê Ngọc Đoan Trang

57 Tác động của Big Data đến năng lực phán đoán của kế toán viên quản trị: nghiên cứu tại các doanh nghiệp ngành bán lẻ
TS. Trần Hồng Vân

63 Xây dựng lộ trình chiến lược áp dụng chuẩn mực IFRS S2 tại các doanh nghiệp Việt Nam
TS. Đào Mạnh Huy - PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng

67 Ảnh hưởng của quy mô, lĩnh vực kinh doanh đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán Big4: Bằng chứng từ các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam
TS. Trương Thùy Vân

72 Hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây: Xu hướng và hàm ý quản trị
ThS. Nguyễn Thu Hà - ThS. Nguyễn Thị Thu Thư

DIỄN ĐÀN DOANH NGHIỆP

76 Ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính đến hiệu quả hoạt động của các công ty ngành hóa chất niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam
TS. Lê Thị Mỹ Nương - TS. Bùi Tiến Thịnh - Nguyễn Thị thu Hường

79 Thúc đẩy thực hành ESG với các doanh nghiệp Việt Nam
PGS.TS. Đỗ Thị Vân Trang

84 Chiến lược đầu tư cổ phiếu trong bối cảnh nhận thức ESG gia tăng: Bằng chứng thực nghiệm từ thị trường Việt Nam
PGS.TS. Cao Minh Tiến - ThS. Nguyễn Minh Hiếu - ThS. Ngô Châu Quỳnh Như - ThS. Cao Anh Tuấn - ThS. Lưu Nguyên Phú

88 Quản lý tài sản công trong các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam: Thực trạng và định hướng hoàn thiện
TS. Nguyễn Phi Hùng - Viengnakhone KHANTRY- Wellcome SINTHAVONG - Souned VILAVONGSA

92 Nhân tố tác động đến mức độ công bố thông tin ESG trong mối liên hệ với hiệu quả tài chính - nghiên cứu tại các công ty niêm yết ở Việt Nam
TS. Nguyễn Văn Bảo - ThS. Võ Tường Oanh

96 Tài trợ thương mại quốc tế của ngân hàng thương mại Việt Nam nghiên cứu thực nghiệm tại Vietcombank
TS. Đặng Thị Ngọc Lan

100 Các nhân tố ảnh hưởng đến chính sách cổ tức của các doanh nghiệp công nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam
TS. Nguyễn Trọng Nguyên - ThS. Nguyễn Thị Thu Hậu - TS. Lê Thị Bảo Như

104 Vai trò trung gian của lợi thế cạnh tranh đến sự gắn bó của doanh nghiệp FDI tại tỉnh Thái Nguyên: Phân tích mô hình SEM
TS. Đỗ Thị Hòa Nhã - TS. Nguyễn Thị Nhung

109 Tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ: Nghiên cứu trường hợp tại một doanh nghiệp bảo hiểm hàng đầu ở Việt Nam
ThS. Nguyễn Thị Thanh Quý

114 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của các hợp tác xã chè tại Thái Nguyên
ThS. Lưu Thị Thùy Linh - TS. Dương Hoài An - TS. Vũ Thị Hiền - TS. Hồ Lương Xinh

119 Kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An
ThS. Hà Văn Thành

123 Các yếu tố cấu thành năng lực và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất nhỏ và vừa tại Việt Nam
TS. Vũ Thị Như Quỳnh

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

128 Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái tại Việt Nam
TS. Hoàng Trung Đức - ThS. Nguyễn Hữu Bảo - Bùi Tiến Dũng - Nguyễn Tuấn Anh

132 Các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán ViệT Nam
TS. Lê Hồng Thái - Cù Nguyễn Hà Trang - Dương Thị Thùy

136 Rủi ro biến động giá hàng hóa và khả năng chống chịu tài chính: Bằng chứng từ thị trường cà phê và hàm ý đối với tài chính toàn diện tại Việt Nam
TS. Nguyễn Thị Hà Thanh - ThS. Nguyễn Thị Thanh Tâm - PGS.TS. Phan Trần Trung Dũng

141 Chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam nhìn từ góc độ lý thuyết đường cong nụ cười
TS. Nguyễn Thị Thanh Vân - ThS. Lê Thị Lệ Mỹ

146 Tác động của niềm tin vào trí tuệ nhân tạo đến chất lượng quyết định tài chính của nhà đầu tư cá nhân: vai trò trung gian của thiên kiến hành vi trong bối cảnh các ngân hàng thương mại Việt Nam
ThS. Nguyễn Việt Hà

151 Tác động của kỷ luật thị trường tới hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam
TS. Đặng Thị Quỳnh Anh

156 Lãnh đạo đạo đức và kết quả hoạt động của doanh nghiệp: tổng quan lý thuyết và đề xuất mô hình nghiên cứu
ThS. Nguyễn Minh Trang

161 Mối quan hệ giữa ESG và thương hiệu: Nghiên cứu và phân tích trắc lượng thư mục
ThS. Nguyễn Thị Hồng Nhung - TS. Tô Anh Thơ - PGS.TS. Nông Thị Như Mai

166 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn của các doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam: Ứng dụng mô hình tác động cố định và tác động ngẫu nhiên
ThS. Nguyễn Thị Mai Phương - TS. Nguyễn Hữu Tân

171 Thúc đẩy phát triển logistics xanh tại Việt Nam: Thực trạng và hàm ý chính sách
TS. Đỗ Văn Trịnh

CÔNG NGHỆ VÀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH

176 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong lĩnh vực ngân hàng và tài chính tại Việt Nam hiện nay
TS. Trần Thế Sao - ThS. Phan Hồng Hạnh

181 Mô hình quản lý quan hệ khách hàng dựa trên nền tảng số: Bằng chứng thực nghiệm từ các ngân hàng thương mại tại Việt Nam
TS. Nguyễn Thị Nhung - ThS. Đinh Thị Len

187 Tác động của nguồn lực và năng lực hợp tác tài chính đến quá trình chuyển đổi số tại các quỹ tín dụng nhân dân Việt Nam
TS. Chu Thị Hồng Hải - ThS. Nguyễn Lệ Thu - ThS. Dương Thùy Anh

192 Thúc đẩy sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng tại Hà Nội
PGS.TS. Nguyễn Bích Thủy - Chu Hiểu Ánh - Trần Minh Anh - Trần Thị Phương Anh

197 Tác động của chuyển đổi số đến ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam
ThS. Nguyễn Thị Thanh Hoa - ThS. Nguyễn Thụy Bảo Khuyên

201 Ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam
TS. Bùi Huy Trung - TS. Mai Hương Giang

206 Thúc đẩy chuyển đổi số của các ngân hàng thương mại việt nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0
TS. Nguyễn Thanh Huyền - PGS.TS. Lê Thị Kim Nhung

211 Thực trạng chuyển giá và kiểm soát giao dịch liên kết trong ngành CNTT Việt Nam: Góc nhìn từ quản lý thuế
Bùi Ngọc Tú - Vương Thị Bạch Tuyết - Đỗ Quang Hưng

215 Ứng dụng AI cơ bản trong công tác kế toán tại các doanh nghiệp xây dựng dân dụng Việt Nam
ThS. Hoàng Văn Cường

KINH TẾ, TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

219 Tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế: Nghiên cứu thực nghiệm ở các quốc gia khu vực châu Á - Thái Bình Dương và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam
TS. Trần Thị Thu Hương

224 Hoạt động đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo tại Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc
ThS. Nguyễn Thùy Linh - TS. Vũ Duy

228 Lao động Việt Nam làm việc ở nước ngoài và tăng trưởng kinh tế
TS. Phạm Thị Thủy - TS. Nguyễn Thị Nhung

233 Kinh nghiệm phát triển năng lượng tái tạo của một số địa phương trong nước và quốc tế: Hàm ý chính sách cho thành phố Hà Nội
ThS. Nguyễn Đình Thắng

238 Nghiên cứu về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á: Tổng quan nghiên cứu bằng VOSviewer
ThS. Đoàn Huyền Trang

243 Thu hút FDI vào vùng Đông Nam Bộ trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu: Trường hợp Nhật Bản, Hàn Quốc
ThS. Vũ Hồng Nhung

KINH TẾ - XÃ HỘI

248 Tiêu dùng xanh tại Việt Nam: Thực trạng và khuyến nghị
PGS.TS. Nguyễn Thị Hà - ThS. Lê Vũ Thanh Tâm - TS. Nguyễn Thu Thương

252 Vai trò marketing xanh trong việc tạo niềm tin xanh đối với thực phẩm xanh của giới trẻ khu vực Đồng bằng sông Cửu Long
ThS. Nguyễn Thị Hồng phúc - PGS.TS. Nguyễn Thanh Hùng - PGS.TS. Nguyễn Xuân Nhĩ

257 Nghiên cứu về thỏa ước lao động tập thể trong đảm bảo lợi ích kinh tế của người lao động ngành dệt may
ThS. Nguyễn Như Quảng

262 Tác động của quản lý nguồn nhân lực đến sự gắn kết của người lao động với tổ chức:nghiên cứu điển hình tại BIM Group
TS. Đàm Thị Thanh Dung - TS. Hà Duy Hào

267 Tác động của các đặc điểm câu chuyện trong video đến sự liên quan cảm xúc và ý định mua
ThS. Nguyễn Thị Thúy - TS. Tô Anh Thơ - TS. Trần Thế Nam

272 Nghiên cứu ảnh hưởng của các thuộc tính thực phẩm hữu cơ đến sự hài lòng của khách hàng tại thị trường Hà Nội
ThS. Đào Thị Dịu

277 Nghiên cứu ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
ThS. Nguyễn Thị Bích Ngọc - ThS. Nguyễn Bình Minh

282 Du lịch số gắn với du lịch cộng đồng: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới phát triển du lịch Vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng
TS. Cao Thị Thanh Phượng - TS. Nguyễn Quang Hợp

287 Nâng cao mối liên kết giữa sản phẩm đặc sản địa phương và mô hình du lịch dựa vào cộng đồng
ThS. Vũ Quyết Tiến - PGS.TS. Đinh Hồng Linh - TS. Vũ Quỳnh Nam

292 Sử dụng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) để đánh giá tiềm năng phát triển du lịch MICE của Nghệ An
TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương

297 Niềm tin và rủi ro cảm nhận - hai cực ảnh hưởng quyết định đến ý định mua hàng xuyên biên giới trực tuyến tại thị trường đang phát triển
ThS. Hoàng Mai Phương - ThS. Bùi Như Hiển

In tại Nhà xuất bản Kinh tế - Tài chính, Giấy phép số: 46/GP-BVHTTDL ngày 07/4/2026
In xong và nộp lưu chiểu tháng 4 năm 2026.

Journal of FINANCE & ACCOUNTING RESEARCH

EDITOR IN CHIEF
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN MANH THIEU

ASSCOCIATE EDITOR
PROFESSOR CHUC ANH TU
DOCTOR NGUYEN HUU TAN

CHAIRMAN OF EDITORIAL BOARD
PROFESSOR NGO THE CHI

MEMBERS OF EDITORIAL BOARD
PROFESSOR DINH VAN SON
PROFESSOR TRAN VAN NHUNG
PROFESSOR JON SIBSON
PROFESSOR NICK HAND
PROFESSOR MARK HOLMES
PROFESSOR VU VAN HOA
PROFESSOR NGUYEN DINH DO
PROFESSOR DOAN XUAN TIEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN DAO TUNG
ASSOCIATE PROFESSOR VU VAN NINH
ASSOCIATE PROFESSOR PHAM NGOC ANH
ASSOCIATE PROFESSOR PHAM VAN LIEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN VU VIET
ASSOCIATE PROFESSOR TRAN XUAN HAI
ASSOCIATE PROFESSOR LE XUAN TRUONG
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN BA MINH
ASSOCIATE PROFESSOR LUU DUC TUYEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN LE CUONG
ASSOC. PROFESSOR SIMONE DOMENICO SCAGNELLI
ASSOCIATE PROFESSOR CHUNG TRAN
ASSOCIATE PROFESSOR VU DUY NGUYEN
ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG
DOCTOR NGUYEN VAN BINH
DOCTOR LE THI THUY VAN
DOCTOR NGUYEN THI LAN
DOCTOR LUU HUU DUC
DOCTOR LUONG THI ANH HOA

MANAGER
ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG

SECRETARY
MASTER NGUYEN THI THANH HUYEN
Phone: 0904755576

ONLINE SUPPORT
MASTER NGO VUT BONG
MASTER VU THI DIEU LOAN
MASTER HOANG HUU SON

COVER DESIGN, PRE-PRINTING
BUI DUNG THANG - NGUYEN ANH TU

EDITORIAL OFFICE
No. 58 LE VAN HIEN, DONG NGAC WARD - HA NOI

Phone: 024.32191967
Email: tapchinctckt@hvtc.edu.vn
Website: https://tapchinctckt.hvtc.edu.vn/
https://tapchinctckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US

CONTENTS

SCIENCE AND PRACTICE

7 Development of industrial parks in Hanoi after the Implementation of Government Decree No. 35/2022/ND-CP
MSc. Le Doan Hai Truong - PhD. Nguyen Thi Thu Phuong - PhD. Nguyen Van Hau

MACROECONOMICS AND FINANCE

12 Perfecting the institutional framework for data market development in Vietnam: Bottlenecks in property rights, valuation and benefit distribution
PhD. Do Hong Viet

14 Discussion and policy recommendations for sustainable consumption of fast-moving consumer goods in Vietnam
Assoc.Prof.PhD. Pham Van Kiem

21 The impact of financial inclusion on the climate change adaptation level of enterprises in Nam Dinh province
PhD. Tran Thi Thu Huong

26 The current situation of high-tech FDI attraction toward the goal of sustainable economic growth in Vietnam
MSc. Nguyen Vu Minh - MSc. La Van Thuy - Nguyen Thi Minh Anh

29 FDI attraction in Hung Yen province: Current situation and issues arising in the new context
MSc. Vu Thi Van - Assoc.Prof.PhD. Nguyen Tien Long

34 Disbursement of public investment capital in Hanoi city in the 2021-2025 period: Current situation and solutions
MSc. Do Ngoc Khanh

ACCOUNTING AND AUDITING

37 Improving cost accounting and financial information for public service pricing under financial autonomy conditions
Assoc.Prof.PhD. Ngo Thanh Hoang - MSc. Nguyen Cam Ngoc
MSc. Nguyen Thi Hoang Yen

45 Sustainability accounting reporting: Current situation and solutions in Vietnamese enterprises
PhD. Ngo Thi Thu Huong - MSc. Nguyen Thi Mai Huong

49 Evaluation of the effectiveness of applying activity-based costing in trading enterprises
PhD. Nguyen Thi Thanh Hai

53 Analysis of the impact of internal factors on the digital transformation of accounting practices in enterprises in Tuyen Quang province
PhD. Nguyen Thi Kim Ngan - PhD. Le Ngoc Doan Trang

57 The impact of big data on the judgment capability of management accountants: Evidence from retail sector enterprises
PhD. Tran Hong Van

63 Developing a strategic roadmap for the adoption of IFRS S2 in Vietnamese enterprises
PhD. Dao Manh Huy - Assoc. Prof. PhD. Ngo Thi Thu Hong

67 The impact of firm size and industry on the choice of Big4 audit firms: Evidence from listed companies on the vietnam stock market
PhD. Truong Thuy Van

72 Cloud-based accounting information systems: Trends and managerial implications
MSc. Nguyen Thu Ha - MSc. Nguyen Thi Thu Thu

BUSINESS FORUM

76 The impact of financial leverage on the performance of listed chemical industry companies on the Vietnam stock market
PhD. Le Thi My Nuong - PhD. Bui Tien Thinh - Nguyen Thi Thu Huong

79 Promoting ESG practices in Vietnamese enterprises
Assoc.Prof.PhD. Do Thi Van Trang

84 Stock investment strategies in the context of rising ESG awareness: Empirical evidence from the Vietnam market
Assoc.Prof.PhD. Cao Minh Tien - MSc. Nguyen Minh Hieu - MSc. Ngo Chau Quynh Nhu - MSc. Cao Anh Tuan - MSc. Luu Nguyen Phu

88 Management of public assets in Vietnamese higher education institutions: Current situation and directions for improvement
PhD. Nguyen Phi Hung - Viengkakhone KHANTRY - Wellcome SINTHAVONG - Souned VILAVONGSA

92 Factors affecting the level of ESG disclosure in relation to financial performance: Evidence from listed companies in Vietnam
PhD. Nguyen Van Bao - MSc. Vo Truong Oanh

96 International trade finance of Vietnamese commercial banks: Empirical evidence from Vietcombank
PhD. Dang Thi Ngoc Lan

100 Factors affecting dividend policy of listed industrial enterprises on the Vietnam stock market
PhD. Nguyen Trong Nguyen - MSc. Nguyen Thi Thu Hau - PhD. Le Thi Bao Nhu

104 The mediating role of competitive advantage in the commitment of FDI enterprises in Thai Nguyen province: SEM analysis
PhD. Do Thi Hoa Nha - PhD. Nguyen Thi Nhung

109 The impact of technology platforms on the intention to maintain life insurance contracts: A case study of a leading insurance company in Vietnam
MSc. Nguyen Thi Thanh Quy

114 Factors affecting the economic efficiency of tea cooperatives in Thai Nguyen province
MSc. Luu Thi Thuy Linh - PhD. Duong Hoai An - PhD. Vu Thi Hien - PhD. Ho Luong Xinh

119 Tax inspection of small and micro enterprises in Nghe An province
MSc. Ha Van Thanh

123 Factors constituting the capacity and business efficiency of small and medium-sized manufacturing enterprises in Vietnam
PhD. Vu Thi Nhu Quynh

STUDY EXCHANGE

128 Evaluation of factors affecting the exchange rate in Vietnam
PhD. Hoang Trung Duc - MSc. Nguyen Huu Bao - Bui Tien Dung - Nguyen Tuan Anh

132 Factors affecting the financial risk of listed companies on the Vietnam stock market
PhD. Le Hong Thai - Cu Nguyen Ha Trang - Duong Thi Thuy

136 Commodity price volatility risk and financial resilience: Evidence from the coffee market and implications for financial inclusion in Vietnam
PhD. Nguyen Thi Ha Thanh - MSc. Nguyen Thi Thanh Tam - Assoc.Prof.PhD. Phan Tran Trung Dung

141 The value chain of Vietnam's Textile and Garment Industry from the perspective of the smile curve theory
PhD. Nguyen Thi Thanh Van - MSc. Le Thi Le My

146 The impact of trust in artificial intelligence on the financial decision quality of individual investors: The mediating role of behavioral biases in the context of Vietnamese commercial banks
MSc. Nguyen Viet Ha

151 The impact of market discipline on the performance of joint-stock commercial banks in Vietnam
PhD. Dang Thi Quynh Anh

156 Ethical leadership and firm performance: A theoretical review and proposed research model
MSc. Nguyen Minh Trang

161 The relationship between ESG and brand: A bibliometric study and analysis
MSc. Nguyen Thi Hong Nhung - PhD. To Anh Tho - Assoc.Prof.PhD. Nong Thi Nhu Mai

166 Promoting green logistics development in Vietnam: Current situation and policy implications
PhD. Do Van Trinh

TECHNOLOGY AND FINANCIAL MANAGEMENT

176 The application of artificial intelligence in the banking and finance sector in Vietnam
PhD. Tran The Sao - MSc. Phan Hong Hanh

181 A digital platform-based customer relationship management model: Empirical evidence from commercial banks in Vietnam
PhD. Nguyen Thi Nhung - MSc. Dinh Thi Len

187 The impact of financial resources and collaborative capacity on the digital transformation of people's credit funds in Vietnam
PhD. Chu Thi Hong Hai - MSc. Nguyen Le Thu - MSc. Duong Thuy Anh

192 Promoting the use of digital banking services by customers in Hanoi
Assoc.Prof.PhD. Nguyen Bich Thuy - Chu Hieu Anh - Tran Minh Anh - Tran Thi Phuong Anh

197 The impact of digital transformation on the financial stability of Vietnamese commercial banks
MSc. Nguyen Thi Thanh Hoa - MSc. Nguyen Thuy Bao Khuyen

201 The application of digital transformation in foreign-invested enterprises in Vietnam
PhD. Bui Huy Trung - PhD. Mai Huong Giang

206 Promoting the digital transformation of Vietnamese commercial banks in the context of the fourth industrial revolution
PhD. Nguyen Thanh Huyen - Assoc.Prof.PhD. Le Thi Kim Nhung

211 Transfer pricing practices and the control of related-party transactions in Vietnam's IT industry: A tax administration perspective
Bui Ngoc Tu - Vuong Thi Bach Tuyet - Do Quang Hung

215 Application of basic ai in accounting at Vietnamese civil construction enterprises
MSc. Hoang Van Cuong

INTERNATIONAL ECONOMICS AND FINANCE

219 The impact of green finance on economic growth: Empirical evidence from Asia-Pacific countries and lessons for Vietnam
PhD. Tran Thi Thu Huong

224 Foreign direct investment activities in the manufacturing industry in Vietnam in the context of U.S. - China trade competition
MSc. Nguyen Thuy Linh - PhD. Vu Duy

228 Vietnamese workers employed abroad and economic growth
PhD. Pham Thi Thuy - PhD. Nguyen Thi Nhung

233 Experiences in renewable energy development in selected domestic and international localities: Policy implications for Hanoi city
MSc. Nguyen Dinh Thang

238 Research on green logistics in Southeast Asian countries: A literature review using VOSviewer
MSc. Doan Huyen Trang

243 FDI attraction into the Southeast region in the context of global supply chain shifts: The cases of Japan and South Korea
MSc. Vu Hong Nhung

ECONOMICS - SOCIETY

248 Green consumption in Vietnam: Current situation and recommendations
Assoc.Prof.PhD. Nguyen Thi Ha - MSc. Le Vu Thanh Tam - PhD. Nguyen Thu Thuong

252 The role of green marketing in building green trust in green food among youth in the Mekong Delta Region
MSc. Nguyen Thi Hong Phuc - Assoc.Prof.PhD. Nguyen Thanh Hung -Assoc.Prof.PhD. Nguyen Xuan Nhi

257 Research on collective bargaining agreements in ensuring the economic interests of workers in the textile and garment industry
MSc. Nguyen Nhu Quang

262 The impact of human resource management on employee organizational commitment: A case study at BIM group
PhD. Dam Thi Thanh Dung - PhD. Ha Duy Hao

267 The impact of video storytelling characteristics on emotional engagement and purchase intention
MSc. Nguyen Thi Thuy - PhD. To Anh Tho - PhD. Tran The Nam

272 A study on the influence of organic food attributes on customer satisfaction in the Hanoi market
MSc. Dao Thi Diu

277 A study on the influence of experiential learning on professional skills and entrepreneurial intention of students in tourism and travel service management, Faculty of Tourism, Hanoi University of Industry
MSc. Nguyen Thi Bich Ngoc - MSc. Nguyen Binh Minh

282 Digital tourism associated with community-based tourism: A study of factors affecting tourism development in the Non Nuoc Cao Bang Global Geopark region
PhD. Cao Thi Thanh Phuong - PhD. Nguyen Quang Hop

287 Enhancing the linkage between local specialty products and the community-based tourism model
MSc. Vu Quyet Tien - Assoc.Prof.PhD. Dinh Hong Linh - PhD. Vu Quynh Nam

292 Using the analytic hierarchy process (AHP) method to evaluate the potential for MICE tourism development in Nghe An province
PhD. Nguyen Thi Quynh Huong

297 Trust and perceived risk - two determinants of cross-border online purchase intention in a developing market
MSc. Hoang Mai Phuong - MSc. Bui Nhu Hien

Printed at Economic - Finance Plublishing House, Publishing Lisence: 46/GP-BVHTTDL date 07/4/2026
Prints and deposits completed in April, 2026.

PHÁT TRIỂN CÁC KHU CÔNG NGHIỆP CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI SAU KHI TRIỂN KHAI NGHỊ ĐỊNH SỐ 35/2022/NĐ-CP CỦA CHÍNH PHỦ

ThS. Lê Doãn Hải Trường* - TS. Nguyễn Thị Thu Phương - TS. Nguyễn Văn Hậu*****

Bài viết phân tích sự phát triển các khu công nghiệp (KCN) của Thành phố Hà Nội sau thời gian thực hiện theo Nghị định số 35/2022/NĐ-CP của Chính phủ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sau khoảng thời gian Nghị định 35/2022/NĐ-CP đưa vào triển khai thực hiện, Thành phố Hà Nội đã có những điều chỉnh mang tính chiến lược cần thiết cho sự phát triển các KCN, từ đó đã tạo ra không gian mới cho sự phát triển các KCN này. Tuy nhiên, các tác giả cho thấy hiện tại vẫn còn những khó khăn nhất định cần được tháo gỡ, nhằm đáp ứng tốt hơn nữa các điều kiện pháp lý mới và cũng là cơ sở để các KCN Hà Nội phát triển bền vững.

• Từ khóa: *Nghị định số 35/2022/NĐ-CP, khu công nghiệp, Hà Nội.*

The article analyzes the development of industrial parks (IPs) in Hanoi after a period of implementation under the Government's Decree No. 35/2022/ND-CP. The research findings indicate that, following the rollout of Decree 35/2022/ND-CP, Hanoi has made necessary strategic adjustments to foster the development of its industrial parks, thereby creating new space and momentum for their growth. However, the authors note that certain difficulties still remain and need to be addressed in order to better meet the new legal requirements and to provide a foundation for the sustainable development of Hanoi's industrial parks.

• Key words: *decree No. 35/2022/ND-CP, industrial parks, Hanoi.*

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 17/02/2026
Ngày duyệt đăng: 02/03/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.01

1. Đặt vấn đề

Sau khi Nghị định số 35/2022/NĐ-CP của Chính phủ có hiệu lực, Hà Nội đứng trước yêu cầu cấp thiết phải rà soát, điều chỉnh và hoàn thiện cách thức quy hoạch, quản lý và phát triển hệ thống khu công nghiệp (KCN) theo khung pháp lý mới, bảo đảm đồng bộ với chiến lược phát triển công nghiệp và định hướng quy hoạch cấp quốc gia.

Thực tiễn cho thấy, hệ thống KCN đang hoạt động trên địa bàn được phân bố tương đối thuận lợi, phần lớn nằm tại các vị trí giao thông huyết mạch, tạo điều kiện cho lưu thông hàng hóa, kết nối chuỗi cung ứng và liên kết sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp trong và ngoài KCN. Tuy nhiên, khi các yêu cầu mới về phát triển KCN theo Nghị định 35/2022/NĐ-CP đặt ra chuẩn mực cao hơn về tính đồng bộ quy hoạch, hiệu quả sử dụng đất, hạ tầng kỹ thuật - xã hội, bảo vệ môi trường, cũng như mô hình phát triển bền vững. Nghiên cứu sự phát triển KCN Hà Nội sau khi Nghị định 35/2022/NĐ-CP có hiệu lực là cần thiết, nhằm cung cấp luận cứ cho việc điều chỉnh kịp thời chính sách và giải pháp triển khai; bảo đảm các KCN phát triển theo đúng định hướng mới, nâng cao hiệu quả thu hút đầu tư, tăng năng lực cạnh tranh, đồng thời hướng tới phát triển bền vững và phù hợp với mục tiêu phát triển chung của Thủ đô.

2. Chính sách đối với phát triển khu công nghiệp

Thứ nhất, quan niệm về khu công nghiệp, phát triển khu công nghiệp

Các KCN là các hệ thống sản xuất được xác định theo địa lý, đặc trưng bởi một số lượng lớn các công ty vừa và nhỏ tham gia vào nhiều giai đoạn khác nhau trong quá trình sản xuất một nhóm sản phẩm đồng nhất (Porter, 1998).

Theo UNIDO (1997), một KCN có thể được định nghĩa là một khu đất được phát triển và chia thành các lô theo một kế hoạch toàn diện với các

** NCS, Đại học Kinh tế Quốc dân; email: TS4329CT@ST.neu.edu.vn*
*** Trường Đại học Thương Mại*
**** Trường Kinh tế và Quản lý công, Đại học Kinh tế quốc dân*

điều khoản về đường sá, giao thông và tiện ích công cộng để một nhóm các công ty và các hoạt động kinh doanh công nghiệp sử dụng. Trong một KCN, các vấn đề về phân vùng có thể được giảm thiểu bằng cách tạo thành nhóm hợp lý các loại hình sản xuất kinh doanh công nghiệp khác nhau (Geng và Zhao, 2009).

Các khu công nghiệp là một phương tiện quan trọng cho sự phát triển kinh tế khu vực, thu thập tài nguyên, phát triển các ngành công nghiệp mới và thúc đẩy đô thị hóa (Fang, 2014).

Trên nền tảng đó, phát triển bền vững KCN trở thành xu thế tất yếu trong chính sách phát triển công nghiệp. Khái niệm này cần được đặt trong khuôn khổ phát triển bền vững của quốc gia và bối cảnh đặc thù của từng địa phương, nhấn mạnh yêu cầu nâng cao hiệu quả phát triển đồng thời hài hòa các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường. Theo cách tiếp cận này, phát triển KCN được hiểu như sau:

"Phát triển KCN là việc bảo đảm sự tăng trưởng kinh tế ổn định trong bản thân KCN, của các doanh nghiệp KCN, từ đó góp phần giải quyết các vấn đề về xã hội và môi trường của trong và ngoài KCN".

Thứ hai, chính sách với phát triển khu công nghiệp

Các chính sách phát triển khu công nghiệp (KCN) giữ vai trò nền tảng trong việc định hướng, hình thành và thúc đẩy sự phát triển của các KCN ở cả cấp quốc gia và cấp vùng. Nhiều nghiên cứu cho thấy rằng chính sách quy hoạch không gian cho ngành công nghiệp là công cụ định hướng quan trọng, chi phối trực tiếp quá trình phân bổ không gian công nghiệp, quy mô và tốc độ phát triển của các KCN (UNIDO, 2012; Cheng và cộng sự, 2017; Chen và cộng sự, 2018).

Việc phát triển KCN không chỉ nhằm tập trung các hoạt động sản xuất công nghiệp mà còn góp phần tạo dựng một môi trường phát triển thuận lợi thông qua đầu tư đồng bộ vào cơ sở hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ và các tiện ích công cộng cần thiết cho doanh nghiệp. Do đó, chính sách phát triển KCN đóng vai trò cầu nối giữa chiến lược phát triển công nghiệp và mục tiêu nâng cao hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế (UNIDO, 2012).

Bên cạnh đó, sự phối hợp giữa chính sách phát triển công nghiệp và chính sách sử dụng đất theo vùng được xác định là yếu tố then chốt thúc đẩy quá trình mở rộng đất công nghiệp và hình thành các KCN mới. Khi các chính sách này được thiết kế đồng bộ và nhất quán, chúng có thể tạo ra không gian phát triển công nghiệp hợp lý, hỗ trợ sự hình thành và mở rộng KCN theo định hướng dài hạn (Cheng và cộng sự, 2017).

Ngoài vai trò định hướng, chính sách quy hoạch không gian công nghiệp còn tác động trực tiếp đến cơ chế quy hoạch, phát triển và quản lý KCN trong tương lai. Chính sách không chỉ ảnh hưởng đến việc bố trí và sử dụng đất công nghiệp mà còn chi phối cách thức tổ chức, vận hành và quản trị các KCN, từ giai đoạn quy hoạch, đầu tư xây dựng hạ tầng cho đến quản lý hoạt động sản xuất và dịch vụ trong KCN (Danilo, 2018). Điều này cho thấy vai trò của chính sách mang tính xuyên suốt, bao trùm toàn bộ vòng đời phát triển của KCN.

Trên thực tế, việc hình thành và vận hành các KCN đặt ra nhiều thách thức đối với các nhà hoạch định và thực thi chính sách, đặc biệt liên quan đến nhu cầu đầu tư lớn cho phát triển quỹ đất, xây dựng kết cấu hạ tầng kỹ thuật và cung cấp các tiện ích phục vụ sản xuất. Trong bối cảnh đó, chính quyền các cấp, đặc biệt là chính quyền địa phương, giữ vai trò quan trọng trong việc vận dụng các quy định trực tiếp và các công cụ kinh tế nhằm thúc đẩy phát triển KCN. Không chỉ thực hiện các quy định bắt buộc, chính quyền địa phương còn có xu hướng chủ động áp dụng các công cụ kinh tế như ưu đãi đầu tư, hỗ trợ hạ tầng và các cơ chế khuyến khích khác để thu hút doanh nghiệp và nâng cao hiệu quả hoạt động của KCN.

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, việc kết hợp linh hoạt giữa các công cụ chính sách pháp lý và công cụ kinh tế đã được áp dụng rộng rãi tại nhiều quốc gia ở châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á trong quá trình phát triển KCN (Heeres và cộng sự, 2004; Shi và cộng sự, 2010; Zhang và cộng sự, 2010).

3. Thực trạng các khu công nghiệp của Thành phố Hà Nội sau khi triển khai Nghị định số 35/2022/NĐ-CP của Chính phủ

3.1. Khái quát một số nội dung trong Nghị định số 35/2022/NĐ-CP của Chính phủ

Về mô hình KCN, Nghị định 35/2022/NĐ-CP đã sửa đổi, bổ sung một số nội dung so với Nghị định số 82/2018/NĐ-CP. Theo đó, văn bản mới quy định thêm hai loại hình KCN gồm: (i) KCN chuyên ngành, yêu cầu tối thiểu 60% diện tích

đất công nghiệp được dành để thu hút các dự án đầu tư thuộc ngành, nghề chủ đạo của KCN; và (ii) KCN công nghệ cao, trong đó tối thiểu 30% diện tích đất công nghiệp phải được sử dụng để thu hút các dự án đầu tư thuộc lĩnh vực công nghệ cao trong KCN đó.

Nghị định 35/2022/NĐ-CP đã điều chỉnh đáng kể khuôn khổ pháp lý trong quản lý quy hoạch phát triển KCN. Trước đây, KCN phải được đưa vào quy hoạch tổng thể phát triển KCN quốc gia và được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Hiện nay, cơ chế này không còn, thay vào đó KCN được xác định trong phương án phát triển hệ thống KCN thuộc quy hoạch tỉnh/thành phố theo pháp luật về quy hoạch. Tuy nhiên, do thẩm quyền phê duyệt và điều chỉnh quy hoạch cấp tỉnh vẫn thuộc Thủ tướng Chính phủ, nên thực chất quy hoạch phát triển KCN theo Nghị định 35/2022/NĐ-CP vẫn phải được Thủ tướng xem xét và phê duyệt.

Vấn đề về quy hoạch xây dựng áp dụng cho các KCN. Các quy định mới về quy hoạch xây dựng áp dụng cho KCN cũng đã được Nghị định 35 kế thừa và cụ thể hóa theo Luật Xây dựng, trong đó phân loại thành các loại quy hoạch như: quy hoạch chung xây dựng KCN, quy hoạch phân khu xây dựng KCN và quy hoạch chi tiết xây dựng KCN. Bên cạnh đó, Nghị định cũng đưa ra một số trường hợp ngoại lệ trong đó nhiệm vụ quy hoạch xây dựng được miễn.

Nghị định 35/2022/NĐ-CP, ngoài việc kế thừa các quy định trước đây, đã bổ sung một số điều kiện đối với đầu tư xây dựng và kinh doanh hạ tầng KCN. Theo đó, việc phát triển KCN có thể thực hiện theo lộ trình từng giai đoạn; phải bố trí tối thiểu 5 ha hoặc 3% diện tích đất công nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, công nghiệp hỗ trợ và đổi mới sáng tạo; bảo đảm điều kiện chuyển mục đích sử dụng đất; đồng thời có quy hoạch nhà ở và các công trình dịch vụ, tiện ích cho người lao động trong KCN.

Đối với điều kiện áp dụng cho chủ đầu tư KCN, Nghị định 35/2022/NĐ-CP quy định một số tiêu chí chung như: đáp ứng điều kiện kinh doanh bất động sản theo pháp luật về kinh doanh bất động sản; bảo đảm các điều kiện liên quan đến việc thuê đất, cho thuê lại đất và chuyển mục đích sử dụng đất để triển khai dự án KCN theo quy định của pháp luật đất đai và các quy định pháp luật có liên quan. Những yêu cầu này cũng được áp dụng đối với tổ chức kinh tế do nhà đầu tư nước ngoài thành lập khi tham gia đầu tư phát triển KCN.

Về thủ tục thành lập KCN, Nghị định 35/2022/NĐ-CP bãi bỏ yêu cầu Chủ đầu tư KCN phải có quyết định thành lập do Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố ban hành, thay vào đó xem xét KCN là đã được thành lập kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành quyết định chấp thuận chủ trương đầu tư hoặc chấp thuận nhà đầu tư theo quy định của pháp luật về đầu tư.

Một điểm đáng chú ý trong Nghị định 35/2022/NĐ-CP là việc mở rộng đối tượng được phép tạm trú và lưu trú trong KCN, trong đó cho phép cả chuyên gia, nhân viên (không phân biệt trong nước hay nước ngoài) được tạm trú trong khu vực doanh nghiệp, và cho phép xây dựng cơ sở lưu trú trong khuôn viên đất dịch vụ của KCN.

Nghị định 35/2022/NĐ-CP lần đầu tiên đưa ra khái niệm pháp lý về "phí sử dụng hạ tầng", là khoản phí dịch vụ mà tổ chức, cá nhân phải trả khi sử dụng các công trình hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ trong KCN như giao thông, điện, cấp thoát nước, thông tin liên lạc, xử lý chất thải và các tiện ích công cộng khác. Quy định này tạo cơ sở pháp lý rõ ràng cho việc thu và quản lý phí hạ tầng, góp phần tăng nguồn lực cho bảo trì và nâng cấp hệ thống hạ tầng KCN.

3.2. Phân tích sự phát triển các khu công nghiệp của Thành phố Hà Nội sau khi triển khai Nghị định số 35/2022/NĐ-CP

Việc triển khai Nghị định số 35/2022/NĐ-CP đã tạo ra những tác động quan trọng đến quá trình phát triển các khu công nghiệp (KCN) trên địa bàn Thành phố Hà Nội, thể hiện cả ở phương diện hoàn thiện khung pháp lý, định hướng mô hình phát triển KCN theo chiều sâu, cũng như đặt ra những thách thức mới trong tổ chức thực hiện phù hợp với điều kiện đặc thù của Thủ đô. Trên thực tế, Hà Nội hiện có 09 KCN với tổng diện tích khoảng 1.348 ha và 01 Khu Công nghệ cao (KCNC) Hòa Lạc đã đi vào hoạt động, với tỷ lệ lấp đầy đạt gần 100%, thu hút doanh nghiệp đến từ 27 quốc gia và vùng lãnh thổ. Điều này cho thấy hệ thống KCN của Hà Nội đã phát triển tương đối ổn định và đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng công nghiệp và kinh tế đô thị.

Cơ cấu ngành nghề trong các KCN của Hà Nội nhìn chung khá đa dạng, bao gồm các lĩnh vực sản xuất, lắp ráp điện tử, cơ khí chính xác,

phụ tùng ô tô - xe máy, linh kiện điện tử, dược phẩm, chế biến thực phẩm, chế biến gỗ và may mặc. Một số KCN có quy mô lớn và thu hút nhiều dự án đầu tư thứ phát như KCN Quang Minh I (407 ha), KCN Thạch Thất – Quốc Oai (149,7 ha) và KCN Phú Nghĩa (170 ha), trong khi một số KCN khác như KCN Hỗ trợ Nam Hà Nội (giai đoạn I) vẫn có mức độ thu hút đầu tư còn hạn chế. Tính đến tháng 10/2025, toàn bộ hệ thống KCN và KCNC trên địa bàn Thành phố có 997 doanh nghiệp đang hoạt động, thu hút 736 dự án đầu tư (với 315 dự án FDI, 421 dự án DDI; 735 dự án đang hoạt động, 01 dự án đang tạm dừng), với tổng vốn đăng ký quy đổi khoảng 9,40 tỷ USD, tạo việc làm cho khoảng 185 nghìn lao động, trong đó có hơn 1.300 lao động nước ngoài. Đóng góp của các KCN và KCNC vào GRDP của Hà Nội ngày càng gia tăng, đạt khoảng 18% năm 2024 và gần 19,7% năm 2025, phản ánh vai trò ngày càng rõ nét của khu vực này trong cơ cấu kinh tế Thành phố.

Bảng 1. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp trong khu công nghệ cao Hòa Lạc và các khu công nghiệp (Triệu USD)

Chỉ tiêu	2024	2025
KCNC Hòa Lạc		
Thu hút đầu tư	51	424
Doanh thu	1.395	1.500
Nộp ngân sách	52	55
Nhập khẩu	510,5	550
Xuất khẩu	583,1	623
Các KCN		
Thu hút đầu tư	768,3	196
Doanh thu	9.200	11.000
Nộp ngân sách	335	450
Nhập khẩu	5.900	6.801
Xuất khẩu	4.800	5.505

Nguồn: Ban Quản lý các khu công nghệ cao và khu công nghiệp (2025)

Nghị định 35/2022/NĐ-CP định hướng phát triển KCN Hà Nội theo hướng chuẩn hóa mô hình, nâng cao chất lượng hạ tầng và tính bền vững, đồng thời tạo cơ sở pháp lý cho các mô hình KCN chuyên ngành, công nghệ cao, sinh thái và KCN - đô thị - dịch vụ. Tuy nhiên, 9 KCN hiện hữu của Hà Nội hiện vẫn chưa đáp ứng đầy đủ các tiêu chí mới, đặc biệt về quy mô đất, chuyên môn hóa ngành nghề và tổ chức không gian sản xuất - đô thị - dịch vụ. Phần lớn các KCN được hình thành từ giai đoạn trước với cơ cấu ngành đa dạng, nên việc chuyển đổi sang các mô hình mới cần thời gian và nguồn lực để điều chỉnh quy hoạch và thu hút đầu tư phù hợp.

Thực tế triển khai cho thấy, chỉ có Khu Công nghệ cao sinh học tại quận Bắc Từ Liêm và KCN sạch Sóc Sơn đang trong quá trình hình thành là bước đầu tiếp cận một số tiêu chí của các mô hình KCN mới, với định hướng phát triển theo hướng công nghệ cao, sạch và thân thiện môi trường. Trong khi đó, mô hình KCN – đô thị – dịch vụ hầu như không khả thi trong điều kiện hiện nay của Hà Nội, do quỹ đất hạn chế, mật độ đô thị hóa cao và áp lực chuyển đổi mục đích sử dụng đất ngày càng lớn. Ngay cả khả năng chuyển đổi các KCN hiện hữu sang mô hình KCN mới cũng gặp nhiều rào cản, bởi hầu hết các KCN đều có quy mô diện tích nhỏ, đã được lấp đầy gần như hoàn toàn và nằm trong khu vực đang đô thị hóa nhanh.

Một ảnh hưởng đáng kể khác của Nghị định 35/2022/NĐ-CP là việc tích hợp quy hoạch phát triển KCN vào quy hoạch tỉnh/thành phố, thay vì xây dựng quy hoạch KCN riêng biệt như trước đây. Điều này giúp tăng tính thống nhất trong quản lý không gian phát triển, song đồng thời cũng làm gia tăng độ phức tạp trong quá trình điều chỉnh quy hoạch tại Hà Nội, đặc biệt trong bối cảnh Thành phố không có KCN nào đạt quy mô từ 500 ha trở lên để đủ điều kiện lập quy hoạch chung và quy hoạch phân khu theo cơ chế đặc thù mà Nghị định cho phép. Bên cạnh đó, các quy định liên quan đến quy hoạch chi tiết trong KCN vẫn còn những điểm chưa rõ ràng trong thực tiễn áp dụng, dẫn đến tình trạng chủ đầu tư hạ tầng KCN và nhà đầu tư thứ phát phải tự xử lý linh hoạt, tiềm ẩn rủi ro pháp lý và kéo dài thời gian triển khai dự án.

Từ những phân tích trên cho thấy, mặc dù Nghị định số 35/2022/NĐ-CP đã tạo ra một khung chính sách tiến bộ và có định hướng dài hạn cho phát triển KCN, song trong điều kiện đặc thù của Hà Nội, tác động của Nghị định mang tính định hướng nhiều hơn là thúc đẩy chuyển đổi ngay lập tức. Để bảo đảm sự phát triển KCN phù hợp với quy định của Nghị định và thực tiễn của Thành phố, cần có những giải pháp điều chỉnh linh hoạt. Trước hết, Hà Nội cần ưu tiên phát triển và chuyển đổi các KCN theo mô hình KCN sinh thái, KCN xanh và KCN sạch, gắn với cộng sinh công nghiệp và kinh tế tuần hoàn, bởi đây là mô hình khả thi nhất trong điều kiện quỹ đất hạn chế và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng cao. Thứ hai, Thành phố cần chủ động

lồng ghép các tiêu chí của Nghị định 35 vào quá trình điều chỉnh quy hoạch KCN hiện hữu, thay vì áp dụng cứng nhắc mô hình mới cho toàn bộ hệ thống. Thứ ba, cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý quy hoạch, đất đai và đầu tư nhằm tháo gỡ các vướng mắc liên quan đến quy hoạch chi tiết và quy hoạch phân khu trong KCN. Cuối cùng, trong bối cảnh đô thị hóa nhanh, Hà Nội cần có chiến lược dài hạn về di dời, tái cơ cấu hoặc chuyển đổi chức năng các KCN nằm trong khu vực nội đô, đồng thời phát triển các KCN mới theo hướng sinh thái và công nghệ cao tại các khu vực có điều kiện phù hợp hơn về không gian và hạ tầng.

4. Hàm ý và giải pháp

Một hàm ý quan trọng rút ra từ thực tiễn trên là Hà Nội không thể tiếp tục phát triển KCN theo hướng mở rộng diện tích đất công nghiệp, mà cần chuyển mạnh sang mô hình phát triển theo chiều sâu, tập trung vào hiệu quả sử dụng đất, giá trị gia tăng và mức độ lan tỏa công nghệ. Điều này phù hợp với định hướng của Nghị định 35/2022/NĐ-CP khi nhấn mạnh các mô hình KCN chuyên ngành, KCN công nghệ cao và KCN sinh thái, trong đó phát triển công nghiệp gắn với bảo vệ môi trường và sử dụng hiệu quả tài nguyên được xem là yêu cầu cốt lõi.

Từ hàm ý đó, một giải pháp có tính khả thi cao đối với Hà Nội là ưu tiên chuyển đổi các KCN hiện hữu theo mô hình KCN sinh thái. Đối với Hà Nội, việc thí điểm chuyển đổi KCN sinh thái tại một số KCN có cơ cấu ngành nghề tương đối đa dạng như Quang Minh I, Thạch Thất - Quốc Oai hoặc Phú Nghĩa sẽ giúp kiểm nghiệm tính khả thi trước khi nhân rộng.

Bên cạnh đó, Nghị định 35/2022/NĐ-CP đặt ra yêu cầu tích hợp quy hoạch phát triển KCN vào quy hoạch tỉnh/thành phố, qua đó tăng cường tính thống nhất trong quản lý không gian phát triển. Hàm ý đối với Hà Nội là cần lồng ghép các tiêu chí phát triển KCN bền vững vào quá trình điều chỉnh quy hoạch Thủ đô, thay vì xây dựng quy hoạch KCN như một không gian tách biệt. Cách tiếp cận này giúp hạn chế xung đột giữa phát triển công nghiệp và phát triển đô thị, đồng thời tạo điều kiện để các KCN thích ứng linh hoạt với quá trình đô thị hóa nhanh (Cheng và Cộng sự, 2017).

Một vấn đề khác cần được quan tâm là các quy định liên quan đến quy hoạch phân khu và quy hoạch chi tiết trong KCN theo Nghị định 35/2022/NĐ-CP. Trên thực tế, do Hà Nội không có KCN nào đạt quy mô từ 500 ha trở lên, việc áp dụng cơ chế lập quy hoạch chung và quy hoạch phân khu gặp nhiều khó khăn. Điều này hàm ý rằng Thành phố cần chủ động kiến nghị cơ quan trung ương ban hành hướng dẫn chi tiết hơn, cho phép áp dụng linh hoạt các quy định về quy hoạch đối với các KCN có quy mô vừa và nhỏ, nhằm giảm thiểu rủi ro pháp lý và chi phí tuân thủ cho nhà đầu tư.

Ngoài ra, việc Nghị định 35/2022/NĐ-CP khuyến khích phát triển các mô hình KCN mới cũng đặt ra yêu cầu tăng cường vai trò điều phối của chính quyền địa phương. Trong trường hợp của Hà Nội, Ban Quản lý các KCN và Chế xuất cần được trao thêm quyền chủ động trong việc hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi công nghệ, áp dụng các giải pháp sản xuất sạch hơn và kết nối các doanh nghiệp trong KCN nhằm hình thành mạng lưới cộng sinh công nghiệp.

Cuối cùng, để bảo đảm các giải pháp nêu trên có thể triển khai hiệu quả, Hà Nội cần thiết kế các cơ chế khuyến khích phù hợp, bao gồm ưu đãi về tài chính, tín dụng xanh, hỗ trợ kỹ thuật và tiếp cận thông tin cho các doanh nghiệp trong KCN tham gia vào quá trình chuyển đổi theo định hướng của Nghị định 35/2022/NĐ-CP.

Tài liệu tham khảo:

Ban Quản lý các khu công nghệ cao và khu công nghiệp (2025), Báo cáo tổng kết công tác năm 2025 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2026 của Ban Quản lý các khu công nghệ cao và khu công nghiệp, Hà Nội.

Chen, W., Shen, Y., Wang, Y., & Wu, Q. (2018), "The effect of industrial relocation on industrial land use efficiency in China: A spatial econometrics approach", Journal of Cleaner Production, 205, 525-535.

Cheng, W., He, R., & Wu, Q. (2017), "A novel efficiency measure model for industrial land use based on subvector data envelope analysis and spatial analysis method", Complexity, 10, 1-11.

Danilo, V. D. (2018), "The evolution process of Chicago's industrial land-use policy", Urban Research & Practice, 11(4), 478-491.

Fang, L. (2014), Research on paradigm and evaluation of transformation towardcircular economy in industrial parks: Take the economic and technological development zone in Guang'an for Example (in Chinese), Xihua University: 35-39.

Geng Y, Zhao HX. (2009), "Industrial park management in the Chinese environment", J Cleaner Prod 2009;17(2009):1289-94.

Heeres, R.R., Vermeulen, W.J.V., de Walle, F.B. (2004), "Eco-industrial park initiatives in the USA and the Netherlands: first lessons", J. Clean. Prod, 12 (8-10), 985-995.

Porter, M. (1998), "Clusters and the new economics of competition", Harvard Business Review, 76(6), 77-90.

Shi, H., Chertow, M., Song, Y. (2010), "Developing country experience with eco¬industrial parks: a case study of the Tianjin economic-technological develop¬ment area in China", J. Clean. Prod. 18 (3), 191-199.

United Nations Industrial Development Organization (2012), Europe and Central Asia regional conference on industrial parks as a tool to foster local industrial development. Baku: Author.

United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) (1997), Industrial estates: principles and practices. Vienna, Austria: UNIDO; 7-47.

Zhang a, L., Yuan, Z., Bi, J., Zhang a, B., Liu a, B. (2010), "Eco-industrial parks: national pilot practices in China", J. Clean. Prod. 18 (5), 504-509.

HOÀN THIỆN THỂ CHẾ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG DỮ LIỆU Ở VIỆT NAM: NHỮNG ĐIỂM NGHẼN VỀ QUYỀN TÀI SẢN, ĐỊNH GIÁ VÀ PHÂN PHỐI LỢI ÍCH

TS. Đỗ Hồng Việt*

Bài viết phân tích các văn bản pháp lý mới về dữ liệu của Việt Nam, đối chiếu một số kinh nghiệm quốc tế và vận dụng cách tiếp cận kinh tế chính trị để chỉ ra rằng điểm nghẽn trung tâm của phát triển thị trường dữ liệu ở Việt Nam hiện nay nằm chủ yếu ở tầng lưu thông và phân phối giá trị, chứ không còn chỉ ở khâu tạo lập cơ sở dữ liệu hay xác lập định hướng chiến lược. Ba điểm nghẽn nổi bật là: (i) quyền tài sản đối với dữ liệu đã được ghi nhận nhưng chưa được thao tác hóa thành bó quyền có khả năng giao dịch; (ii) định giá dữ liệu thiếu chuẩn mực, thiếu chuẩn tham chiếu và thiếu lớp trung gian đáng tin cậy; và (iii) phân phối lợi ích từ dữ liệu còn bất đối xứng, tiềm ẩn xu hướng tập trung quyền lực thị trường. Từ đó, bài viết đề xuất định hướng hoàn thiện thể chế theo hướng vừa thúc đẩy lưu thông dữ liệu, vừa bảo vệ dữ liệu cá nhân, lợi ích công cộng và năng lực điều tiết của Nhà nước.

• Từ khóa: *thị trường dữ liệu; thể chế dữ liệu; quyền tài sản dữ liệu; định giá dữ liệu; phân phối lợi ích.*

This article analyzes Vietnam's newly issued legal documents on data, compares them with selected international experiences, and applies a political economy approach to argue that the central bottleneck in the development of Vietnam's data market currently lies primarily in the circulation and value distribution layer, rather than merely in the creation of databases or the establishment of strategic orientations.

Three major bottlenecks are identified. First, data-related property rights have been recognized, but have not yet been operationalized into a tradable bundle of rights. Second, data valuation remains underdeveloped due to the absence of standards, reference benchmarks, and trustworthy intermediary institutions. Third, the distribution of benefits derived from data remains asymmetrical, carrying the risk of increasing concentration of market power. On that basis, the article proposes an institutional reform orientation aimed at promoting data circulation while simultaneously safeguarding personal data, the public interest and the regulatory capacity of the State.

• Key words: *data market; data institutions; data property rights; data valuation; benefit distribution.*

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 27/02/2026
Ngày duyệt đăng: 19/03/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.02

Lời mở đầu

Dữ liệu đã được thừa nhận rộng rãi như một nguồn lực chiến lược của nền kinh tế số, nhưng dữ liệu không vận động như một loại hàng hóa thông thường. Giá trị của dữ liệu phụ thuộc mạnh vào bối cảnh sử dụng, khả năng kết nối với dữ liệu khác, chất lượng xử lý, điều kiện truy cập và khuôn khổ quyền - nghĩa vụ bao quanh nó. Vì vậy, phát triển thị trường dữ liệu về thực chất không phải chỉ là mở thêm giao dịch mua bán dữ liệu, mà là xây dựng một cấu trúc thể chế làm cho dữ liệu có thể được tạo lập, chia sẻ, khai thác, tái sử dụng và phân phối giá trị trong khuôn khổ có thể dự báo và có trách nhiệm.

Đối với Việt Nam, bối cảnh vài năm gần đây cho thấy một bước chuyển thể chế rất đáng chú ý. Chiến lược dữ liệu quốc gia đến năm 2030 đã định vị dữ liệu vừa là hạ tầng vừa là nguồn lực phát triển; Luật Giao dịch điện tử, Luật Dữ liệu, Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân cùng các nghị định hướng dẫn đã tạo ra một khung pháp lý dày hơn trước cho quản trị, kết nối, chia sẻ và phát triển sản phẩm, dịch vụ về dữ liệu. Điều đó cho phép đặt lại câu hỏi nghiên cứu trọng tâm: nếu dữ liệu đã được luật hóa mạnh hơn, vì sao thị trường dữ liệu ở Việt Nam vẫn chưa hình thành đầy đủ theo nghĩa một cơ chế lưu thông đa chủ thể, minh bạch và có khả năng mở rộng?

1. Khung thể chế dữ liệu ở Việt Nam: bước tiến mạnh ở tầng "đầu vào**" của thị trường**

Nhìn theo tiến trình chính sách, Việt Nam đã đi từ logic quản lý, kết nối và chia sẻ dữ liệu trong khu vực công sang logic luật hóa dữ liệu như một đối tượng quản trị, khai thác và trao đổi giá trị. Giai

** Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh; email: dohongviet.ktct@hcma.edu.vn*

đoạn trước, trọng tâm chủ yếu đặt ở dữ liệu của cơ quan nhà nước và hạ tầng giao dịch điện tử. Từ năm 2024-2025, Luật Dữ liệu cùng các văn bản hướng dẫn đã mở rộng đáng kể phạm vi điều chỉnh, bao quát dữ liệu số, Trung tâm dữ liệu quốc gia, cơ sở dữ liệu tổng hợp quốc gia, sản phẩm, dịch vụ trung gian dữ liệu, sản phẩm - dịch vụ phân tích, tổng hợp dữ liệu và sàn dữ liệu.

Đây là một bước tiến có ý nghĩa lớn, nó cho thấy Nhà nước không còn chỉ xem dữ liệu là đối tượng kỹ thuật của số hóa hành chính, mà đã bắt đầu xem dữ liệu như một nguồn lực cần được tổ chức lại để phục vụ phát triển kinh tế số, xã hội số và quản trị quốc gia. Tuy nhiên, đột phá hiện nay mới chủ yếu mạnh ở tầng "đầu vào" của thị trường: định vị chiến lược, xây dựng cơ sở dữ liệu nền tảng, hợp thức hóa chủ thể dữ liệu, thiết lập các quy tắc truy cập - chia sẻ và xác nhận khả năng hình thành sản phẩm, dịch vụ về dữ liệu. Trong khi đó, tầng "đầu ra" - tức các quy tắc làm cho dữ liệu thực sự lưu thông như một nguồn lực có giá, có chuẩn giao dịch và có cơ chế phân phối lợi ích - vẫn đang trong quá trình hoàn thiện.

Nói cách khác, Việt Nam đã tạo được nền thể chế cần thiết để bước vào thị trường dữ liệu, nhưng chưa thể xem đó là một thị trường đã hoàn chỉnh. Khoảng trống hiện nay không còn chủ yếu là "có luật hay chưa", mà là "luật đã đủ thao tác hóa cho giao dịch dữ liệu hay chưa". Sự khác biệt này đặc biệt quan trọng, bởi nhiều thị trường mới nổi thường tiến nhanh ở khâu khởi tạo chính sách nhưng chậm ở khâu chuẩn hóa vận hành và giám sát phân phối giá trị.

Các tầng thể chế dữ liệu chủ yếu và hàm ý đối với thị trường dữ liệu ở Việt Nam

Tầng thể chế	Văn bản tiêu biểu	Hàm ý trực tiếp đối với thị trường dữ liệu
Định vị chiến lược	QĐ 142/QĐ-TTg; Nghị quyết 57-NQ/TW	Xác định dữ liệu là hạ tầng và nguồn lực phát triển; tạo nền định hướng cho kinh tế số, Chính phủ số và thị trường dữ liệu.
Khung giao dịch điện tử và dữ liệu công	Luật Giao dịch điện tử 2023; NĐ 47/2024/NĐ-CP; NĐ 194/2025 /NĐ-CP	Tạo nền pháp lý cho dữ liệu, cơ sở dữ liệu quốc gia, kết nối, chia sẻ dữ liệu và dữ liệu mở của cơ quan nhà nước.
Luật khung về dữ liệu	Luật Dữ liệu 2024; NĐ 165/2025/ NĐ-CP	Luật hóa dữ liệu, chủ thể dữ liệu, quyền tài sản đối với dữ liệu, sản phẩm - dịch vụ về dữ liệu và sàn dữ liệu.
Bảo vệ dữ liệu cá nhân	NĐ 13/2023/NĐ-CP; Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân 2025	Đặt giới hạn pháp lý đối với xử lý dữ liệu cá nhân, củng cố quyền của chủ thể dữ liệu.
Tổ chức thị trường và sản phẩm, dịch vụ dữ liệu	NĐ 169/2025/NĐ-CP	Mở rộng khung cho trung gian dữ liệu, phân tích - tổng hợp dữ liệu, đổi mới sáng tạo và cung cấp dịch vụ dữ liệu.
Điều tiết cạnh tranh và an ninh	Luật Cạnh tranh 2018; Luật An ninh mạng 2018	Kiểm soát lạm dụng vị thế, tập trung quyền lực dữ liệu và rủi ro an ninh, an toàn dữ liệu.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ QĐ 142/QĐ-TTg, Luật Giao dịch điện tử 2023, Luật Dữ liệu 2024, Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân 2025 và các nghị định liên quan.

2. Điểm nghẽn về quyền tài sản đối với dữ liệu: được thừa nhận nhưng chưa đủ khả năng giao dịch

Luật Dữ liệu năm 2024 là bước ngoặt quan trọng khi thừa nhận quyền của chủ sở hữu dữ liệu đối với dữ liệu là quyền tài sản theo quy định của pháp luật dân sự. Song ngay khi quyền tài sản được ghi nhận, một vấn đề mới lập tức xuất hiện: dữ liệu không thuần túy là tài sản thông thường. Cùng một tập dữ liệu có thể đồng thời mang thuộc tính kinh tế, thuộc tính nhân thân, thuộc tính an ninh, thuộc tính công vụ hoặc thuộc tính bí mật kinh doanh. Chính sự chồng lấn này khiến việc thao tác hóa quyền tài sản đối với dữ liệu trở nên phức tạp hơn nhiều so với tài sản hữu hình.

Trên thực tế, câu hỏi quan trọng không chỉ là "ai sở hữu dữ liệu", mà là "ai có quyền gì đối với dữ liệu". Trong một giao dịch dữ liệu, có thể phải tách bạch ít nhất các quyền: quyền thu thập hợp pháp; quyền lưu giữ và kiểm soát truy cập; quyền cấp phép sử dụng; quyền sửa đổi, kết hợp, làm giàu dữ liệu; quyền chuyển giao tiếp; quyền khai thác thương mại; và quyền yêu cầu chấm dứt hoặc hạn chế xử lý trong trường hợp dữ liệu cá nhân. Nếu bó quyền này không được xác định rõ, việc định giá, ký hợp đồng, kiểm toán tuân thủ và xử lý tranh chấp đều trở nên tốn kém và rủi ro.

Điểm nghẽn của Việt Nam hiện nay là quyền tài sản đã được nêu trong luật, nhưng cơ chế phân định và thực thi bó quyền còn thiếu độ chặt ở những tình huống quan trọng nhất của thị trường. Đó là trường hợp dữ liệu được đồng tạo ra bởi nhiều chủ thể; trường hợp dữ liệu cá nhân được tích hợp vào sản phẩm dữ liệu tổng hợp; trường hợp dữ liệu do khu vực công tạo ra nhưng khu vực tư tái sử dụng để tạo giá trị gia tăng; hay trường hợp dữ liệu được xử lý qua nhiều tầng nền tảng số xuyên biên giới. Khi ranh giới giữa chủ thể dữ liệu, chủ sở hữu dữ liệu, chủ quản dữ liệu và người dùng dữ liệu chưa được vận hành đồng bộ trong thực tiễn, thị trường sẽ khó đạt được tính minh bạch đủ để mở rộng quy mô.

Từ góc nhìn kinh tế chính trị, đây chính là biểu hiện của một quan hệ sản xuất mới đang trong quá trình hình thành. Dữ liệu đã trở thành đầu vào quan trọng của tích lũy số, nhưng quan hệ chiếm hữu, kiểm soát và hưởng lợi từ dữ liệu chưa ổn định. Vì thế, nếu không tiếp tục làm rõ bó quyền đối với dữ liệu, việc thừa nhận quyền tài sản mới chỉ dừng ở ý nghĩa định hướng mà chưa trở thành nền tảng giao dịch.

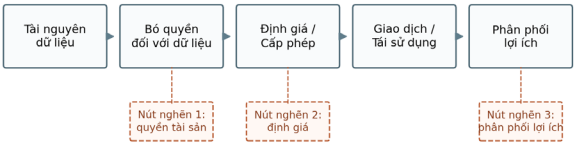
3. Điểm nghẽn về định giá dữ liệu: thiếu chuẩn mực, thiếu trung gian đáng tin cậy, thiếu cơ chế giảm chi phí giao dịch

Định giá là điều kiện không thể thiếu để dữ liệu vận động thành nguồn lực thị trường. Tuy nhiên, khác với hàng hóa hữu hình, dữ liệu có đặc tính không cạnh tranh trong tiêu dùng, khả năng sao chép gần như vô hạn, giá trị phụ thuộc mạnh vào tính cập nhật, độ chính xác, khả năng kết hợp với tập dữ liệu khác và mục đích sử dụng của bên mua. Vì vậy, rất khó xác lập một mức giá khách quan nếu thiếu chuẩn chất lượng, chuẩn mô tả, lịch sử truy cập và các quy định rõ về phạm vi quyền được chuyển giao.

Luật Dữ liệu đã mở đường cho các sản phẩm, dịch vụ trung gian dữ liệu, phân tích - tổng hợp dữ liệu và sàn dữ liệu; đây là điều kiện pháp lý quan trọng để về lâu dài hình thành các chủ thể giúp chuẩn hóa thông tin, kiểm chứng chất lượng dữ liệu, môi giới giao dịch, lưu vết truy cập và hỗ trợ xác lập giá. Nhưng việc luật hóa khả năng tồn tại của các chủ thể này chưa đồng nghĩa với việc thị trường đã có ngay lớp trung gian đáng tin cậy. Ở Việt Nam, khoảng trống lớn hiện nay là thiếu các thiết chế làm giảm chi phí thương lượng, chi phí thẩm định và chi phí giám sát sau giao dịch.

Kinh nghiệm của OECD và Liên minh châu Âu cho thấy một thị trường dữ liệu vận hành được thường không dựa thuần túy vào các thỏa thuận song phương tự phát. Nó cần những cơ chế "xây dựng niềm tin" như chuẩn Metadata (siêu dữ liệu), quy tắc cấp quyền, tiêu chuẩn khả chuyển, cơ chế truy vết, trung gian dữ liệu trung lập và quy định rõ về truy cập công bằng. Nói cách khác, giá dữ liệu không thể hình thành bền vững nếu thiếu hạ tầng thể chế bảo đảm chất lượng thông tin và phân bổ rủi ro hợp lý giữa bên bán, bên mua, bên trung gian và chủ thể dữ liệu.

Chuỗi chuyển hóa từ dữ liệu tới giá trị và vị trí của các nút nghẽn



Nguồn: Tác giả xây dựng từ kết quả nghiên cứu.

Trong điều kiện Việt Nam, việc chưa có chuẩn định giá và thiếu thiết chế trung gian không chỉ làm chậm giao dịch, mà còn khuyến khích hai xu hướng kém hiệu quả: hoặc các chủ thể mạnh tự đóng kín dữ liệu để duy trì lợi thế riêng; hoặc các giao dịch diễn ra theo cơ chế thỏa thuận riêng lẻ, thiếu khả năng nhân rộng và thiếu chuẩn so sánh. Cả hai xu hướng này đều làm cho dữ liệu khó được huy động thành nguồn lực lưu thông ở quy mô thị trường.

4. Điểm nghẽn về phân phối lợi ích từ dữ liệu: bất đối xứng trong tạo lập giá trị và trong năng lực chiếm đoạt giá trị

Ngay cả khi vấn đề quyền và giá được xử lý tốt hơn, thị trường dữ liệu vẫn khó phát triển bền vững nếu cơ chế phân phối lợi ích tiếp tục bất đối xứng. Báo cáo của Ngân hàng Thế giới và UNCTAD đều nhấn mạnh rằng lợi ích của quá trình số hóa và của nền kinh tế dữ liệu phân bổ rất không đều giữa các nước, giữa doanh nghiệp lớn với doanh nghiệp nhỏ, cũng như giữa các chủ thể tạo ra dữ liệu với các chủ thể có khả năng chuyển dữ liệu thành lợi nhuận. Trong thị trường dữ liệu, chủ thể hưởng lợi nhiều nhất thường không phải là người trực tiếp tạo ra dữ liệu ban đầu, mà là chủ thể nắm hạ tầng tính toán, nền tảng số, thuật toán phân tích và mạng lưới người dùng đủ lớn.

Ở Việt Nam, nguy cơ bất đối xứng này thể hiện trên nhiều lớp. Một mặt, khu vực công đầu tư lớn cho cơ sở dữ liệu nền tảng và định danh số nhưng cơ chế tái sử dụng để tạo giá trị gia tăng cho nền kinh tế chưa thật rõ. Mặt khác, trong khu vực tư, các nền tảng số và doanh nghiệp có khả năng thu thập dữ liệu hành vi ở quy mô lớn có ưu thế vượt trội so với doanh nghiệp nhỏ và vừa. Trong khi đó, người dân - dù là chủ thể dữ liệu cá nhân và là nguồn phát sinh phần lớn dấu vết số - lại thường ở vị thế yếu hơn trong thương lượng, ít có khả năng kiểm soát toàn bộ vòng đời khai thác dữ liệu của mình.

Nếu không có cơ chế điều tiết phù hợp, phân phối lợi ích bất đối xứng sẽ kéo theo ba hệ quả. Thứ nhất, niềm tin thị trường suy giảm, vì chủ thể dữ liệu cảm thấy lợi ích bị tước đoạt trong khi rủi ro bị đẩy về phía mình. Thứ hai, cạnh tranh thị trường méo lệch, vì dữ liệu làm gia tăng lợi thế tích lũy cho chủ thể đã mạnh sẵn về vốn, nền tảng và công nghệ. Thứ ba, Nhà nước khó đạt được mục tiêu kép: vừa khuyến khích khai thác dữ liệu cho tăng trưởng, vừa bảo vệ lợi ích công cộng và chủ quyền dữ liệu. Ở đây, bài toán phân phối lợi ích không phải phần "đi sau" của thị trường dữ liệu, mà là điều kiện cấu thành tính chính danh và độ bền của thị trường đó.

Vì vậy, phát triển thị trường dữ liệu không thể bị giản lược thành khuyến khích thương mại hóa dữ liệu bằng mọi giá. Điều cần thiết hơn là thiết kế một cơ chế để chủ thể tạo dữ liệu, chủ thể xử lý dữ liệu, chủ thể trung gian và Nhà nước cùng có

động lực tham gia, nhưng không chủ thể nào được phép biến dữ liệu thành công cụ độc chiếm kéo dài. Đây cũng là lý do pháp luật cạnh tranh, pháp luật an ninh mạng và pháp luật bảo vệ dữ liệu cá nhân phải được xem là một bộ phận hữu cơ của thể chế thị trường dữ liệu, chứ không phải những "ràng buộc bên ngoài" đối với thị trường.

5. Hàm ý hoàn thiện thể chế phát triển thị trường dữ liệu ở Việt Nam

Từ ba điểm nghẽn trên, có thể thấy trọng tâm của giai đoạn tới là chuyển từ tư duy "xây dựng dữ liệu" sang tư duy "thiết kế luật chơi cho lưu thông dữ liệu".

Trước hết, cần tiếp tục làm rõ bó quyền đối với dữ liệu theo hướng phân biệt cụ thể giữa quyền sở hữu, quyền quản trị, quyền truy cập, quyền sử dụng, quyền cấp phép, quyền khai thác thương mại và quyền bảo vệ của chủ thể dữ liệu cá nhân. Chỉ khi bó quyền rõ, các giao dịch dữ liệu mới có thể giảm tranh chấp và giảm chi phí tuân thủ.

Thứ hai, cần hình thành chuẩn định giá dữ liệu theo lộ trình thí điểm, trước hết ở những lĩnh vực mà nhu cầu trao đổi dữ liệu đã tương đối rõ như tài chính, thương mại điện tử, logistics, y tế và một số dữ liệu công có khả năng tái sử dụng cao. Chuẩn định giá này không nhất thiết đồng nhất cho mọi loại dữ liệu, nhưng phải tạo được khung tham chiếu tối thiểu về chất lượng dữ liệu, nguồn gốc, mức độ cập nhật, phạm vi quyền sử dụng, trách nhiệm pháp lý và cơ chế kiểm toán.

Thứ ba, cần khuyến khích phát triển lớp trung gian dữ liệu đáng tin cậy, bao gồm các chủ thể chứng thực chất lượng dữ liệu, tư vấn tuân thủ, môi giới truy cập, quản trị cấp quyền, lưu vết giao dịch và hỗ trợ giải quyết tranh chấp. Nếu chỉ có bên cung và bên cầu trực tiếp đứng đối diện nhau, phần lớn giao dịch dữ liệu sẽ bị mắc kẹt trong chi phí thương lượng cao và rủi ro thông tin bất cân xứng.

Thứ tư, cần thiết kế cơ chế phân phối lợi ích từ dữ liệu theo hướng hài hòa hơn giữa Nhà nước, doanh nghiệp và người dân. Điều này không đồng nghĩa với chia đều cơ học, mà là bảo đảm rằng khi dữ liệu cá nhân, dữ liệu cộng đồng hoặc dữ liệu công được tái sử dụng để tạo giá trị kinh tế lớn, thể chế phải có cơ chế trách nhiệm giải trình, minh bạch và chống chiếm đoạt giá trị một chiều. Cùng với đó, cần tăng cường giám sát cạnh tranh trong các thị trường mà dữ liệu tạo ra lợi thế tích lũy quá lớn cho một số nền tảng số.

Thứ năm, cần nhìn hoàn thiện thể chế thị trường dữ liệu như một cấu trúc phối hợp luật chứ không phải một đạo luật đơn lẻ. Luật Dữ liệu giữ vai trò trục khung, nhưng hiệu lực thực tế của nó phụ thuộc vào mức độ phối hợp với Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân, Luật Giao dịch điện tử, Luật Cạnh tranh, Luật An ninh mạng và các quy định chuyên ngành. Cách tiếp cận đa luật này phù hợp hơn với bản chất phức hợp của dữ liệu, đồng thời giúp Việt Nam tránh rơi vào hai cực đoan: hoặc thương mại hóa dữ liệu giản đơn, hoặc hành chính hóa quá mức một nguồn lực đang ngày càng mang ý nghĩa kinh tế lớn.

Kết luận

Vấn đề cốt lõi của phát triển thị trường dữ liệu ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay không còn nằm ở chỗ đã có chiến lược hay chưa, đã có luật hay chưa, mà nằm ở việc các quy tắc hiện có đã đủ làm cho dữ liệu trở thành nguồn lực lưu thông hay chưa. Bài viết cho rằng câu trả lời hiện nay mới ở mức bước đầu. Quyền tài sản đối với dữ liệu đã được thừa nhận nhưng chưa được thao tác hóa đầy đủ; định giá dữ liệu chưa có chuẩn mực và thiết chế trung gian đủ mạnh; phân phối lợi ích từ dữ liệu còn bất đối xứng và tiềm ẩn xu hướng tập trung quyền lực.

Bởi vậy, hoàn thiện thể chế phát triển thị trường dữ liệu ở Việt Nam phải được hiểu là hoàn thiện đồng thời ba lớp quan hệ: quan hệ quyền đối với dữ liệu, quan hệ xác lập giá của dữ liệu và quan hệ phân phối lợi ích từ dữ liệu. Chỉ khi ba lớp quan hệ này được xử lý hài hòa, Việt Nam mới có thể chuyển từ nền tảng dữ liệu đang hình thành sang một thị trường dữ liệu vận hành ngày càng minh bạch, hiệu quả, an toàn và phù hợp với lợi ích quốc gia - dân tộc trong nền kinh tế số.

Tài liệu tham khảo:

Abbas, A. E., Agahari, W., van de Ven, M., Zuiderwijk, A., & de Reuver, M. (2021). Business data sharing through data marketplaces: A systematic literature review. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 16(7), 3321-3346. https://doi.org/10.3390/jtaer16070181

Bộ Chính trị. (2024). Nghị quyết số 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Chính phủ. (2023). Nghị định số 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Chính phủ. (2024). Nghị định số 47/2024/NĐ-CP quy định về danh mục cơ sở dữ liệu quốc gia; việc xây dựng, cập nhật, duy trì, khai thác và sử dụng cơ sở dữ liệu quốc gia.

Chính phủ. (2025). Nghị định số 165/2025/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Dữ liệu.

Chính phủ. (2025). Nghị định số 169/2025/NĐ-CP quy định hoạt động khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và sản phẩm, dịch vụ về dữ liệu.

Chính phủ. (2025). Nghị định số 194/2025/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Giao dịch điện tử về cơ sở dữ liệu quốc gia, kết nối và chia sẻ dữ liệu, dữ liệu mở phục vụ giao dịch điện tử của cơ quan nhà nước.

Driessen, S. W., Monsieur, G., & van den Heuvel, W.-J. (2022). Data market design: A systematic literature review. IEEE Access, 10, 33123-33153. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3161478

OECD. (2019). Enhancing access to and sharing of data: Reconciling risks and benefits for data re-use across societies. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/276aaca8-en

OECD. (2022). Going Digital Guide to Data Governance Policy Making. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/40d53904-en

Quốc hội. (2018). Luật số 23/2018/QH14: Luật Cạnh tranh.

Quốc hội. (2023). Luật số 20/2023/QH15: Luật Giao dịch điện tử.

Quốc hội. (2024). Luật số 60/2024/QH15: Luật Dữ liệu.

Quốc hội. (2025). Luật số 91/2025/QH15: Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Thủ tướng Chính phủ. (2024). Quyết định số 142/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược dữ liệu quốc gia đến năm 2030.

UNCTAD. (2024). Digital economy report 2024: Shaping an environmentally sustainable and inclusive digital future. United Nations. https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024

van Ooijen, C., Ubaldi, B., & Welby, B. (2019). A data-driven public sector: Enabling the strategic use of data for productive, inclusive and trustworthy governance (OECD Working Papers on Public Governance No. 33). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/09ab162c-en

World Bank. (2021). World Development Report 2021: Data for Better Lives. World Bank. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021

THẢO LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG BỀN VỮNG VỚI CÁC MẶT HÀNG TIÊU DÙNG NHANH TẠI VIỆT NAM

PGS.TS. Phạm Văn Kiệm*

Bài viết nghiên cứu thực trạng và đề xuất các giải pháp chính sách nhằm thúc đẩy tiêu dùng bền vững đối với mặt hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong khi nhận thức và hành vi tiêu dùng bền vững của người Việt Nam đang có những chuyển biến tích cực, hệ thống chính sách hiện tại dù đã đặt nền móng quan trọng nhưng vẫn còn thiếu tính đồng bộ, toàn diện và hiệu quả thực thi chưa cao. Đặc biệt, các rào cản về thông tin, chi phí và sự thiếu liên kết giữa các bên liên quan vẫn là những thách thức lớn. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một bộ khung gồm bốn nhóm giải pháp chiến lược: (1) Hoàn thiện hệ thống thông tin và nhãn hiệu bền vững; (2) Xây dựng các công cụ kinh tế; (3) Phát huy vai trò dẫn dắt của mua sắm công và doanh nghiệp; (4) Tăng cường truyền thông, giáo dục và hợp tác đa bên.

• Từ khóa: *tiêu dùng bền vững, hàng tiêu dùng nhanh, chính sách công, hành vi người tiêu dùng, kinh tế tuần hoàn.*

This paper investigates the current status and proposes policy solutions to promote sustainable consumption of Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) in Vietnam. The research findings indicate that while the awareness and behavior of Vietnamese consumers regarding sustainable consumption are showing positive trends, the existing policy system, despite having laid an important foundation, still lacks synchronization, comprehensiveness, and high implementation effectiveness. Notably, barriers related to information, cost, and the lack of collaboration among stakeholders remain significant challenges. Based on these findings, the study proposes a framework comprising four strategic solution groups: (1) Enhancing the information systems and sustainability labeling; (2) Developing economic instruments; (3) Promoting the leading role of public procurement and corporations; and (4) Strengthening communication, education, and multi-stakeholder collaboration.

• Key words: *sustainable consumption, fast-moving consumer goods, public policy, consumer behavior, circular economy.*

JEL code: L52

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 18/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/03/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.03

Đặt vấn đề

Tiêu dùng bền vững đang nhanh chóng chuyển từ một xu hướng trở thành một yêu cầu cấp thiết, định hình lại hành vi của người tiêu dùng và chiến lược cốt lõi của doanh nghiệp. Ngành hàng tiêu dùng nhanh với quy mô tiêu thụ lớn và vòng đời sản phẩm ngắn đang có sự chuyển dịch mạnh mẽ. Việc sử dụng bao bì nhựa một lần đến sự phức tạp trong chuỗi cung ứng thì ngành FMCG phải đối mặt với áp lực và cơ hội lớn trong việc tái cấu trúc theo hướng bền vững.

Trên thế giới, sự thay đổi này được minh chứng rõ ràng qua các nghiên cứu cho thấy phần lớn người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn cho các sản phẩm bền vững (PwC, 2023). Tại Việt Nam, trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng và những biến đổi xã hội sau đại dịch COVID-19, nhận thức và hành vi tiêu dùng bền vững cũng đang có những chuyển biến tích cực. Các báo cáo gần đây của Kantar (2023) và Nielsen IQ (2023) đều chỉ ra rằng người tiêu dùng Việt ngày càng quan tâm đến các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, tốt cho sức khỏe và thể hiện ý thức cao hơn trong các hành vi như phân loại rác và sử dụng túi tái chế.

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi sang tiêu dùng bền vững tại Việt Nam vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức. Mặc dù Chính phủ đã lồng ghép các nguyên tắc bền vững vào các chiến lược quốc gia như Chiến lược Tăng trưởng xanh (Quyết định 1393/QĐ-TTg), hệ thống chính sách hiện tại vẫn còn thiếu tính đồng bộ, toàn diện và hiệu quả thực thi chưa cao. Các rào cản lớn về thông tin thiếu minh bạch, chi phí cho sản phẩm xanh còn cao và sự thiếu liên kết giữa các bên liên quan (Chính phủ - Doanh nghiệp - Người tiêu dùng - Nhà khoa học) vẫn đang cản trở sự thay đổi mang tính hệ thống. Bài viết sử dụng khung lý thuyết tích hợp lý thuyết hành vi và lý thuyết mạng lưới chính sách để phân tích sâu hơn thực trạng chính sách tiêu dùng bền vững cho ngành FMCG tại Việt Nam, từ đó đề xuất một bộ khung giải pháp chiến

** Trường Đại học Thương mại; email: kiem.pv@tmu.edu.vn*

lược nhằm thúc đẩy sự chuyển đổi này một cách hiệu quả và toàn diện.

1. Một số cơ sở đề xuất tiêu dùng bền vững

Nghiên cứu về tiêu dùng bền vững và các chính sách liên quan được xây dựng trên nền tảng của nhiều lý thuyết kinh tế, xã hội và môi trường. Trọng tâm của các lý thuyết này là tìm kiếm sự cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường, nhằm đáp ứng nhu cầu của thế hệ hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai (WCED, 1987). Lý thuyết kinh tế học phúc lợi cung cấp cơ sở cho việc can thiệp của chính phủ nhằm khắc phục các thất bại thị trường liên quan đến ngoại tác tiêu cực từ hoạt động sản xuất và tiêu dùng, điển hình là ô nhiễm môi trường (Pigou, 1920). Theo đó, các chính sách như thuế carbon, nhãn sinh thái, hay trợ cấp cho sản phẩm xanh là cần thiết để nội hóa các chi phí môi trường, hướng hành vi của người tiêu dùng và nhà sản xuất đến các lựa chọn bền vững hơn.

Lý thuyết hành vi người tiêu dùng, đặc biệt là lý thuyết hành vi có hoạch định (TPB) của Ajzen (1991), giải thích các yếu tố tâm lý thúc đẩy ý định và hành vi tiêu dùng bền vững. Theo lý thuyết này, hành vi không chỉ bị chi phối bởi thái độ cá nhân đối với sản phẩm xanh mà còn bởi chuẩn mực chủ quan (áp lực xã hội) và nhận thức kiểm soát hành vi (sự thuận tiện, giá cả, tính sẵn có của sản phẩm). Điều này hàm ý rằng, chính sách công không chỉ nên tập trung vào việc nâng cao nhận thức mà còn cần tạo ra một hệ sinh thái thuận lợi, nơi tiêu dùng bền vững trở thành một lựa chọn dễ dàng và hợp lý cho số đông.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, lý thuyết mạng lưới chính sách (Rhodes, 1997) giúp làm rõ vai trò của sự tương tác và hợp tác giữa các chủ thể đa dạng, bao gồm chính phủ, doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng khoa học trong việc hình thành và thực thi chính sách tiêu dùng bền vững. Sự thành công của các chương trình dán nhãn sinh thái hay mua sắm công xanh tại các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc và EU là minh chứng cho hiệu quả của cách tiếp cận đa bên. Nghiên cứu của Zhao & Geng (2020) về mạng lưới hợp tác tri thức trong tiêu dùng xanh cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thúc đẩy liên kết giữa các tổ chức nghiên cứu để tạo ra các giải pháp chính sách dựa trên bằng chứng khoa học.

Tại Việt Nam, việc lồng ghép các nguyên tắc sản xuất và tiêu dùng bền vững vào các chiến lược quốc gia như chiến lược tăng trưởng xanh (Quyết định 1393/QĐ-TTg) phản ánh sự vận dụng các lý thuyết nêu trên vào thực tiễn hoạch định chính sách. Nghiên cứu này sẽ sử dụng khung lý thuyết tích hợp này để phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp chính sách phù hợp nhằm thúc đẩy tiêu dùng bền vững đối với FMCG tại Việt Nam.

2. Thực trạng chính sách tiêu dùng bền vững với các mặt hàng tiêu dùng nhanh

2.1. Tổng quan về thực trạng về tiêu dùng bền vững trên thế giới và Việt Nam

Tiêu dùng bền vững, một cấu phần quan trọng của phát triển bền vững, đang nổi lên như một xu hướng toàn cầu, định hình lại hành vi của người tiêu dùng và chiến lược của doanh nghiệp. Xu hướng này bắt nguồn từ nhận thức ngày càng tăng về sự hữu hạn của tài nguyên thiên nhiên và các tác động tiêu cực của hoạt động kinh tế đến môi trường, từ đó thúc đẩy nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường, có trách nhiệm xã hội (WCED, 1987).

Trên bình diện quốc tế, sự chuyển dịch sang tiêu dùng bền vững được thể hiện rõ trong một số nghiên cứu. Một nghiên cứu của PwC (2023) chỉ ra rằng khoảng 80% người tiêu dùng sẵn sàng trả thêm chi phí cho các sản phẩm bền vững. Tại châu Âu, báo cáo "Consumer Conditions Scoreboard 2023" của Hội đồng Châu Âu cho thấy hơn 72% người dân nhận thức được sự cần thiết phải hành động nhiều hơn để chống biến đổi khí hậu, và yếu tố môi trường đã ảnh hưởng đến quyết định mua sắm. Tương tự, tại các nền kinh tế lớn ở châu Á như Trung Quốc và Hàn Quốc, khảo sát của PwC (2021) và KB Finance (2021) cũng ghi nhận tỷ lệ cao người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm có thể phân hủy sinh học và sẵn sàng trả giá cao hơn cho các lựa chọn thân thiện với môi trường.

Sự thay đổi trong nhận thức này đã tạo ra áp lực và cơ hội cho các ngành công nghiệp, đặc biệt là ngành FMCG. Nhiều tập đoàn đa quốc gia như Coca-Cola, Starbucks, Adidas và Levi's đã tiên phong trong việc tái cấu trúc chuỗi cung ứng, từ việc sử dụng bao bì tái chế, giảm phát thải trong sản xuất, đến việc phát triển các dòng sản phẩm "thời trang bền vững" để thay thế cho "thời trang nhanh".

Tại Việt Nam, trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng, xu hướng tiêu dùng bền vững cũng đang dần định hình và phát triển. Mặc dù xuất phát điểm muộn hơn, nhận thức của người tiêu dùng trong nước đã có những chuyển biến tích cực, đặc biệt sau đại dịch COVID-19. Theo báo cáo của PwC (2023) tại Việt Nam, có đến 93% người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cao hơn cho các sản phẩm sử dụng nguyên liệu tái chế. Các nghiên cứu của Kantar (2023) và Nielsen IQ (2023) cũng chỉ ra rằng người tiêu dùng Việt Nam ngày càng quan tâm đến các sản phẩm tốt cho sức khỏe, có nguồn gốc rõ ràng và có ý

thức hơn trong các hành vi như sử dụng túi tái chế và phân loại rác. Sự phát triển của các chuỗi thực phẩm sạch và các thương hiệu mỹ phẩm thuần chay là minh chứng rõ ràng cho sự thay đổi này. Dù vậy, quá trình chuyển đổi sang tiêu dùng bền vững tại Việt Nam vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa chính sách nhà nước, nỗ lực của doanh nghiệp và sự thay đổi hành vi của cộng đồng.

2.2. Trực trạng chính sách tiêu dùng bền vững đối với các mặt hàng tiêu dùng nhanh

Nhận thức được tầm quan trọng của tiêu dùng bền vững, chính phủ các quốc gia trên thế giới đã ban hành và triển khai một hệ thống chính sách đa dạng nhằm định hướng lại cả phía cung và phía cầu của thị trường, đặc biệt đối với lĩnh vực FMCG do quy mô tiêu thụ khổng lồ và tác động môi trường lớn. Các chính sách này có thể được phân loại thành các nhóm công cụ chính: thông tin, kinh tế và quy định pháp lý.

Trên thế giới, các công cụ chính sách dựa trên thông tin được áp dụng rộng rãi và sớm nhất. Các chương trình dán nhãn sinh thái là một điển hình, được triển khai từ rất sớm tại các quốc gia tiên phong như Hàn Quốc (từ năm 1992) và Nhật Bản. Mục tiêu của các nhãn này là cung cấp thông tin đáng tin cậy, đã được xác thực cho người tiêu dùng về các tác động môi trường của sản phẩm, giúp họ đưa ra lựa chọn sáng suốt hơn tại điểm bán. Các hệ thống nhãn hiệu quả đã tiến hóa để cung cấp thông tin chi tiết hơn như "dấu chân carbon" (Carbon Footprint), qua đó nâng cao tính minh bạch của chuỗi cung ứng.

Bên cạnh đó, các công cụ kinh tế, đặc biệt là mua sắm công xanh (GPP), đã trở thành một đòn bẩy chính sách mạnh mẽ. Nhật Bản là quốc gia đầu tiên ban hành luật về mua sắm xanh vào năm 2001, yêu cầu các cơ quan chính phủ phải ưu tiên các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Tương tự, Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu (EU) cũng có các quy định bắt buộc các cơ quan công quyền phải mua các sản phẩm có thành phần tái chế hoặc hiệu quả năng lượng. Bằng cách tạo ra một thị trường lớn và ổn định cho các sản phẩm bền vững, chính sách GPP không chỉ trực tiếp thúc đẩy tiêu dùng xanh mà còn gửi một tín hiệu mạnh mẽ đến các nhà sản xuất, khuyến khích họ đổi mới và đầu tư vào các công nghệ sạch.

Về mặt pháp lý, các quốc gia đã ban hành các quy định chặt chẽ hơn liên quan đến sản xuất và tiêu dùng. Kế hoạch hành động của EU về Sản xuất và Tiêu dùng Bền vững (SCP) là một khung chính sách toàn diện, kết hợp nhiều công cụ từ dán nhãn sinh thái, hiệu quả năng lượng đến các quy định về thiết kế sinh thái, nhằm giảm thiểu tác động môi trường trong suốt vòng đời sản phẩm.

Tại Việt Nam, mặc dù chưa có một văn bản pháp lý mang tên chính sách tiêu dùng bền vững, một cách chính thức và toàn diện cho lĩnh vực FMCG, các nguyên tắc của nó đã được lồng ghép và thể hiện trong nhiều văn bản chính sách quan trọng của Đảng và Nhà nước. Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2011-2020 (Quyết định 1393/QĐ-TTg năm 2012) là văn bản đầu tiên chính thức đề cập đến thuật ngữ "tiêu dùng bền vững", trong đó nhấn mạnh vai trò của việc dán nhãn sinh thái và phổ biến thông tin về sản phẩm thân thiện môi trường.

Tiếp nối thành công đó, Chương trình Hành động Quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021-2030 đã đưa ra một cách tiếp cận hệ thống và toàn diện hơn, bao trùm 15 lĩnh vực từ chính sách, thiết kế, sản xuất, phân phối, đến quản lý rác thải và tài chính xanh. Bên cạnh các chiến lược vĩ mô, Việt Nam cũng đã triển khai các chương trình cụ thể mang tính ngành, ví dụ như Chương trình cấp Nhãn sinh thái (Bộ Nông nghiệp và Môi trường quản lý) hay Nhãn tiết kiệm năng lượng (do Bộ Công Thương quản lý). Mặc dù các chương trình này đã được triển khai, mức độ nhận diện và tác động của chúng đến quyết định mua sắm hàng tiêu dùng nhanh của số đông người dân vẫn còn hạn chế. Nhìn chung, hệ thống chính sách tại Việt Nam đã đặt nền móng quan trọng, tuy nhiên, việc thực thi và tạo ra tác động sâu rộng trên thị trường FMCG vẫn là một thách thức cần nhiều nỗ lực hơn trong thời gian tới.

3. Đề xuất một số giải pháp về chính sách đối với mặt hàng tiêu dùng nhanh cho Việt Nam

3.1. Giải pháp hoàn thiện và chuẩn hóa hệ thống thông tin và nhãn hiệu bền vững

Nền tảng của tiêu dùng bền vững là sự lựa chọn có ý thức của người tiêu dùng, và sự lựa chọn này chỉ có thể thực hiện được khi có đầy đủ thông tin minh bạch, đáng tin cậy và dễ tiếp cận. Theo lý thuyết hành vi có hoạch định (Ajzen, 1991), thông tin tác động trực tiếp đến thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi, là hai yếu tố tiền đề quan trọng dẫn đến hành vi mua sắm bền vững. Hiện nay, hệ thống nhãn sinh thái của Việt Nam đã được thiết lập nhưng độ phủ và mức độ nhận diện trong ngành FMCG còn hạn chế, đồng thời tình trạng "tẩy xanh" cũng bắt đầu xuất hiện. Do đó, cần tập trung vào các giải pháp sau:

Một là, rà soát, cập nhật và hài hòa hóa hệ thống tiêu chí cấp nhãn sinh thái Việt Nam (nhãn xanh) với các tiêu chuẩn quốc tế. Cần nghiên cứu và cập nhật bộ tiêu chí cấp nhãn cho các nhóm sản phẩm FMCG chủ

lực (thực phẩm đóng gói, đồ uống, sản phẩm chăm sóc cá nhân, chất tẩy rửa...) theo các thông lệ tốt nhất của các hệ thống nhãn uy tín trên thế giới như nhãn sinh thái EU Ecolabel, Nordic Swan, Blue Angel. Việc hài hòa hóa không chỉ nâng cao uy tín của nhãn xanh mà còn giúp các doanh nghiệp Việt Nam thuận lợi hơn khi xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường khó tính. Quá trình xây dựng tiêu chí cần có sự tham gia của các chuyên gia, hiệp hội ngành hàng và đại diện người tiêu dùng để đảm bảo tính khoa học, thực tiễn và minh bạch.

Hai là, xây dựng và triển khai một cổng thông tin quốc gia về sản phẩm bền vững. Cần thiết lập một website hoặc ứng dụng di động chính thức do cơ quan nhà nước (Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Công Thương) quản lý. Cổng thông tin này sẽ là nơi công bố công khai danh sách các sản phẩm đã được chứng nhận nhãn xanh và các nhãn hiệu bền vững khác được công nhận, cùng với thông tin chi tiết về các tiêu chí mà sản phẩm đó đáp ứng. Công cụ này giúp người tiêu dùng dễ dàng tra cứu, xác thực thông tin và so sánh các sản phẩm, đồng thời là một kênh vinh danh và quảng bá hiệu quả cho các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Ba là, ban hành quy định pháp lý về việc công bố thông tin môi trường và chống "tẩy xanh". Nhà nước cần xây dựng các quy định rõ ràng, yêu cầu doanh nghiệp phải có bằng chứng khoa học cụ thể khi đưa ra các tuyên bố về tính "xanh", "thân thiện với môi trường" hay "bền vững" trên bao bì sản phẩm và trong các hoạt động quảng cáo. Cần có chế tài xử phạt nghiêm minh đối với các hành vi cung cấp thông tin sai lệch, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Điều này sẽ giúp làm sạch thị trường, bảo vệ người tiêu dùng và tạo ra một sân chơi công bằng cho các doanh nghiệp thực sự đầu tư vào phát triển bền vững.

3.2. Giải pháp xây dựng và thực thi các công cụ kinh tế khuyến khích và chế tài

Bên cạnh việc cung cấp thông tin, các công cụ kinh tế đóng vai trò then chốt trong việc điều chỉnh hành vi của cả nhà sản xuất và người tiêu dùng theo nguyên tắc "người gây ô nhiễm phải trả tiền" và "người bảo vệ môi trường được hưởng lợi", như đề xuất của lý thuyết kinh tế học phúc lợi (Pigou, 1920). Các chính sách này tạo ra tín hiệu giá cả trên thị trường, làm cho các lựa chọn không bền vững trở nên đắt đỏ hơn và các lựa chọn bền vững trở nên hấp dẫn hơn về mặt tài chính. Đối với ngành FMCG, nơi giá cả là một yếu tố nhạy cảm, các công cụ này có tác động rất lớn.

Một là, áp dụng chính sách thuế và phí môi trường một cách có chọn lọc đối với các sản phẩm FMCG. Cần nghiên cứu và áp dụng thuế tiêu thụ đặc biệt hoặc phí môi trường đối với các sản phẩm, bao bì gây tác động tiêu cực lớn đến môi trường nhưng chưa được quản lý hiệu quả. Nguồn thu từ các loại thuế, phí sẽ tái đầu tư vào các hoạt động hỗ trợ tái chế, xử lý rác thải và truyền thông nâng cao nhận thức. Ngược lại, cần có chính sách ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm FMCG đạt chứng nhận nhãn xanh hoặc sử dụng phần lớn nguyên liệu tái chế.

Hai là, triển khai các chương trình trợ giá hoặc hỗ trợ trực tiếp cho người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm bền vững. Chính phủ có thể thí điểm các chương trình hỗ trợ tài chính để giảm bớt rào cản về giá cho người tiêu dùng khi tiếp cận các sản phẩm bền vững, vốn thường có giá cao hơn trong giai đoạn đầu. Các hình thức có thể bao gồm: (1) Chương trình "hoàn tiền xanh", trong đó người tiêu dùng được hoàn lại một phần tiền khi mua các sản phẩm có dán nhãn xanh hoặc các sản phẩm có bao bì thân thiện môi trường. (2) Phát hành phiếu mua hàng ưu đãi cho các sản phẩm bền vững thông qua các hệ thống siêu thị lớn. Những chương trình này không chỉ kích cầu trực tiếp mà còn có tác dụng giáo dục và hình thành thói quen tiêu dùng mới.

Ba là, mở rộng và thực thi hiệu quả chính sách trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất. Luật Bảo vệ Môi trường 2020, yêu cầu các nhà sản xuất, nhập khẩu phải chịu trách nhiệm tài chính và tổ chức cho việc tái chế, xử lý các sản phẩm, bao bì mà họ đưa ra thị trường. Cần đẩy nhanh việc xây dựng các định mức tái chế hợp lý, cơ chế đóng góp tài chính minh bạch và hệ thống giám sát hiệu quả cho các sản phẩm FMCG. Việc thực thi nghiêm túc sẽ tạo ra một áp lực kinh tế mạnh mẽ, buộc các doanh nghiệp phải đổi mới thiết kế bao bì theo hướng dễ tái chế, giảm thiểu vật liệu và tham gia tích cực hơn vào ngành công nghiệp tái chế.

3.3. Giải pháp phát huy vai trò dẫn dắt của mua sắm công và trách nhiệm của doanh nghiệp

Khu vực công và các doanh nghiệp lớn có vai trò tiên phong trong việc tạo lập thị trường và định hình chuỗi cung ứng bền vững. Theo lý thuyết mạng lưới chính sách (Rhodes, 1997), sự tương tác và cam kết từ các chủ thể chủ chốt này là yếu tố quyết định đến sự thành công của chính sách. Việc sử dụng sức mua của chính phủ và thúc đẩy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ tạo ra hiệu ứng lan tỏa, dẫn dắt toàn bộ thị trường FMCG chuyển đổi.

Một là, ban hành và thực thi quy định bắt buộc về mua sắm công xanh đối với các mặt hàng tiêu dùng nhanh. Chính phủ cần xây dựng và ban hành danh mục các sản phẩm FMCG (nước uống đóng chai, văn

phòng phẩm, chất tẩy rửa...) bắt buộc phải đáp ứng các tiêu chí bền vững khi được mua sắm bằng ngân sách. Quy định này cần được áp dụng đồng bộ từ các cơ quan trung ương đến địa phương, trường học, bệnh viện công. Việc này không chỉ trực tiếp "xanh hóa" một phần lớn của thị trường mà còn tạo ra một "đơn hàng" ổn định, khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào dây chuyền sản xuất bền vững.

Hai là, thúc đẩy các cam kết và sáng kiến bền vững trong cộng đồng doanh nghiệp. Nhà nước cần đóng vai trò kiến tạo, khuyến khích và vinh danh các doanh nghiệp FMCG tiên phong trong việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững. Các giải pháp cụ thể bao gồm: (1) Xây dựng bộ chỉ số doanh nghiệp bền vững dành riêng cho ngành FMCG, làm cơ sở để xếp hạng và công bố rộng rãi. (2) Tổ chức các diễn đàn đối thoại công - tư và các liên minh doanh nghiệp, để các doanh nghiệp cùng nhau chia sẻ kinh nghiệm, xây dựng cơ sở hạ tầng tái chế và thực hiện các cam kết chung. (3) Lồng ghép các tiêu chí về môi trường và xã hội vào các điều kiện tiếp cận nguồn vốn tín dụng ưu đãi hoặc các chương trình xúc tiến thương mại của chính phủ.

3.4. Giải pháp tăng cường truyền thông, giáo dục và thúc đẩy hợp tác

Thay đổi hành vi tiêu dùng là một quá trình lâu dài, đòi hỏi sự tác động đồng bộ lên nhận thức, thái độ và thói quen của toàn xã hội. Chính sách sẽ chỉ thực sự đi vào cuộc sống khi có sự đồng thuận và tham gia tích cực từ người dân. Do đó, các hoạt động truyền thông, giáo dục và hợp tác là không thể thiếu.

Một là, triển khai các chiến dịch truyền thông quốc gia quy mô lớn và đa kênh. Cần xây dựng các chương trình truyền thông sáng tạo, hấp dẫn, nhắm đến các đối tượng khác nhau (đặc biệt là thế hệ trẻ) để phổ biến kiến thức về tiêu dùng bền vững, ý nghĩa của nhãn xanh, và hướng dẫn các hành vi tiêu dùng cụ thể. Các chiến dịch này cần tận dụng sức mạnh của mạng xã hội, hợp tác với những người có ảnh hưởng (influencers) và lồng ghép thông điệp vào các chương trình giải trí, văn hóa đại chúng.

Hai là, tích hợp nội dung giáo dục về tiêu dùng bền vững vào chương trình giảng dạy ở các cấp học. Đưa các nội dung cơ bản về môi trường, kinh tế tuần hoàn và lối sống bền vững vào chương trình giáo dục phổ thông một cách sinh động, phù hợp với từng lứa tuổi. Ở bậc đại học, cần khuyến khích các chuyên ngành liên quan đến kinh tế, quản trị kinh doanh, marketing tích hợp các học phần về kinh doanh bền vững và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Việc này nhằm xây dựng một thế hệ công dân và nhà quản trị tương lai có tư duy và nhận thức đúng đắn về phát triển bền vững.

Ba là, xây dựng cơ chế hợp tác chặt chẽ giữa bốn nhà: Nhà nước - Nhà khoa học - Doanh nghiệp - Nhà phân phối. Cần tạo ra các nền tảng đối thoại và cơ chế phối hợp thường xuyên để giải quyết các vướng mắc trong quá trình thực thi chính sách. Nhà nước hoạch định chính sách, nhà khoa học cung cấp luận cứ và giải pháp công nghệ, doanh nghiệp đầu tư sản xuất, và nhà phân phối (siêu thị, chuỗi bán lẻ) đóng vai trò then chốt trong việc ưu tiên trưng bày, giới thiệu sản phẩm bền vững đến tay người tiêu dùng. Sự hợp tác đồng bộ này sẽ tạo ra một hệ sinh thái cộng hưởng, thúc đẩy tiêu dùng bền vững một cách hiệu quả và toàn diện.

4. Kết luận

Tiêu dùng bền vững không còn là một lựa chọn mà đã trở thành một yêu cầu cấp thiết đối với sự phát triển cân bằng và lâu dài của Việt Nam. Nghiên cứu này đã hệ thống hóa một cách toàn diện thực trạng chính sách thúc đẩy tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh, chỉ ra những thành tựu ban đầu cũng như các khoảng trống và thách thức còn tồn tại. Phân tích cho thấy, quá trình chuyển đổi sang mô hình tiêu dùng bền vững đòi hỏi một cách tiếp cận đa chiều, không chỉ tác động vào nhận thức của người tiêu dùng mà còn phải tái cấu trúc các động lực kinh tế và thể chế của toàn bộ thị trường. Bốn nhóm giải pháp được đề xuất trong bài viết từ việc chuẩn hóa thông tin, áp dụng công cụ kinh tế, phát huy vai trò tiên phong của khu vực công và tư, đến việc nâng cao nhận thức cộng đồng tạo thành một khung chính sách tổng thể và có tính khả thi. Các nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào việc lượng hóa tác động của từng công cụ chính sách cụ thể để có thêm bằng chứng thực nghiệm cho quá trình hoạch định chính sách trong tương lai.

Tài liệu tham khảo:

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

Kantar. (2023). Báo cáo cập nhận thị trường FMCG Việt Nam. https://www.dmspro.vn/kantar-fmcg-monitor-fy2023-nguoi-tieu-dung-nganh-fmcg-e-de-hon-trong-chi-tieu-du-lam-phat-da-ha-nhiet

KB Finance. (2021), Khảo sát người tiêu dùng Hàn Quốc https://www.kbfg.com/eng/ir/report/annual/list.jsp

Nielsen IQ. (2023). Khảo sát người tiêu dùng Việt Nam. Báo cáo nghiên cứu thị trường. https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2023/tl-consumer-outlook-2023-the-unsettled-state-of-global-consumers/

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33-44.

Pigou, A. C. (1920). The Economics of Welfare. Macmillan and Co.

Rhodes, R. A. W. (1997). Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability. Open University Press.

Statista. (2023). Khảo sát về lĩnh vực FMCG tại Việt Nam. Dữ liệu thống kê.

Thủ tướng Chính phủ. (2012). Quyết định số 1393/QĐ-TTg ngày 25 tháng 09 năm 2012 về việc phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh.

World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). Our Common Future. Oxford University Press.

Zhao, G., & Geng, Y. (2020). Mapping the knowledge of green consumption: a meta-analysis. Journal of Cleaner Production.

TÁC ĐỘNG CỦA TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN TỚI MỨC ĐỘ THÍCH ỨNG VỚI BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU CỦA DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN NAM ĐỊNH

TS. Trần Thị Thu Hường*

Nghiên cứu này xem xét tác động của tài chính toàn diện đến mức độ thích ứng với biến đổi khí hậu của các doanh nghiệp ven biển tại tỉnh Nam Định. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát 90 doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất, nông nghiệp, thủy sản và dịch vụ tại ba khu vực ven biển Giao Thủy, Hải Hậu và Nghĩa Hưng trong giai đoạn từ tháng 4 đến tháng 6 năm 2025. Kết quả nghiên cứu cho thấy các doanh nghiệp ven biển đã tiếp cận tương đối tốt các dịch vụ tài chính cơ bản như thanh toán và tín dụng ngân hàng, đồng thời nhận được nhiều hình thức hỗ trợ tài chính từ Nhà nước, đặc biệt là miễn, giảm thuế và tín dụng ưu đãi. Tuy nhiên, mức độ sử dụng các công cụ tài chính có vai trò quan trọng trong quản trị rủi ro khí hậu như bảo hiểm rủi ro thiên tai và tín dụng vi mô còn rất hạn chế. Bên cạnh đó, các rào cản về thủ tục hành chính, chi phí vay vốn và khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính vẫn tồn tại. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các khuyến nghị nhằm hoàn thiện chính sách tài chính toàn diện, góp phần nâng cao năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp ven biển.

• Từ khóa: *biến đổi khí hậu, tài chính toàn diện, doanh nghiệp ven biển, Nam Định.*

This study examines the impact of financial inclusion on the level of climate change adaptation among coastal enterprises in Nam Dinh Province, Viet Nam. Data were collected from a survey of 90 enterprises operating in the manufacturing, agriculture, fisheries, and service sectors across three coastal areas Giao Thuy, Hai Hau, and Nghia Hung during the period from April to June 2025. The findings indicate that coastal enterprises have relatively good access to basic financial services, such as payment services and bank credit, and have benefited from various forms of government financial support, particularly tax exemptions and reductions as well as preferential credit schemes. However, the utilization of financial instruments that play a critical role in climate risk management, including disaster risk insurance and microcredit, remains very limited. In addition, barriers related to administrative procedures, borrowing costs, and access to financial services continue to persist. Based on these findings, the study proposes policy recommendations aimed at strengthening financial inclusion frameworks in order to enhance the climate change adaptation capacity of coastal enterprises.

• Key words: *climate change, financial inclusion, coastal enterprises, Nam Định province.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 13/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.04

1. Đặt vấn đề

Theo Ngân hàng Thế giới (WB), "Tài chính toàn diện có nghĩa là các cá nhân và doanh nghiệp có thể tiếp cận và sử dụng các sản phẩm và dịch vụ tài chính - các giao dịch, thanh toán, tiết kiệm, tín dụng và bảo hiểm - đáp ứng nhu cầu của họ và có mức chi phí hợp lý, được cung cấp theo một cách thức có trách nhiệm và bền vững.". Theo Tổ chức Hợp tác toàn cầu về Tài chính toàn diện (GPFI) cho rằng "Tài chính toàn diện là một trạng thái mà tất cả mọi người có thể tiếp cận hiệu quả tới dịch vụ tín dụng, tiết kiệm, thanh toán và bảo hiểm từ các nhà cung cấp dịch vụ tài chính. Tài chính toàn diện giúp bộ phận xã hội chưa tiếp cận dịch vụ hoặc đã tiếp cận nhưng không chính thống được tham gia hệ thống tài chính chính thống, qua đó giúp đẩy nhanh quá trình xóa đói giảm nghèo, cải thiện việc làm, cải thiện đời sống và phúc lợi xã hội".

Liên hợp quốc định nghĩa biến đổi khí hậu (Climate change) là sự thay đổi trong các mô hình thời tiết toàn cầu hoặc khu vực theo thời gian, kéo dài trong một khoảng thời gian đáng kể (thường là hàng thập kỷ hoặc lâu hơn). Theo Công ước khung của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (UNFCCC), biến đổi khí hậu được định nghĩa cụ thể hơn là "sự thay đổi của khí hậu xuất phát trực tiếp hoặc gián tiếp từ hoạt động của con người làm thay đổi thành phần của khí quyển toàn cầu và bổ sung cho sự thay đổi tự nhiên của khí hậu được quan sát trong các khoảng thời gian

** Học viện Ngân hàng; email: huongtran@hvnh.edu.vn*

so sánh." Định nghĩa này đặc biệt nhấn mạnh nguyên nhân từ các hoạt động của con người, chẳng hạn như đốt nhiên liệu hóa thạch và phá rừng, trong việc góp phần gây ra biến đổi khí hậu. Nó phân biệt sự thay đổi do con người gây ra với các biến đổi tự nhiên của khí hậu diễn ra theo thời gian.

Hậu quả của biến đổi khí hậu rất đa dạng, tác động đến các thành phần khác nhau trong các lĩnh vực sinh thái, môi trường, chính trị xã hội và kinh tế xã hội (Leal Filho et al. 2021; Feliciano et al. 2022), trong đó tác động đến kinh tế nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu (Ferreira et al. 2020; Lamperti et al. 2021). Sử dụng lý thuyết tăng trưởng tân cổ điển làm khung nghiên cứu cơ bản, Fankhauser và Tol (2005) đã chỉ ra tích lũy vốn và tiết kiệm là các kênh động lực chính qua đó biến đổi khí hậu có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng dài hạn. Cụ thể, bằng việc tác động đến khả năng tiết kiệm và tích lũy vốn ở hiện tại, biến động khí hậu sẽ tác động đến giá trị tiêu dùng trong tương lai. Bên cạnh đó, các tác giả cũng chỉ ra rằng sự gia tăng nhiệt độ làm chậm tỷ lệ học tập và cũng ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe của lực lượng lao động. Tác động cộng dồn của những yếu tố này là làm giảm năng suất lao động và tăng trưởng kinh tế dài hạn. Cũng quan tâm tới tác động của biến đổi khí hậu đến hiệu suất/ tăng trưởng kinh tế, Nordhaus đã tiến hành các nghiên cứu thực nghiệm qua trọng và tìm ra được các phát hiện thú vị. Theo đó, Nordhaus (2006) đã điều tra ba ứng dụng của cơ sở dữ liệu G-Econ và nhận thấy sự đảo ngược giữa khí hậu và sản lượng. Cụ thể, tác giả nhận thấy mối quan hệ tiêu cực giữa nhiệt độ (một đại diện cho biến đổi khí hậu) và sản lượng bình quân đầu người. Một phát hiện thú vị khác được Nordhaus báo cáo là các yếu tố địa lý chiếm phần lớn sự khác biệt về thu nhập giữa châu Phi và phần còn lại của thế giới.

Thực tế cho thấy nhu cầu của người dân, doanh nghiệp trong sử dụng các dịch vụ tài chính để đối phó với các tình huống khẩn cấp nói chung và biến đổi khí hậu nói riêng là luôn hiện hữu; tuy nhiên, những đối tượng dễ bị tổn thương này thường bị thiếu hụt dịch vụ tài chính được cung cấp bởi các tổ chức truyền thống (Richter, 2011). Do đó việc thúc đẩy tài chính toàn diện chính là một biện pháp để giúp hạn chế, khắc phục hậu quả của biến đổi khí hậu. Tài chính toàn diện đối với nhóm dân cư, doanh nghiệp ven biển không chỉ là công cụ phân phối nguồn lực tài chính mà còn là cơ chế gia tăng khả năng chống chịu và phục hồi sau cú sốc khí hậu. Việc tiếp cận được tín dụng ưu đãi, bảo hiểm vi mô, quỹ tín dụng nhân dân, tiết kiệm nhóm hoặc các sản phẩm tài chính số giúp họ đa dạng hóa nguồn thu, chủ động dự phòng rủi ro và đầu tư thích ứng, chẳng hạn như nâng cấp hạ tầng chống ngập, đầu tư nuôi trồng thủy sản công nghệ cao, hoặc chuyển đổi mô hình sinh kế sang các ngành ít phụ thuộc vào thời tiết. Theo số liệu thống kê của Ngân hàng Nhà nước và các báo cáo địa phương cho thấy tỷ lệ hộ có tài khoản ngân hàng ở khu vực ven biển Nam Định vẫn thấp hơn khoảng 15-20% so với khu vực thành thị, trong khi nhu cầu tín dụng mùa vụ, vốn lưu động và bảo hiểm rủi ro thiên tai lại rất cao. Điều này phản ánh sự chênh lệch rõ rệt về mức độ tài chính toàn diện giữa khu vực ven biển và các vùng khác, khiến tài chính toàn diện trở thành yếu tố cấp thiết để thu hẹp khoảng cách phát triển và nâng cao an sinh xã hội.

Doanh nghiệp ven biển có thể được hưởng lợi trực tiếp từ tài chính toàn diện thông qua một số kênh tác động chủ yếu. Trước hết, việc tiếp cận tín dụng xanh và tín dụng vi mô tạo điều kiện cho doanh nghiệp đầu tư vào các mô hình sản xuất thích ứng với biến đổi khí hậu, như cải tiến công nghệ, nâng cấp cơ sở hạ tầng, áp dụng quy trình sản xuất tiết kiệm năng lượng và sử dụng năng lượng tái tạo, qua đó giảm thiểu rủi ro khí hậu và nâng cao hiệu quả sản xuất - kinh doanh. Thứ hai, bảo hiểm rủi ro thiên tai đóng vai trò quan trọng trong việc bù đắp thiệt hại về tài sản và gián đoạn hoạt động sản xuất sau các sự kiện khí hậu cực đoan, góp phần ổn định dòng tiền và tăng khả năng phục hồi của doanh nghiệp. Thứ ba, các dịch vụ tài chính số, bao gồm thanh toán điện tử và ngân hàng số, giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch, nâng cao tính an toàn và minh bạch trong hoạt động tài chính, đồng thời mở rộng khả năng tiếp cận thị trường và đối tác. Bên cạnh đó, việc tăng cường năng lực quản trị tài chính thông qua tiếp cận các dịch vụ tài chính chính thức giúp doanh nghiệp ven biển nâng cao khả năng lập kế hoạch tài chính, quản lý rủi ro và chủ động hơn trong chiến lược thích ứng với biến đổi khí hậu. Như vậy, tài chính toàn diện không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp ven biển cải thiện hiệu quả hoạt động mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực chống chịu và thích ứng bền vững trước các tác động của biến đổi khí hậu.

Với khu vực địa lý tại Nam Định là một tỉnh có bờ biển trải dài qua ba huyện lị của tỉnh, khu vực chịu tác động biến đổi khí hậu như mực nước biển dâng, sự gia tăng các sự kiện thời tiết cực đoan (bão, hạn hán, lũ lụt), sự ô nhiễm môi trường đất và môi trường nước... Những thay đổi này có thể ảnh hưởng sâu rộng đến các hệ sinh thái, nền kinh tế, và xã hội trên địa bàn các khu vực chịu ảnh hưởng, từ đó tác

động đến hoạt động của các hộ gia đình và doanh nghiệp tại khu vực này. Từ thực tiễn đó, để đánh giá thực trạng tác động tài chính toàn diện đến mức độ thích ứng biến đổi khí hậu tại các doanh nghiệp trên địa bàn Nam Định, nghiên cứu thực hiện điều tra khảo sát xã hội học trong thời gian từ 20/04/2025 đến 30/06/2025. Thông qua khảo sát 90 doanh nghiệp thuộc các huyện ven biển Giao Thủy, Hải Hậu và Nghĩa Hưng, báo cáo cung cấp bằng chứng thực nghiệm về thực trạng tác động của tài chính toàn diện tới mức độ thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nam Định

2. Thực trạng tác động của tài chính toàn diện tới mức độ thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nam Định

2.1. Thực trạng các giải pháp tài chính đã được doanh nghiệp tại Nam Định tiếp cận và sử dụng để thích ứng với biến đổi khí hậu

Các nhóm giải pháp tài chính mà doanh nghiệp tại Nam Định sử dụng để thích ứng với biến đổi khí hậu, bao gồm: tiết kiệm và dự phòng tài chính, tiếp cận các khoản vay ưu đãi, tham gia vào các quỹ hoặc chương trình hỗ trợ cộng đồng, sử dụng các sản phẩm bảo hiểm... Trong đó, đánh giá về mức độ cần thiết của các giải pháp tài chính để doanh nghiệp thích ứng với biến đổi khí hậu như sau:

Biểu đồ 2.1. Đánh giá mức độ cần thiết của những giải pháp tài chính để giúp doanh nghiệp thích ứng với biến đổi khí hậu



Nguồn: Kết quả khảo sát

Biểu đồ 2.1 cho thấy, doanh nghiệp đánh giá rất cao mức độ cần thiết của các giải pháp tài chính nhằm hỗ trợ thích ứng với biến đổi khí hậu. Tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn mức "rất cần thiết" chiếm ưu thế ở hầu hết các nội dung, đặc biệt đối với hỗ trợ tín dụng xanh, bảo hiểm rủi ro thiên tai, hỗ trợ lãi suất tiết kiệm và miễn, giảm thuế, với tỷ lệ dao động khoảng 57,8%-64,4%. Bên cạnh đó, các giải pháp như cải thiện thông tin về dịch vụ tài chính, hỗ trợ công nghệ sản xuất và chống thiên tai, nâng cao hiểu biết về dịch vụ tài chính - ngân hàng và đơn giản hóa quy trình, thủ tục tiếp cận dịch vụ tài chính, thuế cũng nhận được mức đồng thuận cao, khi tỷ lệ đánh giá "rất cần thiết" phổ biến từ khoảng 48,9% đến 50,0%. Nhìn chung, biểu đồ cho thấy doanh nghiệp kỳ vọng nhiều nhất vào các gói hỗ trợ tài chính trực tiếp (tín dụng ưu đãi, bảo hiểm, giảm thuế) kết hợp với các biện pháp gián tiếp (thông tin, nhận thức, cải cách thủ tục). Điều này nhấn mạnh sự cần thiết phải triển khai đồng bộ các công cụ tài chính và chính sách hỗ trợ để giúp doanh nghiệp tăng khả năng thích ứng và phát triển bền vững trước tác động của biến đổi khí hậu.

2.2. Về các chính sách, hỗ trợ từ phía Nhà nước và các tổ chức

Biểu đồ 2.2. Đánh giá về tác động kinh tế của các chính sách tài chính-ngân hàng, thuế để hỗ trợ doanh nghiệp ứng phó với biến đổi khí hậu

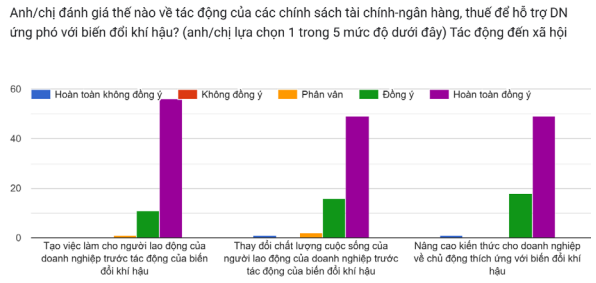


Nguồn: Kết quả khảo sát

Biểu đồ 2.2 cho thấy, doanh nghiệp đánh giá khá tích cực về tác động kinh tế của các chính sách tài chính - ngân hàng, thuế trong hỗ trợ ứng phó với biến đổi khí hậu. Đối với tiêu chí duy trì thu nhập ổn định, khoảng 84,4% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 8,9% đồng ý và 6,7% phân vân. Đối với tiêu chí duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh bình thường, khoảng 83,4% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 14,4% đồng ý, 1,1% phân vân và 1,1% hoàn toàn không đồng ý. Nhìn chung, tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn đồng ý và hoàn toàn đồng ý chiếm đa số ở cả hai tiêu chí, cho thấy các chính sách hiện hành được đánh giá có vai trò tích cực trong việc hỗ trợ doanh nghiệp ứng phó với biến đổi khí hậu. Kết quả này hàm ý rằng các công cụ tài chính - ngân hàng và chính sách thuế đã góp phần quan trọng trong việc duy trì tính liên tục của hoạt động sản xuất kinh doanh và hạn chế gián đoạn về thu nhập khi doanh nghiệp đối mặt với rủi ro khí hậu. Tỷ lệ hoàn toàn đồng ý ở mức rất cao phản ánh mức độ tin tưởng tương đối lớn của doanh nghiệp đối với hiệu quả hỗ trợ kinh tế của chính sách. Đồng thời, việc tiêu chí duy trì thu nhập có tỷ lệ hoàn toàn đồng ý cao hơn cho thấy doanh nghiệp đặc biệt kỳ vọng vào khả năng chính sách giúp giảm bớt áp lực tài chính, ổn định dòng tiền và nâng cao khả năng chống chịu trong ngắn hạn. Tuy nhiên, vẫn còn một tỷ lệ nhỏ doanh nghiệp phân vân hoặc chưa đồng thuận, điều này gợi ý rằng hiệu quả chính sách có thể chưa đồng đều giữa các nhóm doanh nghiệp, nhất là những đơn

vị có quy mô nhỏ, khả năng tiếp cận vốn hạn chế hoặc chịu tác động khí hậu nghiêm trọng hơn.

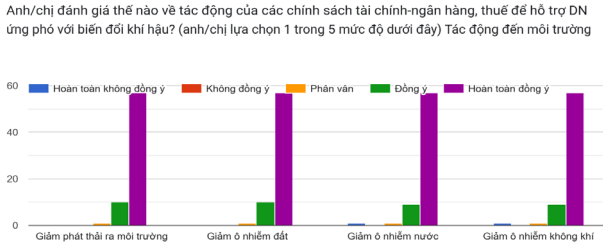
Biểu đồ 2.3. Đánh giá về tác động xã hội của các chính sách tài chính-ngân hàng, thuế để hỗ trợ doanh nghiệp ứng phó với biến đổi khí hậu



Nguồn: Kết quả khảo sát

Biểu đồ 2.3 cho thấy, doanh nghiệp đánh giá khá tích cực về tác động xã hội của các chính sách tài chính - ngân hàng, thuế trong hỗ trợ ứng phó với biến đổi khí hậu. Kết quả cho thấy có sự khác biệt rõ rệt giữa các khía cạnh. Cụ thể, đối với tiêu chí tạo việc làm cho người lao động, khoảng 82,2% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 16,7% đồng ý và 1,1% phân vân. Ở tiêu chí thay đổi chất lượng cuộc sống của người lao động, khoảng 64,4% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 31,1% đồng ý, 3,3% phân vân và 1,1% hoàn toàn không đồng ý. Đối với tiêu chí nâng cao kiến thức cho doanh nghiệp về chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu, tỷ lệ hoàn toàn đồng ý đạt khoảng 64,4%, đồng ý 34,4% và hoàn toàn không đồng ý chỉ 1,1%. Nhìn chung, tỷ lệ đánh giá tích cực ở cả ba tiêu chí đều rất cao, cho thấy các chính sách hiện hành không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp duy trì việc làm mà còn góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống của người lao động và nâng cao nhận thức, năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu. Kết quả này hàm ý rằng tác động xã hội của chính sách đã phát huy theo hướng tích cực và bao trùm, tuy nhiên vẫn cần tiếp tục hoàn thiện để gia tăng hiệu quả đồng đều hơn giữa các nhóm doanh nghiệp và nâng cao chất lượng hỗ trợ trong dài hạn.

Biểu đồ 2.4. Đánh giá về tác động môi trường của các chính sách tài chính-ngân hàng, thuế để hỗ trợ doanh nghiệp ứng phó với biến đổi khí hậu



Nguồn: Kết quả khảo sát

Biểu đồ 2.4 cho thấy, doanh nghiệp đánh giá khá tích cực về tác động môi trường của các chính sách tài chính - ngân hàng, thuế trong hỗ trợ thích ứng với biến đổi khí hậu. Cụ thể, đối với tiêu chí giảm phát thải ra môi trường, khoảng 83,3% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 15,6% đồng ý và 1,1% phân vân. Ở tiêu chí giảm ô nhiễm đất, khoảng 85,6% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý và 14,4% đồng ý. Đối với tiêu chí giảm ô nhiễm nước, khoảng 85,6% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 13,3% đồng ý và 1,1% hoàn toàn không đồng ý. Tương tự, ở tiêu chí giảm ô nhiễm không khí, khoảng 84,4% doanh nghiệp hoàn toàn đồng ý, 13,3% đồng ý, 1,1% phân vân và 1,1% hoàn toàn không đồng ý. Nhìn chung, tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn đồng ý và hoàn toàn đồng ý ở cả bốn tiêu chí đều ở mức rất cao, cho thấy các chính sách hiện hành được đánh giá có tác động tích cực rõ rệt trong việc giảm phát thải và ô nhiễm môi trường. Điều này hàm ý rằng chính sách tài chính xanh không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp duy trì hoạt động trước rủi ro khí hậu, mà còn góp phần thúc đẩy quá trình sản xuất theo hướng bền vững và thân thiện hơn với môi trường.

Bên cạnh đó, trong 90 doanh nghiệp khảo sát, có 66 doanh nghiệp, tương ứng 73,3%, kiến nghị cần tăng cường hỗ trợ để thích ứng với biến đổi khí hậu. Các kiến nghị chủ yếu tập trung vào mở rộng tiếp cận vốn, đặc biệt là tín dụng ưu đãi cho sản xuất xanh; đơn giản hóa thủ tục và đẩy nhanh giải ngân; đồng thời tăng cường truyền thông, hướng dẫn thực tiễn, hỗ trợ chuyển giao công nghệ, đầu tư thiết bị hiện đại và đào tạo về sản xuất an toàn, quản trị rủi ro. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng đề xuất thúc đẩy chính sách tài chính xanh, ưu đãi thuế, mở rộng thị trường và xây dựng dữ liệu khí tượng vùng ven biển. Kết quả này cho thấy rào cản lớn nhất hiện nay vẫn là hạn chế về vốn và thủ tục hành chính, trong khi nhu cầu về thông tin, công nghệ và nguồn nhân lực thích ứng vẫn còn rất cấp thiết.

3. Khuyến nghị tăng cường vai trò của tài chính toàn diện trong việc nâng cao năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp trên địa bàn Nam Định

Trên cơ sở kết quả khảo sát 90 doanh nghiệp ven biển tại Nam Định, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị nhằm tăng cường vai trò của tài chính toàn diện trong nâng cao năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp. Các khuyến nghị được xây dựng theo nhóm chủ thể liên quan:

Thứ nhất, *đối với Nhà nước và chính quyền địa phương.* Kết quả nghiên cứu cho thấy doanh

nghiệp đã tiếp cận khá rộng các chính sách hỗ trợ tài chính, song các hình thức hỗ trợ vẫn chủ yếu tập trung vào miễn, giảm thuế và tín dụng ưu đãi, trong khi các công cụ tài chính có khả năng chia sẻ rủi ro khí hậu như bảo hiểm và tín dụng vi mô chưa được khai thác hiệu quả. Do đó, Nhà nước cần tái định hướng chính sách hỗ trợ theo hướng gắn chặt hơn với mục tiêu thích ứng với biến đổi khí hậu. Cụ thể, cần ưu tiên phát triển các chương trình tín dụng xanh, tín dụng thích ứng có mục tiêu rõ ràng, hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng, cải tiến công nghệ và giảm thiểu tác động tiêu cực của thiên tai. Đồng thời, việc cải cách thủ tục hành chính, đơn giản hóa hồ sơ vay vốn và tăng cường số hóa quy trình hỗ trợ sẽ góp phần giảm chi phí tiếp cận dịch vụ tài chính cho doanh nghiệp ven biển.

Thứ hai, *đối với các tổ chức tín dụng.* Kết quả khảo sát cho thấy doanh nghiệp chủ yếu sử dụng vốn vay cho mua sắm máy móc, thiết bị và vật tư sản xuất, trong khi nhu cầu đầu tư cho các giải pháp thích ứng dài hạn còn hạn chế. Trước thực tế này, các tổ chức tín dụng cần phát triển các sản phẩm tín dụng phù hợp hơn với đặc thù rủi ro khí hậu và chu kỳ sản xuất của doanh nghiệp ven biển. Theo đó, các gói tín dụng thích ứng với biến đổi khí hậu cần được thiết kế với thời hạn vay và lịch trả nợ linh hoạt, gắn với chu kỳ mùa vụ và dòng tiền của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các ngân hàng cần tăng cường liên kết giữa tín dụng và bảo hiểm rủi ro thiên tai, qua đó vừa giảm thiểu rủi ro tín dụng, vừa nâng cao khả năng chống chịu của doanh nghiệp trước các cú sốc khí hậu.

Thứ ba, *đối với doanh nghiệp.* Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn doanh nghiệp vẫn tiếp cận thích ứng với biến đổi khí hậu theo hướng bị động, phụ thuộc nhiều vào các chính sách hỗ trợ hiện có. Vì vậy, doanh nghiệp cần chủ động hơn trong việc xây dựng chiến lược quản trị rủi ro khí hậu và nâng cao năng lực nội tại. Cụ thể, doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch quản trị rủi ro và kế hoạch duy trì hoạt động sản xuất - kinh doanh trong điều kiện thiên tai, đồng thời cải thiện năng lực quản trị tài chính và minh bạch hóa hồ sơ kế toán nhằm nâng cao khả năng tiếp cận các nguồn vốn ưu đãi. Việc ưu tiên đầu tư vào các giải pháp thích ứng có hiệu quả kinh tế rõ ràng sẽ góp phần nâng cao năng lực chống chịu và tính bền vững trong dài hạn.

Thứ tư, *đối với thị trường bảo hiểm.* Một phát hiện quan trọng của nghiên cứu là tỷ lệ doanh nghiệp tham gia bảo hiểm rủi ro thiên tai còn rất thấp, mặc dù doanh nghiệp đánh giá đây là công cụ cần thiết trong bối cảnh biến đổi khí hậu ngày càng gia tăng. Do đó, thị trường bảo hiểm cần phát triển các sản phẩm phù hợp hơn với quy mô và khả năng chi trả của doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng thời đơn giản hóa điều khoản và tăng cường minh bạch trong cơ chế bồi thường.

Kết luận

Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy, tài chính toàn diện có vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực thích ứng với biến đổi khí hậu của doanh nghiệp ven biển trên địa bàn tỉnh Nam Định. Kết quả khảo sát 90 doanh nghiệp cho thấy các chính sách tài chính - ngân hàng, thuế hiện hành được đánh giá có tác động tích cực trên cả ba phương diện kinh tế, xã hội và môi trường; trong đó nổi bật là khả năng hỗ trợ duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh, ổn định thu nhập, tạo việc làm, nâng cao nhận thức thích ứng và giảm phát thải, ô nhiễm môi trường. Tuy nhiên, mức độ tiếp cận và sử dụng các công cụ tài chính chuyên biệt cho quản trị rủi ro khí hậu, đặc biệt là bảo hiểm rủi ro thiên tai và tín dụng vi mô, vẫn còn hạn chế; đồng thời các rào cản về thủ tục hành chính, chi phí vốn, thông tin và năng lực công nghệ vẫn là trở ngại đáng kể. Vì vậy, để tài chính toàn diện thực sự trở thành động lực thúc đẩy thích ứng bền vững với biến đổi khí hậu, cần triển khai đồng bộ các giải pháp từ phía Nhà nước, tổ chức tín dụng, thị trường bảo hiểm và chính bản thân doanh nghiệp, qua đó nâng cao khả năng chống chịu và phát triển bền vững của khu vực doanh nghiệp ven biển trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Fankhauser, S., & Tol, R. S. (2005). On climate change and economic growth. Resource and Energy Economics, 27(1), 1-17.

Feliciano, D., Recha, J., Ambaw, G., MacSween, K., Solomon, D., & Wollenberg, E. (2022). Assessment of agricultural emissions, climate change mitigation and adaptation practices in Ethiopia. Climate policy, 22(4), 427-444.

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Ferreira, F. A. (2020). Technology transfer, climate change mitigation, and environmental patent impact on sustainability and economic growth: A comparison of European countries. Technological Forecasting and Social Change, 150, 119770.

Lamperti, F., Bosetti, V., Roventini, A., Tavoni, M., & Treibich, T. (2021). Three green financial policies to address climate risks. Journal of Financial Stability, 54, 100875.

Leal Filho, W., Salvia, A. L., Bonoli, A., Saari, U. A., Voronova, V., Klõga, M., ... & Barbir, J. (2021). An assessment of attitudes towards plastics and bioplastics in Europe. Science of the Total Environment, 755, 142732.

Liên Hợp Quốc tại Việt Nam. (n.d.). Biến đổi khí hậu. Liên Hợp Quốc tại Việt Nam. https://vietnam.un.org/vi/174469-bi%E1%BA%BFn-%C4%91%E1%BB%95i-kh%C3%AD-h%E1%BA%ADu

Nordhaus, W. D. (2006). After Kyoto: Alternative mechanisms to control global warming. American Economic Review, 96(2), 31-34.

Richter P (2011) Empowering rural communities through financial inclusion rural policy briefs. Rural Finance Team, Social Finance Programme; International Labour Organisation (ILO), Geneva

Singh, S. (2020). Farmers' perception of climate change and adaptation decisions: A micro-level evidence from Bundelkhand Region, India. Ecological Indicators, 116, 106475.

Skees J, Collier B (2008) The potential of weather index insurance for spurring a green revolution in Africa. A Publication of GlobalAgRisk, Inc., Lexington

THỰC TRẠNG THU HÚT FDI CÔNG NGHỆ CAO HƯỚNG TỚI MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Vũ Minh* - ThS. La Văn Thủy* - Nguyễn Thị Minh Anh**

Nghiên cứu tập trung phân tích vai trò và tác động của dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) công nghệ cao đối với mục tiêu tăng trưởng bền vững của Việt Nam. Trên cơ sở lý luận về FDI công nghệ cao và tăng trưởng bền vững, bài viết nhấn mạnh mối quan hệ giữa đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất và sự phát triển hài hòa về kinh tế - xã hội - môi trường. Kết quả nghiên cứu cho thấy FDI công nghệ cao chỉ thực sự thúc đẩy tăng trưởng bền vững khi gắn liền với nâng cao năng lực nội tại, chính sách chọn lọc nhà đầu tư và xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia.

• Từ khóa: *FDI công nghệ cao; tăng trưởng bền vững; chuyển giao công nghệ.*

This study focuses on analyzing the role and impact of high-tech foreign direct investment (FDI) on Vietnam's sustainable growth goals. Based on the theoretical framework of high-tech FDI and sustainable growth, the article emphasizes the relationship between technological innovation, productivity enhancement, and harmonious socio-economic and environmental development. The research results show that high-tech FDI only truly promotes sustainable growth when linked to enhancing domestic capacity, selective investor policies, and building a national innovation ecosystem.

• Key words: *high-tech FDI; sustainable growth; technology transfer.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 03/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.05

1. Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa bước sang giai đoạn mới với đặc trưng là Cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển dịch chuỗi cung ứng sau đại dịch và xu hướng phát triển bền vững theo các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc, Việt Nam đang định hình lại chiến lược thu hút FDI theo hướng có chọn lọc, ưu tiên công nghệ cao, giá trị gia tăng lớn, thân thiện với môi trường và gắn với nâng cao năng lực nội tại. Đặc biệt, Nghị quyết số 50-NQ/TW của Bộ Chính trị (2019) đã xác định rõ yêu cầu "nâng cao chất lượng, hiệu quả hợp tác đầu tư nước ngoài trong thời kỳ mới". Trong khi đó, tăng trưởng bền vững đang là yêu cầu chiến lược đối với nền kinh tế Việt Nam, nhằm cân bằng giữa mục tiêu phát triển kinh tế, đảm bảo tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường. Việc thu hút và khai thác hiệu quả dòng vốn FDI công nghệ cao không chỉ góp phần nâng cao năng suất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế, mà còn tạo điều kiện để nền kinh tế Việt Nam phát triển theo hướng xanh, bao trùm và đổi mới sáng tạo.

2. Cơ sở lý luận

Cơ sở lý luận về FDI công nghệ cao

FDI công nghệ cao (High-tech FDI) là hình thức đầu tư trực tiếp từ nước ngoài vào các lĩnh vực có hàm lượng tri thức, công nghệ và giá trị gia tăng cao, bao gồm: công nghệ thông tin - truyền thông (ICT), sản xuất thiết bị điện tử, công nghệ sinh học, tự động hóa, vật liệu mới, năng lượng tái tạo, nghiên cứu và phát triển (R&D)… Theo OECD (2020), FDI công nghệ cao không chỉ tạo ra sản phẩm có giá trị xuất khẩu cao, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc lan tỏa tri thức và cải thiện năng lực đổi mới của nước chủ nhà. Đặc điểm nổi bật của FDI công nghệ cao là: (i) hàm lượng R&D lớn; (ii) yêu cầu cao về nguồn nhân lực chất lượng; (iii) đóng góp tích cực vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế; và (iv) khả năng kết nối với hệ sinh thái đổi mới sáng tạo địa phương. Không giống như các dòng FDI truyền thống chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên hoặc chi phí lao động thấp, FDI công nghệ cao đòi hỏi quốc gia tiếp nhận phải có nền tảng thể chế, hạ tầng công nghệ và nguồn nhân lực phù hợp.

Cơ sở lý luận về tăng trưởng kinh tế bền vững

Tăng trưởng kinh tế bền vững là quá trình tăng

** Học viện Tài chính*
*** CQ61/11.12CLC, Học viện Tài chính*

trưởng liên tục và ổn định về quy mô kinh tế, đi kèm với sự đảm bảo về mặt xã hội và môi trường, nhằm đáp ứng các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng của các thế hệ tương lai trong việc đáp ứng nhu cầu của họ (Brundtland Report, 1987). Theo WB (2022), tăng trưởng bền vững không chỉ đo lường bằng GDP, mà còn dựa trên các yếu tố như công bằng xã hội, năng suất dài hạn, khả năng chống chịu và mức độ phát thải carbon. Hiện nay tại Việt Nam, nhiều nghiên cứu chỉ ra tăng trưởng bền vững đòi hỏi phải giải quyết hài hòa các mục tiêu: duy trì tốc độ tăng trưởng cao và ổn định, nâng cao năng suất, giảm phát thải và bảo vệ môi trường, cải thiện chất lượng sống và thu hẹp bất bình đẳng.

Mối quan hệ giữa FDI công nghệ cao và tăng trưởng kinh tế bền vững

Theo lý thuyết tăng trưởng nội sinh (Romer, 1990), công nghệ là yếu tố quyết định tốc độ tăng trưởng kinh tế dài hạn. FDI công nghệ cao, khi được thu hút và quản lý hiệu quả, có thể góp phần tạo ra chuỗi lan tỏa về công nghệ, nâng cao năng suất nhân tố tổng hợp (TFP), thúc đẩy đổi mới sáng tạo và góp phần chuyển dịch cơ cấu sang các ngành có giá trị gia tăng cao - qua đó thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Nghiên cứu của Borensztein và cộng sự (1998) cho thấy FDI chỉ thực sự thúc đẩy tăng trưởng khi nước tiếp nhận có trình độ nhân lực đủ để tiếp thu và nội địa hóa công nghệ. Tương tự, Wang (2010) khẳng định FDI công nghệ cao tác động tích cực đến tăng trưởng dài hạn thông qua kênh cải thiện năng suất và phát triển công nghiệp phụ trợ. Một số nghiên cứu trong nước như CIEM (2022), UNDP (2021) cũng chỉ ra rằng FDI công nghệ cao đang trở thành xu hướng chủ đạo và có tiềm năng hỗ trợ Việt Nam đạt các mục tiêu phát triển bền vững nếu đi kèm với chính sách lựa chọn nhà đầu tư phù hợp, nâng cao năng lực nội sinh và cải thiện môi trường đầu tư.

3. Thực trạng thu hút FDI công nghệ cao vào Việt Nam với mục tiêu tăng trưởng bền vững

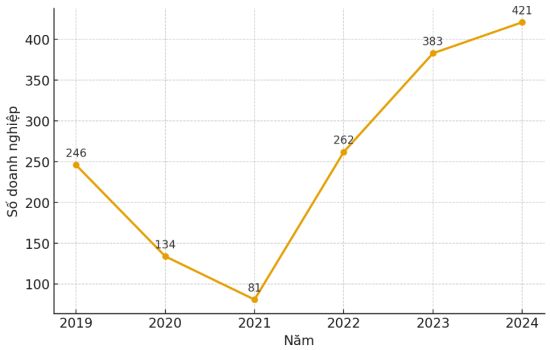
Trong những năm gần đây, Việt Nam đã nổi lên như một điểm đến hấp dẫn trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương đối với các dòng vốn FDI công nghệ cao. Sự chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu sau đại dịch COVID-19, xung đột thương mại Mỹ - Trung và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA, RCEP) đã tạo ra "làn sóng dịch chuyển" các tập đoàn đa quốc gia sang Việt Nam. Theo Báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính đến cuối năm 2024, Việt Nam đã thu hút hơn 40 tỷ USD FDI trong lĩnh vực công nghệ cao, chiếm khoảng 30% tổng vốn FDI mới đăng ký từ năm 2020 đến 2024 (MPI, 2024). Trong năm 2024 đã có 114 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư tại Việt Nam, Trong đó, Singapore dẫn đầu với tổng vốn đầu tư gần 10,21 tỷ USD, chiếm hơn 26,7% tổng vốn đầu tư, tăng 31,4% so với năm 2023. Hàn Quốc đứng thứ hai với gần 7,06 tỷ USD, chiếm 18,5% tổng vốn đầu tư, tăng 37,5% so với năm 2023. Tiếp theo là Trung Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản,… Từ giai đoạn 2019, Việt Nam chứng kiến dòng FDI có chọn lọc và mũi nhọn, bắt nguồn từ nhiều doanh nghiệp công nghệ toàn cầu như Samsung, Intel, Amkor, LG, Quanta... Công nghệ cao - đặc biệt là bán dẫn, AI, data center và năng lượng xanh - đã trở thành lĩnh vực trọng điểm thu hút FDI.

Bảng 3.1: Thống kê FDI công nghệ cao tại Việt Nam giai đoạn 2019 -2024

	Số dự án công nghệ cao (ước tính)	Tổng vốn đăng ký (tỷ USD)	Lĩnh vực tiêu biểu
2019	34	2.4	Linh kiện điện tử, năng lượng tái tạo
2020	28	2.1	Trung tâm dữ liệu, fintech
2021	40	3.3	AI, sản xuất chip, điện mặt trời
2022	52	4.5	Bán dẫn, logistics kỹ thuật số, bio-tech
2023	68	6.2	Trung tâm dữ liệu, bán dẫn, AI
2024	74	7.1	Trung tâm dữ liệu, AI, sản xuất bán dẫn

Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả

Biểu 3.1: Số lượng DN Việt Nam được các DN FDI chuyển giao công nghệ 2019 - 2024



Nguồn: Báo cáo thường niên hoạt động sở hữu trí tuệ

Theo Cục Đầu tư nước ngoài, hơn 10 năm trở lại đây, đã có nhiều dự án FDI đầu tư vào lĩnh vực công nghệ cao tại Việt Nam. Tiên phong cho hoạt động này phải kể đến các nhà đầu tư Nhật Bản, Hàn Quốc với sự góp mặt của những tập đoàn lớn như: Sanyo, Samsung, Sony, Matsushita, Fujitsu,

Toshiba,... FDI công nghệ cao tại Việt Nam chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực như điện tử - viễn thông, thiết bị bán dẫn, sản phẩm công nghệ thông minh, và gần đây là năng lượng tái tạo và trung tâm dữ liệu. Theo thống kê của Tổng cục Thống kê, ngành chế biến, chế tạo chiếm hơn 60% tổng vốn FDI công nghệ cao, trong đó ngành điện tử chiếm tỷ trọng lớn nhất.

Giai đoạn từ năm 2019 đến 2021 ghi nhận sự giảm sút đáng kể trong hoạt động chuyển giao công nghệ tại Việt Nam, với số lượng doanh nghiệp trong nước nhận công nghệ dao động trong khoảng từ 134 đến 246; do nền kinh tế Việt Nam phải đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm tình hình bất ổn kinh tế toàn cầu và các căng thẳng thương mại giữa các cường quốc kinh tế hàng đầu như Hoa Kỳ và Trung Quốc. Đến năm 2021 - 2022, đại dịch Covid-19 đã làm gia tăng các hạn chế di chuyển quốc tế và kéo theo những bất ổn kinh tế kéo dài, ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của các doanh nghiệp FDI trong việc thực hiện các dự án chuyển giao công nghệ. Tuy nhiên, giai đoạn 2022 - 2023 chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ. Sự phục hồi này không chỉ phản ánh quá trình hồi phục kinh tế sau đại dịch mà còn cho thấy sự lạc quan ngày càng gia tăng từ phía các nhà đầu tư nước ngoài về triển vọng phát triển của Việt Nam trong tương lai.

4. Tác động thu hút FDI công nghệ cao với tăng trưởng bền vững kinh tế Việt Nam

Tác động tích cực

FDI công nghệ cao có tác động tích cực sâu rộng đến tăng trưởng bền vững của nền kinh tế Việt Nam trên cả ba khía cạnh: kinh tế, xã hội và môi trường. Về kinh tế, FDI công nghệ cao góp phần nâng cao năng suất lao động, giá trị gia tăng và cải thiện cơ cấu xuất khẩu thông qua việc ứng dụng công nghệ hiện đại, quy trình sản xuất tiên tiến và hàm lượng tri thức cao. Các doanh nghiệp như Samsung, Intel, LG không chỉ chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu mà còn lan tỏa giá trị sang các ngành công nghiệp hỗ trợ, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Về xã hội, FDI công nghệ cao tạo ra việc làm chất lượng cao, nâng cao kỹ năng lao động thông qua hợp tác đào tạo giữa doanh nghiệp và các cơ sở giáo dục, góp phần hình thành nguồn nhân lực công nghệ cao. Bên cạnh đó, các dự án FDI tập trung ở các địa phương trọng điểm như Hà Nội, Bắc Ninh, TP.HCM giúp hình thành trung tâm công nghệ và cực tăng trưởng mới, qua đó giảm chênh lệch vùng miền và thúc đẩy đô thị hóa bền vững. Về môi trường, FDI công nghệ cao thúc đẩy sản xuất sạch, ứng dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải và lan tỏa mô hình sản xuất xanh trong khu vực doanh nghiệp nội địa. Đồng thời, khu vực này còn hỗ trợ Việt Nam thực hiện các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) như tăng trưởng kinh tế bền vững, phát triển công nghiệp và bảo vệ môi trường. Nhờ vậy, FDI công nghệ cao trở thành động lực quan trọng giúp Việt Nam đạt được sự cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường.

Một số hạn chế

Mặc dù FDI công nghệ cao mang lại nhiều lợi ích, song tác động của nó đối với tăng trưởng bền vững của Việt Nam vẫn còn hạn chế. Trước hết, hiệu ứng lan tỏa công nghệ từ khu vực FDI sang doanh nghiệp trong nước chưa rõ rệt do năng lực hấp thụ công nghệ yếu, trình độ quản trị và R&D còn hạn chế, trong khi liên kết giữa FDI và doanh nghiệp nội địa còn lỏng lẻo. Thứ hai, tình trạng "lắp ráp, gia công" vẫn phổ biến khi phần lớn dự án FDI chỉ tập trung vào công đoạn hạ nguồn, còn các khâu có giá trị gia tăng cao như thiết kế, nghiên cứu hay kiểm soát công nghệ cốt lõi vẫn do công ty mẹ nước ngoài đảm nhiệm. Điều này khiến Việt Nam chủ yếu hưởng lợi từ lao động giá rẻ mà chưa nâng cao năng lực công nghệ nội sinh. Cuối cùng, nền kinh tế còn phụ thuộc mạnh vào chuỗi cung ứng toàn cầu, dễ bị tổn thương trước các cú sốc bên ngoài và thiếu tính tự chủ do công nghiệp hỗ trợ trong nước yếu. Vì vậy, để FDI công nghệ cao thực sự trở thành động lực cho phát triển bền vững, Việt Nam cần có chiến lược chọn lọc nhà đầu tư, tăng cường năng lực doanh nghiệp nội địa và xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo vững mạnh.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2020), Chiến lược hợp tác đầu tư nước ngoài giai đoạn 2021-2030, Hà Nội.

Thủ tướng Chính phủ (2021), Quyết định số 667/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050.

CIEM (2022), Báo cáo thường niên Kinh tế Việt Nam, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.

UNCTAD (2023), World Investment Report 2023: Investing in Sustainable Energy for All, Geneva.

OECD (2020), FDI Qualities Indicators: Measuring the sustainable development impacts of investment, Paris.

OECD (2020), FDI Qualities Policy Toolkit.

Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2022), Chiến lược phát triển nguồn nhân lực Việt Nam đến năm 2030.

Tổng cục Thống kê (2023), Niên giám Thống kê Việt Nam.

Bộ KH&ĐT (2021), Chiến lược hợp tác đầu tư nước ngoài giai đoạn 2021-2030.

THU HÚT FDI TẠI TỈNH HƯNG YÊN: THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG BỐI CẢNH MỚI

ThS. Vũ Thị Vân* - PGS.TS. Nguyễn Tiến Long**

Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu và nâng cao năng lực cạnh tranh của các địa phương. Trong bối cảnh Việt Nam thực hiện mô hình chính quyền địa phương 2 cấp và hợp nhất đơn vị hành chính cấp tỉnh, việc đánh giá thu hút FDI trên không gian tỉnh mới có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn. Bài viết phân tích thực trạng thu hút FDI tại tỉnh Hưng Yên (mới) trên cơ sở hợp nhất tỉnh Hưng Yên (cũ) và Thái Bình trong giai đoạn 2021-2025, tập trung làm rõ quy mô, cơ cấu dòng vốn theo ngành và theo đối tác đầu tư. Trên cơ sở đó, nghiên cứu phân tích bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến thu hút FDI, đồng thời chỉ ra những vấn đề đặt ra đối với tỉnh Hưng Yên trong giai đoạn phát triển mới sau hợp nhất. Kết quả nghiên cứu góp phần cung cấp luận cứ thực tiễn cho việc điều chỉnh định hướng thu hút FDI theo hướng nâng cao chất lượng và tính bền vững trong thời gian 2026-2030.

• Từ khóa: *FDI; thu hút FDI; hợp nhất đơn vị hành chính; Hưng Yên; Thái Bình; chính sách đầu tư.*

Attracting foreign direct investment (FDI) plays an important role in promoting economic growth, structural transformation, and enhancing the competitiveness of localities. In the context of Vietnam's implementation of a two-tier local government model and the merger of provincial-level administrative units, assessing FDI attraction within newly formed provincial spaces is of both theoretical and practical significance. This paper analyzes the current situation of FDI attraction in the newly established Hung Yen province, formed through the merger of the former Hung Yen and Thai Binh provinces, during the period 2021-2025. The analysis focuses on the scale of FDI inflows and their structural composition by economic sector and by investment partners. On this basis, the study examines the international and domestic contexts affecting FDI attraction and identifies emerging issues facing Hung Yen province in the new development stage following the merger. The research findings provide practical evidence to support adjustments in FDI attraction strategies toward improving quality and sustainability in the period 2026-2030.

• Key words: *FDI; FDI attraction; administrative unit merger; Hung Yen; Thai Binh; investment policy.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 18/02/2026
Ngày duyệt đăng: 09/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.06

1. Giới thiệu

FDI được xem là một trong những nguồn lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đặc biệt đối với các nền kinh tế đang phát triển. Ở cấp độ địa phương, FDI không chỉ bổ sung vốn cho đầu tư phát triển mà góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiệu quả thu hút và sử dụng FDI phụ thuộc lớn vào sự kết hợp giữa lợi thế sở hữu, lợi thế địa điểm và lợi thế nội bộ hóa; trong đó các yếu tố thuộc lợi thế địa điểm như chất lượng thể chế, môi trường đầu tư và năng lực điều hành của chính quyền địa phương có vai trò quan trọng trong cạnh tranh thu hút FDI giữa các quốc gia và vùng lãnh thổ (Dunning, 1993).

Giai đoạn 2021-2025 chứng kiến nhiều biến động lớn của môi trường đầu tư toàn cầu và trong nước, gắn với tác động kéo dài của đại dịch COVID-19, biến đổi khí hậu, xung đột địa chính trị và xu hướng tái cấu trúc, dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu. Trong nước, cùng với quá trình phục hồi và tái cơ cấu nền kinh tế, Việt Nam triển khai chủ trương sắp xếp, điều chỉnh đơn vị hành chính nhằm tinh gọn bộ máy, giảm phân mảnh quản trị và nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực phát triển. Trong bối cảnh đó, việc hợp nhất tỉnh Hưng Yên và tỉnh Thái Bình để hình thành tỉnh Hưng Yên (mới) từ ngày 01/7/2025 đã tạo ra một không gian phát triển mới với quy mô lớn hơn về địa bàn, dân số và nguồn lực.

Trước hợp nhất, hai tỉnh có đặc điểm và định hướng thu hút FDI khác nhau nhưng mang tính bổ trợ. Tỉnh Hưng Yên nổi bật về vị trí địa kinh tế và

** Trường Đại học Thái Bình; email: vuthivan.dhtb@gmail.com*
*** Trường Đại học Kinh tế và QTKD, Đại học Thái Nguyên*

hệ thống khu công nghiệp (KCN) gắn với vùng Thủ đô; trong khi Thái Bình có lợi thế về quỹ đất, Khu kinh tế ven biển và khả năng thu hút các dự án FDI quy mô lớn, đặc biệt trong giai đoạn 2023-2024. Tuy nhiên, cả hai địa phương cũng bộc lộ những hạn chế như: chất lượng dự án FDI chưa đồng đều, tỷ lệ dự án công nghệ cao còn thấp và liên kết giữa khu vực FDI với doanh nghiệp trong nước chưa chặt chẽ.

Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết lựa chọn tỉnh Hưng Yên (mới) làm đối tượng nghiên cứu nhằm phân tích thực trạng thu hút FDI trong giai đoạn 2021-2025, làm rõ các yếu tố bối cảnh tác động và nhận diện những kết quả, hạn chế chủ yếu, từ đó chỉ ra các vấn đề đặt ra đối với thu hút FDI trong giai đoạn phát triển 2026-2030

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp phân tích thống kê mô tả trên cơ sở số liệu thứ cấp. Trong nghiên cứu, tỉnh Hưng Yên (mới) được tiếp cận là một không gian kinh tế tổng hợp, hình thành trên cơ sở cộng gộp số liệu thu hút FDI của tỉnh Hưng Yên (cũ) và tỉnh Thái Bình trong giai đoạn 2021-2025, nhằm mô tả và đánh giá tiềm năng thu hút FDI của tỉnh sau hợp nhất. Dữ liệu nghiên cứu được tổng hợp từ Niên giám thống kê, báo cáo tình hình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và các tài liệu liên quan của cơ quan quản lý nhà nước. Các chỉ tiêu phân tích chủ yếu gồm: số lượng dự án FDI cấp mới, vốn đăng ký, vốn lũy kế; cơ cấu FDI theo ngành kinh tế và theo đối tác đầu tư. Trên cơ sở phân tích thực trạng và bối cảnh quốc tế, trong nước, bài viết thảo luận các kết quả đạt được, những hạn chế chủ yếu và gợi mở một số định hướng chính sách nhằm nâng cao hiệu quả thu hút FDI tại tỉnh Hưng Yên trong giai đoạn 2026-2030.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng thu hút FDI tại tỉnh Hưng Yên

3.1.1. Quy mô dự án và vốn đầu tư

Giai đoạn 2021-2025, hoạt động thu hút FDI của tỉnh Hưng Yên mới diễn ra trong bối cảnh kinh tế quốc tế và trong nước có nhiều biến động. Tác động kéo dài của đại dịch COVID-19 trong các năm 2021, 2022, cùng với đứt gãy chuỗi cung ứng và gia tăng bất ổn địa chính trị, đã làm suy giảm dòng vốn FDI toàn cầu, gia tăng mức độ thận trọng của các nhà đầu tư. Đồng thời, việc triển khai thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh nhiệm kỳ 2020-2025 và Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025 tạo áp lực đáng kể đối với công tác thu hút và sử dụng hiệu quả nguồn vốn FDI. Trong bối cảnh đó, chính quyền hai tỉnh trước hợp nhất đã chủ động bám sát định hướng của Trung ương và lựa chọn các công cụ chính sách phù hợp với điều kiện của địa phương để duy trì và từng bước phục hồi dòng vốn FDI. Tại Hưng Yên (cũ), trọng tâm là cải thiện môi trường thể chế và nâng cao chất lượng điều hành thông qua cải cách thủ tục hành chính theo cơ chế "một cửa", "một cửa liên thông", mở rộng dịch vụ công trực tuyến, cải thiện các chỉ số PCI, SIPAS và PAPI[1]; đồng thời triển khai các chương trình hỗ trợ pháp lý, chuyển đổi số, phát triển công nghiệp hỗ trợ và tăng cường đối thoại với doanh nghiệp. Tỉnh cũng chú trọng phát triển hệ thống KCN, tạo quỹ đất sạch và hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật nhằm nâng cao mức độ sẵn sàng tiếp nhận các dự án FDI mới. Trong khi đó, tỉnh Thái Bình ưu tiên phát triển hạ tầng và xúc tiến đầu tư có trọng điểm làm, gắn với đầu tư xây dựng Khu kinh tế Thái Bình và các KCN quy mô lớn như KCN Liên Hà Thái, KCN Tiền Hải; kết hợp chính sách ưu đãi về đất đai, thuế, cơ chế hỗ trợ giải phóng mặt bằng và tháo gỡ vướng mắc trong triển khai dự án. Nhờ đó, từ năm 2023 trở đi, hoạt động thu hút FDI của hai tỉnh trước hợp nhất có xu hướng phục hồi rõ nét (Bảng 1).

Bảng 1: Kết quả thu hút FDI của tỉnh Hưng Yên từ năm 2021-2025 (Dự án; triệu USD)

Năm	Hưng Yên cũ		Thái Bình		Hưng Yên mới (hợp nhất 02 tỉnh)	
	Số dự án được cấp phép	Tổng vốn đăng ký	Số dự án được cấp phép	Tổng vốn đăng ký	Số dự án được cấp phép	Tổng vốn đăng ký
2021	19	243,06	8	545,1	27	788,13
2022	20	257,44	11	505,0	31	762,47
2023	54	720,55	38	2.935,8	92	3.656,32
2024	68	1.374,68	46	935,7	114	2.310,39
2021-2025					409	10.900

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Hưng Yên, tỉnh Thái Bình 2024; Báo cáo tình hình phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025 của tỉnh

Số liệu tại Bảng 1 cho thấy, quy mô thu hút FDI trên không gian tỉnh Hưng Yên (mới) tăng đáng kể trong giai đoạn 2021-2025. Số dự án FDI cấp mới tăng từ 27 dự án (năm 2021) lên 114 dự án (năm 2024); Vốn đăng ký tăng tương ứng từ 788,13 triệu USD lên 2.310,39 triệu USD. Tính chung giai đoạn 2021-2025, tỉnh đã thu hút được 409 dự án FDI với tổng vốn đăng ký sơ bộ đạt khoảng 10.900 triệu USD. Lũy kế đến ngày 30/11/2025, toàn tỉnh có 932 dự án có vốn đầu tư nước ngoài với tổng

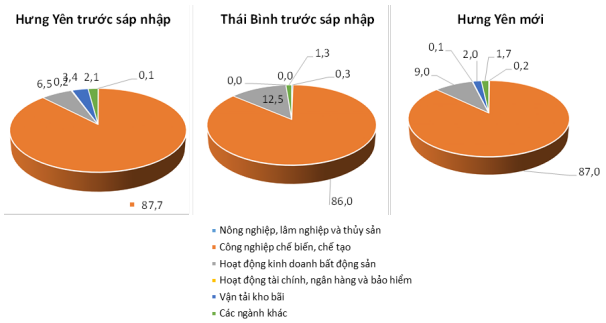
[1] *Năm 2024, xếp hạng chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI của tỉnh Hưng Yên (cũ) đứng thứ 10/63 tỉnh, thành phố, tăng 43 bậc so với năm 2020 (mức tăng nhanh nhất cả nước); tỉnh Thái Bình xếp thứ 30/63 tỉnh, thành phố.*

vốn gần 17,13 tỷ USD (UBND tỉnh Hưng Yên, 2025). Trong đó đáng chú ý, năm 2023 được xem là bước ngoặt khi dòng vốn FDI phục hồi mạnh, trong đó Thái Bình lần đầu tiên nằm trong Top 5 địa phương thu hút FDI cao của cả nước, trong khi Hưng Yên (cũ) tiếp tục cải thiện thứ hạng và vươn lên nhóm các tỉnh dẫn đầu trong năm 2024[2]. Năm 2025, thu hút FDI của tỉnh Hưng Yên (mới) nằm trong top 7/34 tỉnh, thành sau hợp nhất[3].

3.1.2. Cơ cấu FDI theo ngành kinh tế

Xét theo cơ cấu ngành kinh tế, dòng vốn FDI tại tỉnh Hưng Yên (mới) tập trung chủ yếu vào lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo, qua đó khẳng định vai trò trụ cột của khu vực này trong mô hình tăng trưởng và định hướng công nghiệp hóa của tỉnh sau hợp nhất. Theo Biểu đồ 1, đến ngày 31/12/2024, tại tỉnh Hưng Yên (cũ), lĩnh vực này chiếm 87,7% tổng vốn FDI còn hiệu lực, tương ứng 534 dự án; trong khi tại tỉnh Thái Bình, tỷ trọng đạt 85,97% với 173 dự án. Phần vốn FDI còn lại được phân bổ vào một số lĩnh vực như nông nghiệp, bất động sản, vận tải kho bãi và các dịch vụ hỗ trợ sản xuất, góp phần bổ trợ cho hệ sinh thái công nghiệp của tỉnh. Tuy nhiên, FDI vào các lĩnh vực công nghệ cao, đổi mới sáng tạo và dịch vụ giá trị gia tăng vẫn chiếm tỷ trọng thấp, cho thấy cơ cấu thu hút FDI còn thiên về các ngành thâm dụng lao động, gia công và lắp ráp. Thực trạng này đặt ra những vấn đề về chất lượng, hiệu quả và tính bền vững của dòng vốn FDI, cần được xem xét trong đánh giá tổng thể và định hướng chính sách thu hút đầu tư của tỉnh trong giai đoạn 2026-2030.

Biểu đồ 1: Tỷ trọng vốn FDI theo ngành kinh tế của các dự án còn hiệu lực tại tỉnh Hưng Yên năm 2024

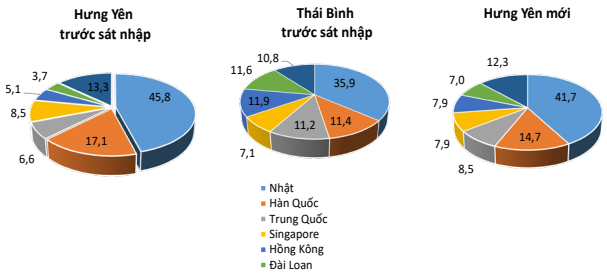


3.1.3. Cơ cấu nguồn vốn FDI theo đối tác đầu tư

Về đối tác đầu tư, cơ cấu FDI của hai tỉnh trước khi hợp nhất cho thấy sự chi phối rõ nét của các quốc gia và vùng lãnh thổ châu Á, phản ánh mức độ gắn kết của địa phương với mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị khu vực. Tính đến ngày 31/12/2024, trong tổng số 36 quốc gia, vùng lãnh thổ có dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh, Nhật Bản và Hàn Quốc là hai đối tác đầu tư lớn nhất tại tỉnh Hưng Yên (cũ), với tổng vốn đăng ký lần lượt đạt 3.886,23 triệu USD và 1.448,17 triệu USD. Trong khi đó, tại tỉnh Thái Bình, bên cạnh Nhật Bản và Hàn Quốc, các đối tác như Đài Loan, Hồng Kông và Trung Quốc có vai trò đáng kể, gắn với nhiều dự án quy mô lớn trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo và năng lượng.

Khi hợp nhất hai tỉnh, cơ cấu đối tác của tỉnh Hưng Yên (mới) có sự điều chỉnh theo hướng cân đối hơn. Tỉnh tiếp tục thu hút các dự án FDI có quy mô lớn và công nghệ hiện đại từ các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc; trong đó, Nhật Bản hiện là đối tác dẫn đầu với khoảng 41,7% tổng vốn đăng ký, tương đương 6.023,47 triệu USD (Biểu đồ 2). Cơ cấu này góp phần hạn chế rủi ro phụ thuộc vào một thị trường đơn lẻ và tạo điều kiện thuận lợi cho chuyển giao công nghệ và phát triển công nghiệp hỗ trợ; song cũng cho thấy dư địa đa dạng hóa nguồn vốn, nhất là các đối tác từ châu Âu và Bắc Mỹ, nhằm nâng cao chất lượng và tính bền vững của thu hút FDI giai đoạn 2026-2030.

Biểu đồ 2: Tỷ trọng vốn FDI theo đối tác đầu tư của các dự án còn hiệu lực tại tỉnh Hưng Yên năm 2024



3.1.4. Đánh giá chung

Tổng thể, giai đoạn 2021-2025 cho thấy xu hướng cải thiện rõ nét trong thu hút FDI trên không gian tỉnh Hưng Yên (mới), thể hiện qua sự gia tăng cả về số dự án và quy mô vốn đăng ký, đặc biệt từ sau năm 2023. Dòng vốn FDI đã đóng góp tích cực vào tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, với tốc độ tăng trưởng GRDP bình quân đạt 8,99%/năm, cao hơn giai đoạn 2016-2020 (8,28%/năm). GRDP bình quân đầu người năm 2025 ước đạt khoảng 99 triệu đồng,

[2] *Xếp hạng thu hút FDI của Hưng Yên (cũ), Thái Bình năm 2023, 2024 lần lượt là: (13; 10); (5; 12)*
[3] *Năm 2025, Hưng Yên (mới) thu hút FDI đứng thứ 7/34 tỉnh, thành phố sau hợp nhất; truy cập từ https://fdi.gov.vn/Pages/chitiettin.aspx?idTin=185&idcm=9 ngày 05/01/2026*

gấp 1,63 lần năm 2020; thu ngân sách tăng nhanh, tạo dư địa cho đầu tư phát triển (UBND tỉnh Hưng Yên, 2025). Cùng với đó, không gian thu hút đầu tư được mở rộng với 01 khu kinh tế, 26 KCN và 77 cụm công nghiệp; một số KCN tiêu biểu như Liên Hà Thái, Hưng Phú, Yên Mỹ, Thăng Long II, Hải Long từng bước được phát triển theo mô hình công nghiệp - đô thị - dịch vụ, gắn với định hướng KCN xanh. Tuy nhiên, các kết quả đạt được cũng bộc lộ một số vấn đề đặt ra: (1) chất lượng dự án FDI chưa đồng đều, tỷ trọng dự án công nghệ cao, đổi mới sáng tạo và thân thiện môi trường còn thấp; (2) liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước, đặc biệt ở công nghiệp hỗ trợ, còn hạn chế; (3) phát triển kinh tế - xã hội chưa đồng đều giữa các vùng, trong đó hạ tầng kỹ thuật và logistics tại khu vực ven biển còn thiếu đồng bộ, ảnh hưởng khả năng thu hút dự án quy mô lớn và sử dụng nhiều logistics; (4) giai đoạn trước hợp nhất, chính sách thu hút FDI giữa hai địa phương chưa được điều phối thống nhất, có nguy cơ phân tán nguồn lực, tiềm ẩn cạnh tranh nội vùng trong tiếp cận nhà đầu tư; và (5) thiếu cơ chế đặc thù đủ mạnh về đất đai, hạ tầng, thuế và phát triển nhân lực chất lượng cao để thu hút nhà đầu tư chiến lược. Đây là các vấn đề cần được xử lý trong giai đoạn phát triển 2026-2030.

3.2. Bối cảnh mới tác động đến thu hút đầu tư tại tỉnh Hưng Yên và hàm ý chính sách

3.2.1. Bối cảnh quốc tế

Thu hút FDI chịu tác động mạnh mẽ từ chu kỳ và bối cảnh kinh tế thế giới, đặc biệt trong giai đoạn kinh tế toàn cầu biến động nhanh và khó dự báo. Bước sang năm 2026 và các năm tiếp theo, các tổ chức quốc tế dự báo kinh tế thế giới tăng trưởng chậm và phân hóa giữa các khu vực. Theo UNCTAD (2026), tăng trưởng kinh tế toàn cầu dự báo khoảng 2,7% năm 2026 và 2,9% năm 2027, thấp hơn mức trung bình trước đại dịch (3,2%). Trong khi đó, IMF dự báo tăng trưởng khoảng 3,3% năm 2026 và 3,2% năm 2027, phản ánh sự phục hồi nhất định nhưng rủi ro từ căng thẳng thương mại và bất ổn địa chính trị kéo dài (IMF, 2026). Cùng với tăng trưởng chậm, dòng vốn FDI toàn cầu có xu hướng thận trọng, chọn lọc và chất lượng hơn. Theo báo cáo xu hướng đầu tư của UNCTAD, FDI toàn cầu năm 2025 đạt khoảng 1,6 nghìn tỷ USD (tăng khoảng 14% so với năm 2024), song phần lớn mức tăng đến từ luồng vốn qua các trung tâm tài chính; đầu tư vào dự án sản xuất tại nhiều nền kinh tế đang phát triển còn hạn chế (UNCTAD, 2026). Xu hướng tái cấu trúc và đa dạng hóa chuỗi cung ứng khiến nhà đầu tư ưu tiên địa phương có môi trường đầu tư ổn định, thể chế minh bạch, chi phí cạnh tranh và khả năng kết nối với chuỗi giá trị. Bối cảnh này vừa mở ra cơ hội, vừa đặt ra thách thức đối với các địa phương của Việt Nam, trong đó có tỉnh Hưng Yên, trong việc thu hút và giữ chân dòng vốn FDI chất lượng cao.

3.2.2. Bối cảnh trong nước

Trong bối cảnh FDI toàn cầu thận trọng, bối cảnh kinh tế và chính sách trong nước trở thành nhân tố quan trọng quyết định sức hấp dẫn FDI của Việt Nam. Giai đoạn 2026-2030 được xác định là giai đoạn phát triển mới với các định hướng về tăng trưởng, cải cách thể chế và tái cấu trúc không gian phát triển. Theo Nghị quyết số 306/NQ-CP của Chính phủ về điều chỉnh Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, Việt Nam định hướng tăng trưởng gắn với khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh[4]. Cùng với đó, cải cách hành chính và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường tiếp tục được coi là trụ cột nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong thu hút FDI. Việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, đẩy mạnh phân cấp, phân quyền và triển khai Cổng đầu tư một cửa quốc gia được kỳ vọng tiếp tục cải thiện tính minh bạch, khả năng dự báo và hiệu quả của môi trường đầu tư. Đặc biệt, việc tham gia sâu rộng vào mạng lưới các hiệp định thương mại tự do, nhất là các FTA thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và RCEP, tiếp tục là lợi thế quan trọng giúp Việt Nam nói chung, các tỉnh, thành phố trong đó có Hưng Yên nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu, qua đó gia tăng sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư FDI có định hướng dài hạn.

3.2.3. Bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hưng Yên sau hợp nhất

Việc hợp nhất đơn vị hành chính từ ngày 01/7/2025 đã mở ra một không gian phát triển mới cho tỉnh Hưng Yên, với quy mô kinh tế, dân số và nguồn lực được mở rộng đáng kể. Trên nền tảng đó, giai đoạn 2026-2030, tỉnh định hướng phát triển theo hướng nhanh và bền vững, phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng GRDP bình quân khoảng 10-11%/năm, gắn với chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa và phát triển dịch vụ

[4] *Giai đoạn 2026-2030, Việt Nam đặt mục tiêu: tăng trưởng GDP đạt khoảng 10%/năm trở lên, đóng góp của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) trên 55% và GDP bình quân đầu người khoảng 8.500 USD vào năm 2030*

hiện đại. Tầm nhìn dài hạn đến năm 2035 xác lập mục tiêu trở thành tỉnh công nghiệp hiện đại, tiến tới năm 2045 phát triển theo mô hình đô thị thông minh, sinh thái, có năng lực cạnh tranh cao.

Trong tiến trình này, FDI tiếp tục được xác định là nguồn lực quan trọng hỗ trợ tăng trưởng, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu ngành và đổi mới mô hình phát triển. Tỉnh ưu tiên thu hút FDI vào các lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo công nghệ cao, điện tử - bán dẫn, cơ khí chính xác, dược phẩm - sinh học, năng lượng tái tạo, logistics và dịch vụ hiện đại, gắn với định hướng hình thành Khu kinh tế tự do Hưng Yên như một động lực tăng trưởng mới. Lợi thế về vị trí địa kinh tế trung tâm vùng ĐBSH, nằm trên trục Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, cùng dư địa phát triển lớn và hệ thống hạ tầng ngày càng hoàn thiện tạo điều kiện thuận lợi cho thu hút FDI. Tuy nhiên, tỉnh cũng đối mặt với những thách thức đáng kể như cạnh tranh thu hút đầu tư trong vùng, hạn chế về nguồn nhân lực kỹ thuật cao, áp lực lên hạ tầng và môi trường, cũng như các yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn xanh và quy tắc xuất xứ, đòi hỏi chính sách thu hút FDI phải được điều chỉnh theo hướng hiệu quả và bền vững hơn trong giai đoạn tới.

3.2.4. Hàm ý chính sách

Trên cơ sở phân tích thực trạng, bối cảnh quốc tế, trong nước, bài viết gợi mở một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả thu hút FDI theo hướng chất lượng và bền vững giai đoạn 2026-2030 như sau:

Thứ nhất, tỉnh cần tiếp tục hoàn thiện môi trường đầu tư và nâng cao chất lượng điều hành kinh tế địa phương. Trọng tâm là đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính theo hướng đơn giản, minh bạch và nhất quán; tăng cường ứng dụng chuyển đổi số trong quản lý đầu tư, đất đai và xây dựng; qua đó rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và giảm chi phí tuân thủ cho nhà đầu tư. Đồng thời, nâng cao tính ổn định và khả năng dự báo của chính sách là yếu tố quan trọng để củng cố niềm tin của các nhà đầu tư nước ngoài trong bối cảnh môi trường đầu tư toàn cầu còn nhiều biến động.

Thứ hai, tỉnh cần gắn thu hút FDI với quy hoạch và phát triển hạ tầng theo hướng đồng bộ và bền vững. Việc phát triển các khu, cụm công nghiệp theo mô hình xanh - thông minh, gắn với hạ tầng logistics và hạ tầng số hiện đại sẽ góp phần nâng cao khả năng tiếp nhận các dự án FDI có hàm lượng công nghệ cao và yêu cầu tiêu chuẩn môi trường nghiêm ngặt. Đồng thời, tăng cường liên kết hạ tầng với các địa phương trong vùng ĐBSH nhằm phát huy lợi thế vị trí địa kinh tế của tỉnh.

Thứ ba, cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là lao động kỹ thuật và nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của các ngành công nghiệp công nghệ cao và dịch vụ hiện đại. Điều này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp FDI trong đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng lao động, qua đó nâng cao khả năng hấp thụ công nghệ và gia tăng giá trị lan tỏa của FDI.

Thứ tư, tỉnh cần thực hiện chiến lược thu hút FDI có chọn lọc, ưu tiên các dự án phù hợp với định hướng phát triển bền vững, có khả năng liên kết với doanh nghiệp trong nước và tham gia sâu vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Việc sàng lọc dự án trên cơ sở tiêu chí công nghệ, môi trường, hiệu quả sử dụng đất và đóng góp ngân sách sẽ góp phần nâng cao chất lượng dòng vốn FDI và hạn chế các tác động tiêu cực trong dài hạn.

4. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy, trong giai đoạn 2021-2025, thu hút FDI tại tỉnh Hưng Yên (mới) trên cơ sở hợp nhất Hưng Yên (cũ) và Thái Bình đạt kết quả tích cực về quy mô và khả năng phục hồi dòng vốn, đặc biệt từ sau năm 2023. Tuy nhiên, thu hút FDI vẫn bộc lộ những vấn đề đặt ra liên quan đến chất lượng dự án, cơ cấu ngành, mức độ liên kết với doanh nghiệp trong nước và yêu cầu nâng cấp hạ tầng - nhân lực trong bối cảnh mới. Trong giai đoạn 2026-2030, tỉnh cần định hướng thu hút FDI theo chiều sâu, gắn với cải thiện thể chế, phát triển hạ tầng đồng bộ và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, qua đó nâng cao hiệu quả và tính bền vững của dòng vốn FDI.

Tài liệu tham khảo:

Chính phủ. (2025). Nghị quyết số 306/NQ-CP ngày 05/10/2025 về điều chỉnh Quy hoạch tổng thể quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Hà Nội.

Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Tài Chính. (2024/2025). Báo cáo tình hình thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài năm 2023/2024. Hà Nội.

Chi cục Thống kê tỉnh Hưng Yên. (2025). Niên giám thống kê tỉnh Hưng Yên năm 2024. Hà Nội: NXB Thống kê.

Chi cục Thống kê tỉnh Hưng Yên. (2025). Niên giám thống kê tỉnh Thái Bình năm 2024. Hà Nội: NXB Thống kê.

Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng Yên. (2025). Báo cáo phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp 5 năm 2026-2030. Hưng Yên.

Dunning, J. H. (1993). Multinational enterprises and the global economy. Addison Wesley, New York.

International Monetary Fund. (2026). World Economic Outlook Update: Global Economy: Steady amid Divergent Forces.IMF.

United Nations (2026). World Economic Situation and Prospects 2026. New York.

UNCTAD. (2026). Global Investment Trends Monitor, No. 50. United Nations Conference on Trade and Development.

GIẢI NGÂN VỐN ĐẦU TƯ CÔNG TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2021-2025: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. Đỗ Ngọc Khanh*

Giải ngân vốn đầu tư công là một khâu quan trọng trong quá trình quản lý vốn đầu tư công ở cấp độ quốc gia và địa phương. Tại Hà Nội, giải ngân vốn đầu tư công những năm qua có nhiều biến động phức tạp. Trong bài nghiên cứu này, tác giả tập trung phân tích tình hình giải ngân vốn đầu tư công tại Hà Nội giai đoạn 2021-2025 nhằm đánh giá hiệu quả thực hiện kế hoạch đầu tư công ở một đô thị đặc biệt. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô tả và so sánh theo thời gian, đồng thời đối chiếu tỷ lệ giải ngân của Hà Nội với bình quân cả nước. Kết quả cho thấy trong giai đoạn 2021-2023, tỷ lệ giải ngân của Hà Nội thấp hơn đáng kể so với mức bình quân, phản ánh các khó khăn đặc thù như giải phóng mặt bằng phức tạp, thủ tục đầu tư kéo dài và quy mô dự án lớn. Tuy nhiên, từ năm 2023 trở đi, đặc biệt trong giai đoạn 2024-2025, hiệu quả giải ngân của Hà Nội được cải thiện rõ rệt và vượt mức bình quân cả nước, ngay cả khi tỷ lệ giải ngân chung có xu hướng giảm. Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất các khuyến nghị chính sách nhằm hoàn thiện công tác giải ngân vốn đầu tư công của Hà Nội trong thời gian tới.

• Từ khóa: *vốn đầu tư công, giải ngân vốn đầu tư công, Hà Nội, tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công.*

Disbursement of public investment capital is a crucial step in the process of managing public investment capital at the national and local levels. In Hanoi, the disbursement of public investment capital has experienced many complex fluctuations in recent years. This study focuses on analyzing the situation of public investment capital disbursement in Hanoi during the period 2021-2025 to assess the effectiveness of implementing the public investment plan in a special urban area. The study uses descriptive and comparative analysis methods over time, and compares Hanoi's disbursement rate with the national average. The results show that during the period 2021-2023, Hanoi's disbursement rate was significantly lower than the average, reflecting specific difficulties such as complex land clearance, lengthy investment procedures, and large project scale. However, from 2023 onwards, especially in the 2024-2025 period, Hanoi's disbursement efficiency has improved significantly and exceeded the national average, even as the overall disbursement rate tends to decrease. Based on this, the article proposes policy recommendations to improve Hanoi's public investment disbursement in the future.

• Key words: *public investment capital, public investment disbursement, Hanoi, public investment disbursement rate.*

JEL codes: H50, H61, P35

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 18/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.07

1. Giới thiệu

Vốn đầu tư công là một nguồn lực công có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia cũng như từng địa phương. Đặc biệt ở các đô thị lớn như Hà Nội tập trung đông dân, vốn đầu tư công để đáp ứng nhu cầu mở rộng hạ tầng, dịch vụ y tế, giáo dục và giao thông luôn ở mức cao. Giải ngân vốn đầu tư công đúng tiến độ không chỉ đảm bảo nguồn lực được sử dụng hiệu quả mà còn củng cố niềm tin của người dân và nhà đầu tư vào năng lực quản lý của chính quyền.

Trong thời kì ổn định ngân sách từ 2021 đến 2025, giải ngân vốn đầu tư công của Hà Nội có sự biến động đáng kể. So sánh tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công giữa Hà Nội và cả nước trong giai đoạn 2021-2025 cho thấy sự khác biệt rõ rệt và xu hướng cải thiện theo thời gian. Trong hai năm đầu của kế hoạch trung hạn, tỷ lệ giải ngân của Hà Nội thấp hơn đáng kể so với mức bình quân cả nước, phản ánh những khó khăn đặc thù của đô thị lớn như quy mô dự án phức tạp và vướng mắc trong công tác chuẩn bị đầu tư, giải phóng mặt bằng. Tuy nhiên, từ năm 2023, hiệu quả giải ngân của Hà Nội được cải thiện rõ rệt, với tỷ lệ giải ngân tương đương và sau đó vượt mức bình quân cả nước. Đặc biệt trong giai đoạn 2024-2025, khi tỷ lệ giải ngân đầu tư công trên phạm vi toàn quốc có xu hướng giảm, Hà Nội vẫn duy trì mức giải ngân tương đối cao. Kết quả này cho thấy vai trò của cải thiện điều hành, giám sát và tăng cường trách nhiệm giải trình trong nâng cao hiệu quả giải ngân vốn đầu tư công tại Hà Nội.

Trong nội dung bài viết này, tác giả tập trung phân tích tình hình giải ngân vốn đầu tư công tại Hà Nội từ 2021 đến 2025, từ đó đưa ra những khuyến nghị chính sách nhằm hoàn thiện công tác này.

* *Kiểm toán Nhà nước Khu vực 12; email: khanhdn_83@sav.gov.vn*

2. Cơ sở lý thuyết

Giải ngân vốn đầu tư công được hiểu là quá trình thực hiện chi trả nguồn vốn ngân sách nhà nước cho các dự án đầu tư công theo tiến độ và khối lượng thực hiện đã được phê duyệt. Đây là giai đoạn then chốt trong chu trình quản lý đầu tư công, chuyển hóa nguồn lực tài chính công từ kế hoạch sang tài sản công và kết quả phát triển kinh tế - xã hội cụ thể (IMF, 2014). giải ngân vốn đầu tư công nằm ở giai đoạn thực hiện dự án, nối tiếp các khâu lựa chọn, thẩm định và phân bổ vốn đầu tư (IMF, 2015). Hiệu quả giải ngân phụ thuộc chặt chẽ vào chất lượng của các khâu trước đó, đặc biệt là mức độ sẵn sàng của dự án, thiết kế kỹ thuật và công tác giải phóng mặt bằng. IMF nhấn mạnh rằng giải ngân hiệu quả không đồng nghĩa với giải ngân nhanh bằng mọi giá, mà phải đảm bảo nguyên tắc đúng mục tiêu, đúng tiến độ và gắn với kết quả đầu ra của dự án (IMF, 2018). Do đó, giải ngân cần được đặt trong mối quan hệ hữu cơ với kỷ luật tài khóa, kiểm soát chi và đánh giá hiệu quả đầu tư công.

Trong quản lý tài chính công hiện đại, giải ngân không chỉ phản ánh khả năng thực thi ngân sách mà còn là chỉ báo quan trọng về hiệu quả quản trị nhà nước, mức độ sẵn sàng của dự án và năng lực phối hợp thể chế giữa các cơ quan liên quan (Bajpai & Myers, 2020). Giải ngân chậm hoặc không đạt kế hoạch thường dẫn đến lãng phí nguồn lực, làm giảm tác động kích thích tăng trưởng của đầu tư công và gia tăng chi phí cơ hội đối với nền kinh tế.

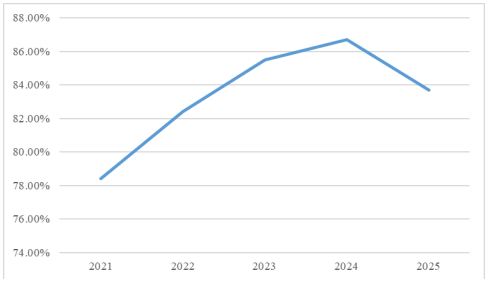
Giải ngân vốn đầu tư công chịu ảnh hưởng từ ba yếu tố chính, bao gồm: thể chế và thủ tục hành chính (Kim và cộng sự, 2020); năng lực tổ chức thực hiện và quản lý dự án (OECD, 2019); giám sát và trách nhiệm giải trình (PEFA Secretariat, 2016). Về yếu tố thể chế và thủ tục hành chính, nếu quy trình phê duyệt dự án phức tạp, chồng chéo giữa các cơ quan, cùng với khung pháp lý thiếu ổn định sẽ dẫn đến giải ngân chậm (Kim và cộng sự, 2020). Về yếu tố năng lực tổ chức thực hiện và quản lý dự án, năng lực hạn chế của chủ đầu tư, tư vấn và nhà thầu làm gia tăng rủi ro chậm tiến độ, điều chỉnh dự án và kéo dài thời gian giải ngân vốn đầu tư (OECD, 2019). Về yếu tố giám sát và trách nhiệm giải trình, nếu thiếu cơ chế giám sát theo kết quả và trách nhiệm rõ ràng của người đứng đầu thường làm suy giảm động lực đẩy nhanh giải ngân, ngay cả khi nguồn vốn đã được bố trí đầy đủ (PEFA Secretariat, 2016).

3. Thực trạng giải ngân vốn đầu tư công tại Hà Nội giai đoạn 2021-2025

Luật Đầu tư công (2019) và Luật Ngân sách Nhà nước (2015) đã đặt ra khuôn khổ pháp lý bắt buộc đối với việc lập kế hoạch, phân bổ, giải ngân và giám sát vốn đầu tư công tại các địa phương, trong đó có Hà Nội. Theo kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025, Hà Nội đã bố trí tổng nguồn vốn lớn để thực hiện nhiều dự án trọng điểm về hạ tầng đô thị, giao thông, y tế, giáo dục và các dịch vụ công. Việc lập kế hoạch vốn đầu tư công của Hà Nội gắn kết với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội theo từng năm; tuy nhiên nhiều yếu tố ngoại cảnh và nội lực đã ảnh hưởng đến tiến độ giải ngân trong toàn bộ giai đoạn.

Giải ngân vốn đầu tư công của thành phố Hà Nội giai đoạn 2021 đến 2025 có nhiều biến động. Tỷ lệ giải ngân của Hà Nội được thể hiện trong đồ thị dưới đây. Trong giai đoạn 2021- 2025, Uỷ ban nhân dân (UBND) thành phố Hà Nội tập trung đưa ra các kế hoạch, văn bản hướng dẫn các đơn vị được giao vốn đầu tư công thực hiện kế hoạch vốn đã được đặt ra. Từ khi triển khai kế hoạch vốn đầu tư công vào đầu năm, UBND thành phố liên tục ra các văn bản hướng dẫn, chỉ đạo để thúc đẩy quá trình sử dụng vốn đầu tư công cho các công trình, dự án của thành phố. Với những nỗ lực cùng sự phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị trong hệ thống quản lý vốn đầu tư công của Hà Nội, tỷ lệ vốn đầu tư công được giải ngân của thành phố luôn lớn hơn 75%.

Đồ thị 1: Tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công tại Hà Nội



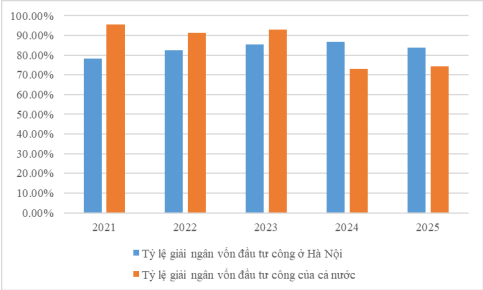
Nguồn: UBND thành phố Hà Nội (2021-2025)

Trong giai đoạn 2021-2023, tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công của Hà Nội liên tục thấp hơn đáng kể so với mức bình quân của Việt Nam, phản ánh rõ những khó khăn mang tính đặc thù của một đô thị trung tâm. Năm 2021, Hà Nội chỉ đạt 78,4% trong khi cả nước đạt tới 95,7%, tạo ra khoảng cách rất lớn về hiệu quả giải ngân. Dù tỷ lệ giải ngân của Hà Nội có xu hướng cải thiện trong hai năm tiếp theo, lần lượt đạt 82,4% năm 2022 và 85,5% năm 2023, song vẫn thấp hơn mức tương ứng của cả nước (91,4% và 93,1%) (xem đồ thị 2). Khoảng cách này cho thấy tiến độ thực hiện các dự án đầu tư công tại Hà Nội chịu tác động mạnh từ các yếu tố như giải phóng mặt bằng phức tạp, yêu cầu điều chỉnh quy hoạch, thủ tục đầu tư kéo dài và quy mô dự án lớn, trong khi ở bình diện quốc gia, nhiều dự án hạ tầng trọng điểm được triển khai đồng bộ và có cơ chế điều hành tập trung, góp phần duy trì tỷ lệ giải ngân ở mức cao.

Tuy nhiên, giai đoạn 2024-2025 lại ghi nhận sự đảo chiều đáng chú ý trong tương quan giữa Hà Nội và cả nước. Trong khi tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công của cả nước giảm mạnh xuống 72,9% năm 2024 và chỉ tăng nhẹ lên 74,4% năm 2025, thì Hà Nội lại đạt mức giải ngân cao hơn rõ rệt, lần lượt là 86,7% và 83,7% (xem đồ thị 2). Diễn biến này cho thấy Hà Nội đã có những chuyển biến tích cực trong công tác điều hành đầu tư công, đặc

biệt là việc tập trung tháo gỡ các "điểm nghẽn" về thủ tục, đẩy nhanh tiến độ các dự án chuyển tiếp và tăng cường trách nhiệm của chủ đầu tư. Ngược lại, sự suy giảm tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công của cả nước phản ánh bối cảnh khó khăn chung trong hấp thụ vốn, nhất là khi nhiều địa phương gặp trở ngại về nguồn cung vật liệu, biến động giá cả và sự chậm trễ trong chuẩn bị dự án. Nhìn tổng thể, so sánh hai giai đoạn cho thấy hiệu quả giải ngân của Hà Nội không chỉ được cải thiện theo thời gian mà còn có sự bứt phá tương đối trong bối cảnh chung, qua đó khẳng định vai trò của các giải pháp điều hành linh hoạt và quyết liệt ở cấp địa phương đối với hiệu quả sử dụng vốn đầu tư công.

Đồ thị 2: So sánh tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công của Hà Nội và cả nước



Nguồn: UBND thành phố Hà Nội (2021-2025), Bộ Tài chính (2021-2025)

4. Khuyến nghị chính sách

Giải ngân vốn đầu tư công của thành phố Hà Nội giai đoạn từ 2021 đến 2025 là một bức tranh có nhiều gam màu đối lập. Mặc dù còn tồn tại những hạn chế đã kéo dài từ giai đoạn trước, những tín hiệu khởi sắc về sự đổi mới, cải cách theo hướng tích cực đã xuất hiện. Trong giai đoạn đầu của kỳ kế hoạch trung hạn, tiến độ giải ngân của thành phố còn thấp so với yêu cầu và mặt bằng chung, chủ yếu do đặc thù của một đô thị đặc biệt với mật độ dân cư cao, quỹ đất hạn chế và danh mục dự án tập trung nhiều vào hạ tầng kỹ thuật - xã hội quy mô lớn. Các vướng mắc về giải phóng mặt bằng, điều chỉnh quy hoạch, thay đổi thiết kế và thủ tục đầu tư phức tạp đã làm kéo dài thời gian chuẩn bị và thực hiện dự án, ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng hấp thụ vốn. Bên cạnh đó, sự phối hợp giữa các sở, ngành và các cấp chính quyền địa phương trong một số trường hợp còn chưa đồng bộ, dẫn đến tình trạng chậm trễ trong xử lý hồ sơ và tổ chức thực hiện. Tuy nhiên, trong giai đoạn gần đây, đặc biệt từ năm 2024 trở đi, công tác giải ngân vốn đầu tư công của Hà Nội đã có sự cải thiện rõ rệt. Tỷ lệ giải ngân tăng lên cho thấy những nỗ lực đáng kể của thành phố trong việc rà soát danh mục dự án, ưu tiên vốn cho các dự án có khả năng hoàn thành và giải ngân cao, đồng thời tăng cường kỷ luật, kỷ cương trong quản lý đầu tư công. Việc đẩy mạnh phân cấp, gắn trách nhiệm người đứng đầu với kết quả giải ngân, cùng với các biện pháp tháo gỡ kịp thời khó khăn về thủ tục và giải phóng mặt bằng đã góp phần nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện kế hoạch vốn. Nhưng hiện tượng giải ngân dồn dập vào các tháng cuối năm để kịp tiến độ đề ra vẫn còn tiếp tục diễn ra. Từ thực tiễn đó, một số khuyến nghị chính sách mà Hà Nội cần xem xét thực hiện bao gồm:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng công tác chuẩn bị đầu tư, coi đây là khâu then chốt quyết định hiệu quả giải ngân. Việc lập, thẩm định và phê duyệt dự án cần được thực hiện sớm, đồng bộ và sát với khả năng thực hiện, hạn chế tình trạng dự án đủ thủ tục nhưng chưa sẵn sàng về mặt bằng hoặc thiết kế kỹ thuật. Song song với đó, thành phố cần hoàn thiện cơ chế phối hợp liên ngành, đặc biệt giữa các cơ quan quản lý đầu tư, tài nguyên - môi trường và chính quyền cơ sở, nhằm rút ngắn thời gian xử lý các thủ tục liên quan đến đất đai, quy hoạch và cấp phép xây dựng.

Thứ hai, tăng cường kỷ luật tài chính và trách nhiệm giải trình trong quản lý vốn đầu tư công. Việc gắn kết quả giải ngân với đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của chủ đầu tư và người đứng đầu cơ quan, đơn vị cần được thực hiện nghiêm túc, đi kèm với các chế tài rõ ràng đối với dự án chậm tiến độ, kéo dài nhiều năm. Đồng thời, thành phố nên đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong theo dõi, giám sát tiến độ thực hiện và giải ngân dự án, qua đó nâng cao tính minh bạch và khả năng cảnh báo sớm các rủi ro chậm giải ngân.

Thứ ba, nâng cao tính bền vững của công tác giải ngân. Hà Nội cần cơ cấu lại danh mục đầu tư công theo hướng tập trung, tránh dàn trải, ưu tiên các dự án có tác động lan tỏa lớn và khả năng hoàn thành trong kỳ kế hoạch. Cách tiếp cận này không chỉ góp phần cải thiện tỷ lệ giải ngân mà còn nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư công, bảo đảm vốn ngân sách nhà nước thực sự trở thành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô trong trung và dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

IMF (2014). Is it time for an infrastructure push? The macroeconomic effects of public investment. IMF World Economic Outlook. https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2016/12/31/Is-It-Time-for-an-Infrastructure-Push-42928.

IMF (2015). Making public investment more efficient. IMF Policy Paper. https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2015/061115.pdf

IMF (2018). Public Investment Management Assessment (PIMA). https://www.imf.org/external/np/fad/publicinvestment/pdf/pima.pdf

Kim, J. H., Fallov, J. A., & Groom, S. (2020). Public investment management reference guide. World Bank Publications.

Bajpai, R., & Myers, C. B. (2020). Enhancing government effectiveness and transparency: the fight against corruption. World Bank: Washington, DC.

OECD. (2019). Budgeting and public expenditures in OECD countries. https://www.oecd.org/gov/budgeting-and-public-expenditures-in-oecd-countries-2019.pdf

PEFA Secretariat. (2016). Framework for assessing public financial management. https://www.pefa.org/sites/pefa.org/files/PEFA%202016%20Framework.pdf

UBND thành phố Hà Nội (2021), Báo cáo tình hình thực hiện và thanh toán vốn đầu tư phát triển Kế hoạch năm 2021.

UBND thành phố Hà Nội (2022), Báo cáo tình hình thực hiện và thanh toán vốn đầu tư phát triển Kế hoạch năm 2022.

UBND thành phố Hà Nội (2023), Báo cáo tình hình thực hiện và thanh toán vốn đầu tư phát triển Kế hoạch năm 2023.

UBND thành phố Hà Nội (2024), Báo cáo tình hình thực hiện và thanh toán vốn đầu tư phát triển Kế hoạch năm 2024.

UBND thành phố Hà Nội (2025), Báo cáo tình hình thực hiện và thanh toán vốn đầu tư phát triển Kế hoạch năm 2025.

Bộ Tài chính (2021), Báo cáo tình hình thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công năm 2021.

Bộ Tài chính (2022), Báo cáo tình hình thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công năm 2022.

Bộ Tài chính (2023), Báo cáo tình hình thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công năm 2023.

Bộ Tài chính (2024), Báo cáo tình hình thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công năm 2024.

Bộ Tài chính (2025), Báo cáo tình hình thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công năm 2025.

HOÀN THIỆN KẾ TOÁN CHI PHÍ VÀ THÔNG TIN TÀI CHÍNH PHỤC VỤ XÁC ĐỊNH GIÁ DỊCH VỤ SỰ NGHIỆP CÔNG TRONG ĐIỀU KIỆN TỰ CHỦ TÀI CHÍNH

PGS.TS. Ngô Thanh Hoàng* - ThS. Nguyễn Cẩm Ngọc* - ThS. Nguyễn Thị Hoàng Yến*

Trong bối cảnh cải cách tài chính công tại Việt Nam theo hướng tăng cường tự chủ tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập, yêu cầu minh bạch hóa chi phí và xác định giá dịch vụ sự nghiệp công ngày càng trở nên cấp thiết. Luật Ngân sách nhà nước năm 2025 cùng các văn bản hướng dẫn đã thiết lập khuôn khổ phân bổ nguồn lực gắn với kết quả đầu ra. Tuy nhiên, hệ thống kế toán hành chính sự nghiệp theo Thông tư 24/2024/TT-BTC vẫn chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu cung cấp thông tin chi phí theo từng dịch vụ. Bài viết phân tích cơ sở lý luận về kế toán chi phí trong khu vực công, đánh giá thực trạng tại Việt Nam và đề xuất giải pháp hoàn thiện theo hướng tiệm cận chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS/VPSAS). Kết quả nghiên cứu cho thấy việc hoàn thiện kế toán chi phí và thông tin tài chính là điều kiện then chốt để xác định giá dịch vụ sự nghiệp công chính xác, qua đó nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực và thúc đẩy phát triển thị trường dịch vụ công.

• Từ khóa: *kế toán chi phí; giá dịch vụ sự nghiệp công; tự chủ tài chính; đơn vị sự nghiệp công lập; VPSAS; định mức kinh tế - kỹ thuật.*

In the context of public financial management reform in Vietnam, increasing financial autonomy for public service units has intensified the need for cost transparency and accurate public service pricing. The 2025 State Budget Law and its implementing regulations establish a results-based resource allocation framework. However, the current public sector accounting system under Circular 24/2024/TT-BTC has yet to fully provide service-level cost information. This study analyzes the theoretical foundations of cost accounting in the public sector, examines current practices in Vietnam, and proposes solutions aligned with international public sector accounting standards (IPSAS/VPSAS). The findings highlight that improving cost accounting and financial information is essential for accurate pricing of public services, thereby enhancing resource allocation efficiency and supporting the development of a public service market.

• Key words: *cost accounting; public service pricing; financial autonomy; public service units; VPSAS; technical-economic norms.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 18/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.08

1. Giới thiệu nghiên cứu

Trong những năm gần đây, cải cách tài chính công tại Việt Nam chuyển dịch theo hướng tăng cường tự chủ tài chính đối với các đơn vị sự nghiệp công lập, đồng thời đổi mới phương thức phân bổ ngân sách từ cơ chế cấp phát sang đặt hàng, giao nhiệm vụ và đấu thầu cung ứng dịch vụ công. Xu hướng này phù hợp với các nguyên tắc quản lý công mới (New Public Management - NPM), nhấn mạnh hiệu quả, trách nhiệm giải trình và minh bạch tài chính (Hood, 1995; OECD, 2021).

Việc ban hành Luật Ngân sách nhà nước năm 2025 cùng các văn bản hướng dẫn đã thiết lập khuôn khổ pháp lý mới, nhấn mạnh phân bổ nguồn lực gắn với kết quả đầu ra và hiệu quả sử dụng ngân sách (Quốc hội, 2025). Đồng thời, cơ chế tự chủ tài chính cho phép các đơn vị sự nghiệp công lập chủ động hơn trong quản lý nguồn thu, chi và xác định giá dịch vụ. Trong bối cảnh đó, xác định giá dịch vụ sự nghiệp công không chỉ là yêu cầu kỹ thuật mà còn là công cụ quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực.

Tuy nhiên, để xác định giá dịch vụ chính xác và minh bạch, cần có hệ thống thông tin chi phí đầy đủ và đáng tin cậy. Trên thực tế, hệ thống kế toán hành chính sự nghiệp tại Việt Nam, dù đã cải cách với Thông tư số 24/2024/TT-BTC, vẫn chủ yếu phục vụ kiểm soát ngân sách, trong khi chức năng cung cấp thông tin chi phí phục vụ quản trị và định giá chưa được phát huy đầy đủ (Bộ Tài chính, 2024). Nhiều đơn vị chưa xác định được chi phí theo từng dịch vụ, đặc biệt trong các

* *Học viện Tài chính; email: ngothanhhoang@hvtc.edu.vn - nguyencamngoc999@gmail.com - nguyenhoangyen@hvtc.edu.vn*

lĩnh vực như y tế và giáo dục, nơi chi phí gián tiếp lớn và khó phân bổ.

Về mặt học thuật, các nghiên cứu quốc tế cho thấy việc tích hợp kế toán chi phí vào quản trị khu vực công là điều kiện quan trọng để nâng cao hiệu quả cung ứng dịch vụ và đảm bảo tính bền vững tài chính (World Bank, 2020; OECD, 2021). Các phương pháp hiện đại như kế toán chi phí theo hoạt động (ABC) giúp cải thiện độ chính xác của thông tin chi phí và hỗ trợ ra quyết định (Kaplan & Anderson, 2007). Tuy nhiên, các nghiên cứu này chủ yếu tập trung ở các quốc gia phát triển, trong khi bằng chứng tại các nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam còn hạn chế.

Khoảng trống nghiên cứu nằm ở việc thiếu các phân tích hệ thống về mối quan hệ giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính. Đặc biệt, vai trò trung gian của thông tin tài chính trong việc chuyển hóa dữ liệu chi phí thành cơ sở định giá chưa được làm rõ.

Xuất phát từ đó, bài viết nhằm (i) phân tích cơ sở lý luận về kế toán chi phí trong khu vực công và vai trò của thông tin tài chính trong xác định giá dịch vụ; (ii) đánh giá thực trạng hệ thống kế toán hành chính sự nghiệp tại Việt Nam gắn với yêu cầu định giá; và (iii) đề xuất giải pháp hoàn thiện kế toán chi phí và thông tin tài chính theo hướng tiệm cận chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS/VPSAS), phù hợp với cơ chế tự chủ tài chính và định mức kinh tế - kỹ thuật. Bài viết đồng thời đóng góp một khung phân tích liên kết giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ sự nghiệp công, qua đó hỗ trợ cải cách tài chính công và phát triển thị trường dịch vụ công tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

2.1. Khái niệm và vai trò Kế toán chi phí trong khu vực công

Kế toán chi phí trong khu vực công được hiểu là hệ thống thu thập, đo lường và cung cấp thông tin về chi phí nhằm phục vụ cả mục tiêu kiểm soát ngân sách và hỗ trợ ra quyết định quản trị (Drury, 2018). Trong mô hình truyền thống, hệ thống kế toán công chủ yếu tập trung vào việc ghi nhận và kiểm soát chi tiêu ngân sách theo yếu tố đầu vào, chưa chú trọng đầy đủ đến việc đo lường chi phí theo đầu ra và kết quả hoạt động.

Tuy nhiên, dưới tác động của cải cách tài chính công và xu hướng quản lý công mới (New Public Management - NPM), vai trò của kế toán chi phí đã có sự chuyển dịch căn bản. Kế toán không chỉ dừng lại ở chức năng kiểm soát mà ngày càng trở thành công cụ hỗ trợ đánh giá hiệu quả, đo lường kết quả cung ứng dịch vụ và phục vụ xác định giá dịch vụ công (Hood, 1995; Lapsley, 2009).

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, các quốc gia chuyển đổi sang hệ thống kế toán dồn tích thường gắn liền với việc tăng cường sử dụng thông tin chi phí trong phân bổ nguồn lực và định giá dịch vụ công (OECD, 2021; World Bank, 2020). Điều này phản ánh xu hướng chuyển từ quản lý theo đầu vào sang quản lý theo kết quả, trong đó thông tin chi phí đóng vai trò trung tâm.

2.2. Phương pháp kế toán chi phí và khả năng áp dụng trong khu vực công

Trong hệ thống kế toán chi phí, việc lựa chọn phương pháp xác định chi phí quyết định độ chính xác và tính hữu ích của thông tin phục vụ quản trị và định giá dịch vụ. Đối với khu vực công, nơi cung ứng đa dạng dịch vụ với mức độ tiêu hao nguồn lực khác nhau, yêu cầu về phương pháp kế toán chi phí đòi hỏi tính phù hợp và linh hoạt.

Về lý luận, các phương pháp chủ yếu gồm: chi phí toàn bộ, chi phí trực tiếp, chi phí theo quá trình, chi phí theo công việc và kế toán chi phí theo hoạt động (ABC) (Drury, 2018). Trong đó, chi phí toàn bộ phản ánh đầy đủ chi phí nhưng hạn chế trong phân bổ chi phí gián tiếp, còn chi phí trực tiếp phù hợp phân tích ngắn hạn nhưng không phản ánh đầy đủ chi phí cung ứng.

Trong bối cảnh hiện đại, ABC là phương pháp tiến bộ khi phân bổ chi phí gián tiếp dựa trên các yếu tố thúc đẩy chi phí thay vì tiêu thức bình quân, giúp phản ánh chính xác hơn mối quan hệ giữa nguồn lực và đầu ra (Kaplan & Anderson, 2007). Nhờ đó, ABC đặc biệt phù hợp với các tổ chức có cấu trúc chi phí phức tạp.

Trong khu vực công, việc áp dụng ABC và các phương pháp hiện đại giúp xác định chính xác chi phí dịch vụ, hỗ trợ định giá, phân tích hiệu quả hoạt động và tăng cường minh bạch, trách nhiệm giải trình (OECD, 2021). Tuy nhiên, việc triển khai phụ thuộc vào các điều kiện như hệ thống kế toán (đặc biệt cơ sở dồn tích), năng lực nhân sự, hạ tầng công nghệ và khung pháp lý (World Bank, 2020).

Tại Việt Nam, dù Thông tư 24/2024/TT-BTC đã có bước tiến, hệ thống kế toán vẫn chủ yếu phục vụ kiểm soát ngân sách (Bộ Tài chính, 2024). Chi phí được tập hợp theo yếu tố chi, chưa gắn với dịch vụ; phân bổ chi phí gián tiếp còn mang tính bình quân, chưa phản ánh đúng mức độ tiêu hao nguồn lực.

Hạn chế này đặc biệt rõ trong các lĩnh vực như y tế và giáo dục, nơi chi phí gián tiếp chiếm tỷ trọng lớn. Ví dụ, chi phí quản lý bệnh viện phân bổ theo số giường hoặc lượt khám, trong khi mức độ sử dụng nguồn lực

giữa các dịch vụ khác nhau đáng kể, dẫn đến sai lệch chi phí và giá dịch vụ.

Do đó, việc áp dụng các phương pháp kế toán chi phí hiện đại, đặc biệt là ABC, là cần thiết trong bối cảnh thúc đẩy tự chủ tài chính và định giá dịch vụ theo nguyên tắc thị trường có điều tiết. Tuy nhiên, cần thực hiện theo lộ trình phù hợp, gắn với hoàn thiện hệ thống kế toán, nâng cao năng lực quản trị và ứng dụng công nghệ thông tin.

2.3. Vai trò của thông tin tài chính trong xác định giá dịch vụ sự nghiệp công

Trong khu vực công, thông tin tài chính không chỉ là sản phẩm đầu ra của hệ thống kế toán mà còn đóng vai trò trung gian quan trọng trong quá trình ra quyết định, đặc biệt đối với việc xác định giá dịch vụ sự nghiệp công. Nếu kế toán chi phí cung cấp dữ liệu về mức độ tiêu hao nguồn lực, thì thông tin tài chính có nhiệm vụ xử lý, tổng hợp và chuyển hóa dữ liệu này thành thông tin phục vụ quản trị và hoạch định chính sách (Drury, 2018).

Theo cách tiếp cận hiện đại, thông tin tài chính được xem là biến trung gian trong mối quan hệ giữa kế toán chi phí và giá dịch vụ công. Chất lượng thông tin tài chính quyết định mức độ chuyển hóa dữ liệu chi phí thành cơ sở định giá chính xác. Nếu thông tin thiếu đầy đủ hoặc độ tin cậy thấp, việc xác định giá dịch vụ có thể bị sai lệch dù đã có dữ liệu chi phí.

Một hệ thống thông tin tài chính hiệu quả cần đảm bảo: phản ánh đầy đủ chi phí (trực tiếp và gián tiếp), phân tách theo từng dịch vụ, đảm bảo tính kịp thời và minh bạch, đồng thời hỗ trợ so sánh với định mức kinh tế - kỹ thuật (OECD, 2021). Trên bình diện quốc tế, việc nâng cao chất lượng thông tin tài chính thường gắn với chuyển đổi sang kế toán dồn tích. Theo IPSASB (2022), cơ sở dồn tích giúp ghi nhận đầy đủ chi phí, bao gồm cả khấu hao và nghĩa vụ tài chính, từ đó cung cấp nền tảng xác định giá dịch vụ theo nguyên tắc bù đắp chi phí.

Các nghiên cứu của World Bank (2020) cho thấy, hệ thống thông tin tài chính hiện đại giúp nâng cao độ chính xác trong định giá dịch vụ và cải thiện hiệu quả phân bổ nguồn lực. Ngược lại, trong các hệ thống còn thiên về kiểm soát ngân sách, thông tin thường thiếu chi tiết theo dịch vụ, làm hạn chế khả năng hỗ trợ định giá.

Tại Việt Nam, dù hệ thống kế toán hành chính sự nghiệp theo Thông tư 24/2024/TT-BTC đã có cải thiện, thông tin chi phí vẫn chủ yếu trình bày theo yếu tố chi và mục lục ngân sách, chưa gắn với từng dịch vụ cụ thể, đồng thời thiếu các báo cáo quản trị phục vụ định giá (Bộ Tài chính, 2024). Trên thực tế, việc xác định giá dịch vụ vẫn phụ thuộc nhiều vào định mức và quy định hành chính, khiến thông tin chi phí chưa được khai thác hiệu quả.

Do đó, việc nâng cao chất lượng thông tin tài chính cần gắn với hoàn thiện kế toán chi phí và áp dụng chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSAS/VPSAS), đồng thời phát triển hệ thống báo cáo quản trị theo từng dịch vụ, kết hợp với các chỉ tiêu hiệu quả và định mức kinh tế - kỹ thuật nhằm hỗ trợ hiệu quả cho quá trình xác định giá dịch vụ sự nghiệp công.

2.4. Tự chủ tài chính và các yếu tố thể chế trong mối quan hệ giữa kế toán chi phí và xác định giá dịch vụ công

Trong khu vực công, việc vận hành hệ thống kế toán không chỉ phụ thuộc vào yếu tố kỹ thuật mà còn chịu tác động mạnh từ môi trường thể chế. Theo lý thuyết thể chế, các tổ chức chịu ảnh hưởng bởi ba loại áp lực: cưỡng chế, chuẩn mực và mô phỏng (DiMaggio & Powell, 1983). Trong cải cách tài chính công, các yếu tố này định hình hệ thống kế toán chi phí và việc sử dụng thông tin tài chính.

Trước hết, áp lực cưỡng chế xuất phát từ khung pháp lý như Luật Ngân sách nhà nước, các quy định về tự chủ tài chính và chuẩn mực kế toán công. Việc ban hành Luật Ngân sách nhà nước năm 2025 và các văn bản hướng dẫn đã đặt ra yêu cầu nâng cao hiệu quả sử dụng ngân sách, tăng cường minh bạch và xác định giá dịch vụ theo nguyên tắc tính đúng, tính đủ chi phí.

Thứ hai, áp lực chuẩn mực đến từ các chuẩn mực quốc tế như IPSAS và VPSAS, thúc đẩy áp dụng cơ sở dồn tích và nâng cao minh bạch thông tin tài chính, qua đó cải thiện khả năng cung cấp thông tin chi phí phục vụ quản trị và định giá (IPSASB, 2022).

Thứ ba, áp lực mô phỏng đến từ việc học hỏi các mô hình quản trị tiên tiến từ khu vực tư nhân và các quốc gia khác, thể hiện qua việc áp dụng các phương pháp kế toán chi phí hiện đại như ABC và quản trị theo kết quả.

Trong bối cảnh Việt Nam, tự chủ tài chính là yếu tố thể chế quan trọng làm thay đổi động lực của các đơn vị sự nghiệp công lập. Khi mức độ tự chủ tăng, các đơn vị phải chủ động cân đối thu - chi, tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động, từ đó làm gia tăng nhu cầu hoàn thiện hệ thống kế toán chi phí và thông tin tài chính phục vụ định giá và ra quyết định.

Bên cạnh đó, định mức kinh tế - kỹ thuật đóng vai trò công cụ trung gian, kết nối giữa tiêu chuẩn cung ứng dịch vụ và chi phí thực tế. Khi được tích hợp với hệ thống kế toán chi phí, định mức giúp nâng cao độ

tin cậy của thông tin và tạo cơ sở cho việc xác định giá dịch vụ công.

Từ góc độ mô hình nghiên cứu, tự chủ tài chính và định mức kinh tế - kỹ thuật là các biến điều tiết, ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ công. Khi các yếu tố thể chế được hoàn thiện, mối quan hệ này trở nên chặt chẽ và hiệu quả hơn; ngược lại sẽ bị suy giảm nếu điều kiện thể chế chưa đầy đủ.

3. Thực trạng kế toán chi phí và thông tin tài chính phục vụ xác định giá dịch vụ sự nghiệp công ở Việt Nam

3.1. Khung pháp lý và bối cảnh cải cách tài chính công tại Việt Nam

Trong những năm gần đây, cải cách tài chính công tại Việt Nam chuyển sang giai đoạn mới với trọng tâm nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực và tăng cường tự chủ tài chính đối với các đơn vị sự nghiệp công lập, phù hợp với xu hướng quản lý theo kết quả và trách nhiệm giải trình (OECD, 2021).

Luật Ngân sách nhà nước năm 2025 và các văn bản hướng dẫn, trong đó có Nghị định số 73/2026/NĐ-CP, đã thiết lập khuôn khổ pháp lý gắn ngân sách với kết quả và hiệu quả sử dụng nguồn lực (Quốc hội, 2025; Chính phủ, 2026). Theo đó, cơ chế phân bổ chuyển từ cấp phát sang đặt hàng, giao nhiệm vụ và đấu thầu dịch vụ công, đòi hỏi các đơn vị phải xác định rõ chi phí và giá dịch vụ.

Cơ chế tự chủ tài chính theo Nghị định số 60/2021/NĐ-CP và các sửa đổi tiếp tục mở rộng quyền chủ động trong quản lý tài chính và xác định giá dịch vụ (Chính phủ, 2021; Chính phủ, 2025), đồng thời tạo áp lực nâng cao hiệu quả và tối ưu chi phí, làm gia tăng nhu cầu sử dụng thông tin kế toán chi phí.

Tuy nhiên, tồn tại sự không đồng bộ giữa yêu cầu thể chế và năng lực thực thi. Trong khi khung pháp lý nhấn mạnh "tính đúng, tính đủ chi phí", hệ thống kế toán hiện hành vẫn chủ yếu phục vụ kiểm soát ngân sách, chưa cung cấp thông tin chi phí theo từng dịch vụ (Bộ Tài chính, 2024), tạo ra khoảng cách giữa chính sách và thực tiễn.

Từ góc độ lý thuyết thể chế, các áp lực cải cách gồm: áp lực cưỡng chế từ quy định pháp lý, áp lực chuẩn mực từ IPSAS/VPSAS và áp lực mô phỏng từ các mô hình quản trị tiên tiến (DiMaggio & Powell, 1983; IPSASB, 2022). Tuy nhiên, các áp lực này chưa được chuyển hóa đầy đủ thành thay đổi trong thực hành kế toán.

Trong bối cảnh đó, hệ thống kế toán chi phí và thông tin tài chính trở thành mắt xích quan trọng nhưng chưa phát huy đầy đủ vai trò. Việc thiếu thông tin chi phí đáng tin cậy không chỉ hạn chế định giá mà còn ảnh hưởng đến hiệu quả của các cơ chế đặt hàng, đấu thầu và cạnh tranh.

Nhìn chung, các yếu tố thể chế, đặc biệt là tự chủ tài chính và khung pháp lý ngân sách, đóng vai trò biến điều tiết trong mối quan hệ giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ công, nhưng chưa được phát huy đầy đủ do thiếu đồng bộ giữa cải cách thể chế và năng lực hệ thống kế toán.

3.2. Thực trạng hệ thống kế toán chi phí theo Thông tư 24/2024/TT-BTC

Hệ thống kế toán hành chính sự nghiệp tại Việt Nam đã có những bước cải cách đáng kể, đặc biệt với Thông tư số 24/2024/TT-BTC, nhằm tiệm cận chuẩn mực kế toán công quốc tế và nâng cao chất lượng thông tin tài chính (Bộ Tài chính, 2024). Tuy nhiên, dưới góc độ kế toán chi phí phục vụ quản trị và xác định giá dịch vụ, hệ thống này vẫn bộc lộ nhiều hạn chế mang tính cấu trúc.

Trước hết, về đối tượng tập hợp chi phí, hệ thống hiện hành chủ yếu ghi nhận theo yếu tố chi và mục lục ngân sách như tiền lương, vật tư, dịch vụ mua ngoài. Cách tiếp cận này phù hợp với kiểm soát chi tiêu nhưng chưa đáp ứng yêu cầu phân tích chi phí theo dịch vụ, gây khó khăn trong xác định chi phí đơn vị và giá dịch vụ.

Thứ hai, về phương pháp phân bổ chi phí gián tiếp, các đơn vị thường sử dụng tiêu thức bình quân như tỷ lệ chi phí trực tiếp, quy mô hoạt động hoặc số lượng đối tượng phục vụ. Phương pháp này không phản ánh đúng mức độ tiêu hao nguồn lực, đặc biệt đối với các dịch vụ phức tạp, dẫn đến sai lệch thông tin và ảnh hưởng đến quyết định quản trị (Drury, 2018).

Thứ ba, về hệ thống tài khoản và tổ chức kế toán, dù có cải tiến, hệ thống vẫn chưa được thiết kế theo hướng phục vụ kế toán chi phí theo hoạt động hoặc theo dịch vụ. Việc thiếu các "trung tâm chi phí" và "trung tâm trách nhiệm" làm hạn chế khả năng theo dõi và phân tích chi phí, đồng thời cản trở áp dụng các phương pháp hiện đại như ABC.

Thứ tư, về hệ thống báo cáo, các báo cáo hiện hành chủ yếu mang tính tổng hợp, thiếu thông tin chi phí theo dịch vụ hoặc hoạt động. Trong khi đó, việc xác định giá dịch vụ đòi hỏi dữ liệu chi tiết về chi phí đơn vị và so sánh với định mức kinh tế - kỹ thuật, nên khả năng hỗ trợ ra quyết định còn hạn chế.

Ngoài ra, mức độ áp dụng cơ sở dồn tích còn hạn chế. Việc ghi nhận chi phí chưa phản ánh đầy đủ các chi phí kinh tế như khấu hao hay chi phí cơ hội, khiến

thông tin chi phí chưa phản ánh đúng mức tiêu hao nguồn lực và chưa phù hợp với chuẩn mực kế toán công quốc tế (IPSASB, 2022).

Tổng thể, hệ thống kế toán hiện hành vẫn mang đặc trưng phục vụ kiểm soát ngân sách, trong khi chức năng cung cấp thông tin chi phí phục vụ quản trị và định giá chưa được phát huy đầy đủ, tạo ra "điểm nghẽn kỹ thuật" trong cải cách tài chính công.

Những hạn chế này cho thấy mối quan hệ giữa kế toán chi phí và chất lượng thông tin tài chính chưa được thiết lập đầy đủ. Khi hệ thống chưa tổ chức theo đối tượng dịch vụ và chưa áp dụng phương pháp phân bổ phù hợp, thông tin tài chính sẽ thiếu chính xác và hữu ích, ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định quản trị và xác định giá dịch vụ công.

3.3. Minh chứng thực tiễn từ các lĩnh vực dịch vụ công: y tế và giáo dục

Để làm rõ những hạn chế của hệ thống kế toán chi phí trong thực tiễn, phần này phân tích các biểu hiện cụ thể tại hai lĩnh vực điển hình là y tế và giáo dục - những lĩnh vực có quy mô lớn, mức độ tự chủ tài chính ngày càng cao và chịu áp lực mạnh mẽ trong việc xác định giá dịch vụ.

3.3.1. Lĩnh vực y tế công lập

Trong hệ thống y tế công lập, đặc biệt tại các bệnh viện tuyến trung ương và tuyến tỉnh, chi phí khám chữa bệnh có cấu trúc phức tạp, bao gồm chi phí trực tiếp (thuốc, vật tư, nhân công) và chi phí gián tiếp (quản lý, khấu hao thiết bị, hỗ trợ). Tuy nhiên, việc tập hợp và phân bổ chi phí hiện nay vẫn chủ yếu dựa trên các tiêu thức bình quân như số giường bệnh hoặc lượt khám.

Cách tiếp cận này dẫn đến những bất cập đáng kể. Thứ nhất, các dịch vụ có mức độ sử dụng nguồn lực khác nhau, đặc biệt giữa dịch vụ kỹ thuật cao và dịch vụ thông thường, lại được phân bổ chi phí gián tiếp theo cùng một tiêu thức. Ví dụ, một ca phẫu thuật chuyên sâu sử dụng nhiều thiết bị và nhân lực chất lượng cao nhưng chi phí quản lý vẫn phân bổ tương tự như dịch vụ khám thông thường, gây sai lệch chi phí thực tế.

Thứ hai, chi phí khấu hao tài sản cố định, đặc biệt là thiết bị y tế hiện đại, chưa được phản ánh đầy đủ do việc áp dụng cơ sở dồn tích còn hạn chế, trong khi đây là khoản chi phí chiếm tỷ trọng lớn, nhất là tại các bệnh viện tự chủ tài chính cao.

Hệ quả là, thông tin chi phí sử dụng trong xây dựng giá dịch vụ y tế chưa phản ánh đúng mức tiêu hao nguồn lực. Giá dịch vụ có thể thấp hơn chi phí thực tế, dẫn đến phụ thuộc ngân sách, hoặc chưa hợp lý, ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận dịch vụ của người dân.

3.3.2. Lĩnh vực giáo dục đại học công lập

Trong lĩnh vực giáo dục đại học công lập, yêu cầu xác định chi phí đào tạo theo ngành, chương trình ngày càng quan trọng trong bối cảnh tăng cường tự chủ tài chính. Tuy nhiên, hệ thống kế toán hiện hành vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu này.

Cụ thể, chi phí đào tạo thường được tập hợp ở cấp đơn vị (trường, khoa) hoặc theo yếu tố chi, chưa được phân bổ chính xác theo từng ngành hoặc chương trình. Các chi phí chung như quản lý, cơ sở vật chất, thư viện, công nghệ thông tin thường phân bổ theo số lượng sinh viên, chưa phản ánh sự khác biệt về mức độ sử dụng nguồn lực giữa các ngành.

Ví dụ, các ngành kỹ thuật, công nghệ đòi hỏi chi phí lớn cho phòng thí nghiệm, thiết bị và vật tư, trong khi các ngành kinh tế - xã hội có cấu trúc chi phí khác biệt. Tuy nhiên, việc phân bổ chi phí chung theo số lượng sinh viên dẫn đến tình trạng "bình quân hóa", làm sai lệch chi phí đào tạo thực tế.

Hệ quả là, mức học phí hoặc giá dịch vụ đào tạo chưa phản ánh đầy đủ chi phí, hạn chế khả năng thực hiện tự chủ tài chính. Đồng thời, việc thiếu thông tin chi phí theo ngành gây khó khăn cho các quyết định quản trị như mở ngành mới, điều chỉnh quy mô đào tạo hoặc phân bổ nguồn lực.

3.3.3. Phân tích tổng hợp và hàm ý

Từ hai trường hợp điển hình nêu trên, có thể rút ra một số nhận định quan trọng.

Thứ nhất, hệ thống kế toán chi phí hiện hành chưa cung cấp thông tin chi phí chi tiết theo từng dịch vụ hoặc sản phẩm đầu ra, trong khi đây là điều kiện tiên quyết để xác định giá dịch vụ theo nguyên tắc thị trường. Điều này phản ánh sự đứt gãy trong chuỗi thông tin từ kế toán chi phí đến định giá.

Thứ hai, phương pháp phân bổ chi phí gián tiếp mang tính bình quân là nguyên nhân chính gây sai lệch thông tin chi phí. Trong các lĩnh vực có cấu trúc chi phí phức tạp như y tế và giáo dục, việc chưa áp dụng các phương pháp hiện đại (như ABC) làm giảm đáng kể độ chính xác của thông tin tài chính.

Thứ ba, việc chưa ghi nhận đầy đủ chi phí theo cơ sở dồn tích, đặc biệt là chi phí khấu hao và chi phí sử dụng tài sản, khiến chi phí cung ứng dịch vụ bị đánh giá thấp hơn thực tế, từ đó ảnh hưởng đến việc xác định giá dịch vụ.

Những hạn chế này cho thấy vai trò trung gian của thông tin tài chính trong mối quan hệ giữa kế toán chi phí và xác định giá dịch vụ công chưa được phát huy đầy đủ. Khi thông tin thiếu độ chính xác và tính phân

tích, việc định giá không phản ánh đúng chi phí, dẫn đến sai lệch phân bổ nguồn lực và làm giảm hiệu quả cơ chế tự chủ tài chính.

3.4. Đánh giá chung về các hạn chế và tác động đến cơ chế xác định giá dịch vụ sự nghiệp công

Trước hết, hạn chế mang tính cấu trúc thể hiện ở việc chưa chuyển từ kế toán theo yếu tố chi sang kế toán theo đối tượng dịch vụ, dẫn đến không xác định được chi phí đơn vị của từng dịch vụ và làm suy yếu nền tảng dữ liệu cho định giá. Trong khi đó, cơ chế giá dịch vụ theo nguyên tắc thị trường đòi hỏi thông tin chi phí chi tiết và chính xác theo từng loại dịch vụ.

Thứ hai, hạn chế về phương pháp kế toán chi phí, đặc biệt trong phân bổ chi phí gián tiếp, làm giảm độ tin cậy của thông tin chi phí. Việc sử dụng tiêu thức phân bổ mang tính bình quân không phản ánh đúng mức độ tiêu hao nguồn lực, dẫn đến sai lệch trong xác định chi phí và giá dịch vụ, trở thành điểm nghẽn kỹ thuật quan trọng.

Thứ ba, hạn chế về hệ thống thông tin tài chính khi các báo cáo hiện hành chưa cung cấp thông tin chi phí theo dịch vụ hoặc hoạt động, làm giảm khả năng sử dụng cho quản trị và định giá. Thông tin chủ yếu mang tính tổng hợp, chưa đáp ứng yêu cầu phân tích trong bối cảnh tự chủ tài chính và cạnh tranh.

Thứ tư, hạn chế về sự gắn kết giữa kế toán chi phí và định mức kinh tế - kỹ thuật khiến thông tin chi phí thiếu cơ sở đối chiếu và kiểm chứng, làm giảm độ tin cậy và hạn chế khả năng áp dụng trong xác định giá dịch vụ theo nguyên tắc "tính đúng, tính đủ".

Bảng 1. So sánh hệ thống kế toán hiện hành và yêu cầu của cơ chế định giá dịch vụ công

Nội dung	Hệ thống hiện hành	Yêu cầu của cơ chế định giá
Đối tượng tập hợp chi phí	Theo yếu tố chi	Theo từng dịch vụ
Phương pháp phân bổ	Bình quân	Theo cost drivers (ABC)
Thông tin báo cáo	Tổng hợp	Chi tiết theo dịch vụ
Cơ sở ghi nhận chi phí	Chưa đầy đủ dồn tích	Đầy đủ chi phí kinh tế
Liên kết định mức	Hạn chế	Gắn chặt với định mức KTKT

Từ các hạn chế nêu trên, có thể thấy hệ thống kế toán chi phí hiện hành chưa đáp ứng yêu cầu của cơ chế xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính, dẫn đến một số hệ quả quan trọng.

Thứ nhất, giá dịch vụ không phản ánh đúng chi phí thực tế, dẫn đến tình trạng giá thấp hơn chi phí (gây phụ thuộc ngân sách và giảm động lực tự chủ) hoặc cao hơn mức hợp lý (ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận dịch vụ). Đây là biểu hiện của sự sai lệch tín hiệu thị trường do thiếu thông tin chi phí chính xác (OECD, 2021).

Thứ hai, hiệu quả phân bổ nguồn lực công bị suy giảm do các quyết định phân bổ ngân sách, đặt hàng hoặc đấu thầu không dựa trên dữ liệu chi phí đáng tin cậy, làm giảm hiệu quả của các cơ chế tài chính mới và hạn chế tác động của cải cách.

Thứ ba, các cơ chế cạnh tranh trong cung ứng dịch vụ công chưa phát huy hiệu quả khi thiếu thông tin chi phí minh bạch và có thể so sánh giữa các đơn vị, từ đó làm giảm động lực nâng cao hiệu quả và đổi mới.

Các phân tích trên cho thấy: (i) mối quan hệ giữa kế toán chi phí và thông tin tài chính chưa được thực hiện đầy đủ do hệ thống chưa tổ chức theo đối tượng dịch vụ và chưa áp dụng phương pháp phân bổ phù hợp; (ii) mối quan hệ giữa thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ còn hạn chế khi thông tin thiếu độ chính xác và tính phân tích; và (iii) vai trò điều tiết của yếu tố thể chế chưa phát huy đầy đủ do sự thiếu đồng bộ giữa cải cách thể chế và năng lực thực thi.

Như vậy, có thể khẳng định những hạn chế của hệ thống kế toán chi phí không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là điểm nghẽn mang tính hệ thống trong cải cách tài chính công tại Việt Nam.

Những phân tích này cho thấy việc hoàn thiện kế toán chi phí và thông tin tài chính là yêu cầu cấp thiết để đảm bảo vận hành hiệu quả cơ chế xác định giá dịch vụ trong điều kiện tự chủ tài chính. Trên cơ sở đó, phần tiếp theo sẽ đề xuất các giải pháp hoàn thiện hệ thống kế toán chi phí và thông tin tài chính nhằm nâng cao chất lượng định giá dịch vụ công tại Việt Nam.

4. Mô hình nghiên cứu và phát triển giả thuyết

4.1. Đề xuất mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở tổng hợp lý thuyết và phân tích thực trạng, nghiên cứu đề xuất một mô hình khái niệm nhằm làm rõ mối quan hệ giữa hệ thống kế toán chi phí, chất lượng thông tin tài chính và việc xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính.

Mô hình này kế thừa các tiếp cận lý thuyết đã trình bày trong Section 2, trong đó kế toán chi phí được xem là nền tảng tạo ra dữ liệu chi phí; thông tin tài chính đóng vai trò chuyển hóa dữ liệu thành thông tin có ý nghĩa phục vụ quản trị; và xác định giá dịch vụ là kết quả đầu ra của quá trình này. Đồng thời, các yếu tố thể chế, đặc biệt là mức độ tự chủ tài chính và định mức kinh tế - kỹ thuật, được xem là các biến điều tiết ảnh hưởng đến hiệu quả của các mối quan hệ trên.

Về mặt cấu trúc, mô hình nghiên cứu bao gồm ba thành phần chính:

Biến độc lập: Hệ thống kế toán chi phí

Biến trung gian: Chất lượng thông tin tài chính

Biến phụ thuộc: Xác định giá dịch vụ sự nghiệp công

Biến điều tiết: Tự chủ tài chính và định mức kinh tế - kỹ thuật

Mô hình này phản ánh một chuỗi logic từ "đầu vào - xử lý - đầu ra" trong hệ thống thông tin tài chính, đồng thời phù hợp với xu hướng quản lý công hiện đại, trong đó thông tin kế toán đóng vai trò trung tâm trong quá trình ra quyết định (OECD, 2021; IPSASB, 2022).

4.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết H1: Kế toán chi phí → Thông tin tài chính

Theo lý thuyết kế toán chi phí, chất lượng của thông tin tài chính phụ thuộc trực tiếp vào cách thức thu thập, phân loại và phân bổ chi phí trong hệ thống kế toán (Drury, 2018). Một hệ thống kế toán chi phí được tổ chức theo đối tượng dịch vụ, áp dụng phương pháp phân bổ chi phí phù hợp và phản ánh đầy đủ chi phí kinh tế sẽ tạo ra thông tin tài chính có độ chính xác và tính hữu ích cao hơn.

Ngược lại, nếu hệ thống kế toán chỉ tập trung vào ghi nhận chi phí theo yếu tố và sử dụng các phương pháp phân bổ mang tính bình quân, thông tin tài chính sẽ thiếu độ chi tiết và không đáp ứng yêu cầu quản trị.

Thực tiễn tại Việt Nam (Section 3) cho thấy hệ thống kế toán hiện hành chưa được tổ chức theo hướng phục vụ kế toán chi phí theo dịch vụ, dẫn đến hạn chế trong chất lượng thông tin tài chính.

Giả thuyết H1: Hệ thống kế toán chi phí có tác động tích cực đến chất lượng thông tin tài chính.

Giả thuyết H2: Thông tin tài chính → Xác định giá dịch vụ

Thông tin tài chính đóng vai trò trung gian trong việc chuyển hóa dữ liệu chi phí thành cơ sở cho việc xác định giá dịch vụ. Theo các nghiên cứu về tài chính công, việc xác định giá dịch vụ công hiệu quả phụ thuộc vào mức độ đầy đủ, chính xác và minh bạch của thông tin chi phí (OECD, 2021).

Khi thông tin tài chính phản ánh đúng chi phí cung ứng dịch vụ, các quyết định định giá sẽ có cơ sở vững chắc, góp phần đảm bảo nguyên tắc "tính đúng, tính đủ". Ngược lại, nếu thông tin tài chính thiếu chính xác hoặc mang tính tổng hợp, việc xác định giá dịch vụ sẽ mang tính chủ quan hoặc hành chính, dẫn đến sai lệch trong phân bổ nguồn lực.

Phân tích thực tiễn (Section 3.3) cho thấy tại Việt Nam, việc thiếu thông tin chi phí theo dịch vụ đã làm suy yếu vai trò của thông tin tài chính trong quá trình định giá.

Giả thuyết H2: Chất lượng thông tin tài chính có tác động tích cực đến độ chính xác của việc xác định giá dịch vụ sự nghiệp công.

Giả thuyết H3: Vai trò điều tiết của yếu tố thể chế

Theo lý thuyết thể chế, hiệu quả của các hệ thống quản trị, bao gồm hệ thống kế toán, phụ thuộc vào môi trường thể chế trong đó chúng vận hành (DiMaggio & Powell, 1983). Trong nghiên cứu này, hai yếu tố thể chế quan trọng được xem xét là mức độ tự chủ tài chính và hệ thống định mức kinh tế - kỹ thuật.

Khi mức độ tự chủ tài chính cao, các đơn vị sự nghiệp công lập có động lực mạnh hơn trong việc sử dụng thông tin chi phí để tối ưu hóa hoạt động và xác định giá dịch vụ. Đồng thời, khi hệ thống định mức kinh tế - kỹ thuật được xây dựng đầy đủ và gắn kết với hệ thống kế toán, thông tin chi phí sẽ có cơ sở đối chiếu và kiểm chứng rõ ràng hơn.

Ngược lại, nếu các yếu tố thể chế này chưa hoàn thiện, ngay cả khi hệ thống kế toán chi phí được cải thiện, tác động của nó đến thông tin tài chính và định giá dịch vụ cũng có thể bị hạn chế.

Giả thuyết H3: Tự chủ tài chính và định mức kinh tế - kỹ thuật có vai trò điều tiết tích cực trong mối quan hệ giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và xác định giá dịch vụ sự nghiệp công.

4.3. Ý nghĩa của mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được đề xuất không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận mà còn có giá trị thực tiễn cao trong bối cảnh cải cách tài chính công tại Việt Nam. Về mặt lý luận, mô hình góp phần làm rõ cơ chế chuyển hóa từ dữ liệu kế toán chi phí sang kết quả định giá dịch vụ, đồng thời bổ sung vai trò trung gian của thông tin tài chính và vai trò điều tiết của các yếu tố thể chế.

Về mặt thực tiễn, mô hình cung cấp một khung phân tích để đánh giá mức độ hoàn thiện của hệ thống kế toán chi phí và xác định các điểm nghẽn trong quá trình định giá dịch vụ công. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý tài chính công và thúc đẩy thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập.

5. Hàm ý chính sách và khuyến nghị hoàn thiện

Trên cơ sở các phân tích lý luận và thực trạng, việc hoàn thiện kế toán chi phí và thông tin tài chính cần được triển khai đồng bộ nhằm đáp ứng yêu cầu xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính. Một số hàm ý chính sách và khuyến nghị chủ yếu như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện tổ chức kế toán chi phí theo đối tượng dịch vụ

Cần chuyển từ mô hình kế toán chi phí theo yếu tố chi sang kế toán theo đối tượng dịch vụ, phù hợp với yêu cầu xác định giá dịch vụ công. Các đơn vị sự

nghiệp công lập cần xác định rõ các loại dịch vụ cung ứng, từ đó tổ chức tập hợp chi phí theo từng dịch vụ hoặc nhóm dịch vụ. Đây là điều kiện tiên quyết để xác định chi phí đơn vị và làm cơ sở cho việc định giá dịch vụ theo nguyên tắc "tính đúng, tính đủ".

Thứ hai, đổi mới phương pháp phân bổ chi phí theo hướng tiệm cận phương pháp ABC

Cần từng bước áp dụng các phương pháp phân bổ chi phí gián tiếp dựa trên mức độ sử dụng nguồn lực, thay vì các tiêu thức phân bổ mang tính bình quân. Việc nghiên cứu và triển khai phương pháp kế toán chi phí theo hoạt động (ABC) sẽ giúp nâng cao độ chính xác của thông tin chi phí, đặc biệt trong các lĩnh vực có cấu trúc chi phí phức tạp như y tế và giáo dục. Tuy nhiên, việc áp dụng cần thực hiện theo lộ trình phù hợp với năng lực quản lý và điều kiện thực tế của từng đơn vị.

Thứ ba, tăng cường gắn kết giữa kế toán chi phí và định mức kinh tế - kỹ thuật

Định mức kinh tế - kỹ thuật cần được xây dựng và cập nhật đồng bộ với hệ thống kế toán chi phí, nhằm tạo cơ sở đối chiếu và kiểm soát chi phí trong cung ứng dịch vụ công. Việc gắn kết chặt chẽ giữa định mức và chi phí thực tế không chỉ nâng cao độ tin cậy của thông tin kế toán mà còn hỗ trợ hiệu quả cho quá trình xác định giá dịch vụ, đảm bảo tính minh bạch và hợp lý.

Thứ tư, hoàn thiện hệ thống thông tin và báo cáo chi phí phục vụ quản trị

Cần phát triển hệ thống báo cáo chi phí theo hướng cung cấp thông tin chi tiết theo từng dịch vụ, từng hoạt động và từng bộ phận. Bên cạnh các báo cáo tài chính theo quy định, cần bổ sung các báo cáo quản trị chi phí phục vụ trực tiếp cho việc xác định giá dịch vụ và ra quyết định quản lý. Đồng thời, cần từng bước hoàn thiện việc áp dụng cơ sở dồn tích nhằm phản ánh đầy đủ chi phí kinh tế trong cung ứng dịch vụ công.

Thứ năm, nâng cao năng lực quản trị và đẩy mạnh chuyển đổi số trong kế toán công

Việc hoàn thiện hệ thống kế toán chi phí cần đi đôi với nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ kế toán và quản lý tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập. Đồng thời, cần tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong kế toán, nhằm tự động hóa quá trình thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu chi phí. Đây là điều kiện quan trọng để nâng cao chất lượng thông tin tài chính và đáp ứng yêu cầu quản trị hiện đại.

Tóm lại các khuyến nghị trên cần được triển khai đồng bộ trong khuôn khổ cải cách tài chính công, gắn với lộ trình hoàn thiện thể chế, nâng cao năng lực tổ chức và hiện đại hóa hệ thống kế toán. Việc thực hiện hiệu quả các giải pháp này sẽ góp phần nâng cao chất lượng thông tin tài chính, đảm bảo xác định giá dịch vụ sự nghiệp công một cách chính xác và minh bạch, từ đó thúc đẩy hiệu quả phân bổ nguồn lực và phát triển bền vững khu vực sự nghiệp công lập tại Việt Nam.

Kết luận

Bài viết đã phân tích cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng và làm rõ mối quan hệ giữa kế toán chi phí, thông tin tài chính và việc xác định giá dịch vụ sự nghiệp công trong điều kiện tự chủ tài chính tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy hệ thống kế toán hiện hành, mặc dù đã có những bước cải cách quan trọng, vẫn chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu cung cấp thông tin chi phí theo từng dịch vụ, dẫn đến hạn chế trong việc xác định giá dịch vụ theo nguyên tắc "tính đúng, tính đủ".

Trên cơ sở đó, bài viết khẳng định rằng việc hoàn thiện kế toán chi phí và nâng cao chất lượng thông tin tài chính là điều kiện then chốt để nâng cao hiệu quả xác định giá dịch vụ sự nghiệp công, đồng thời góp phần cải thiện hiệu quả phân bổ nguồn lực trong khu vực công. Các khuyến nghị được đề xuất theo hướng hoàn thiện tổ chức kế toán chi phí, đổi mới phương pháp phân bổ chi phí, tăng cường gắn kết với định mức kinh tế - kỹ thuật và nâng cao năng lực quản trị tài chính.

Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn, góp phần cung cấp cơ sở khoa học cho việc tiếp tục hoàn thiện cơ chế tài chính và phát triển thị trường dịch vụ sự nghiệp công tại Việt Nam trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Tài chính. (2024). Thông tư số 24/2024/TT-BTC ban hành chế độ kế toán hành chính, sự nghiệp. Hà Nội, Việt Nam.

Chính phủ. (2021). Nghị định số 60/2021/NĐ-CP quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập. Hà Nội, Việt Nam.

Chính phủ. (2025). Nghị định số 111/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 60/2021/NĐ-CP. Hà Nội, Việt Nam.

Chính phủ. (2026). Nghị định số 73/2026/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật Ngân sách nhà nước năm 2025. Hà Nội, Việt Nam.

Quốc hội. (2015). Luật Ngân sách nhà nước số 83/2015/QH13. Hà Nội, Việt Nam.

Quốc hội. (2025). Luật Ngân sách nhà nước (sửa đổi). Hà Nội, Việt Nam.

International Public Sector Accounting Standards Board (IPSASB). (2022). Handbook of International Public Sector Accounting Standards. https://www.ipsasb.org/publications/2022-handbook-international-public-sector-accounting-pronouncements

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). Public finance and budgets. https://www.oecd.org/en/topics/public-finance-and-budgets.html.

World Bank. (2020). Public financial management. https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports

Drury, C. (2018). Management and cost accounting (10th ed.). Cengage Learning.https://books.google.com.vn/books/about/Management_and_Cost_Accounting.html?id=zxUMuAEACAAJ&redir_esc=y

Kaplan, R. S., & Anderson, S. R. (2007). Time-driven activity-based costing. Harvard Business School Press. https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=23236

Hood, C. (1995). The "New Public Management" in the 1980s: Variations on a theme. Accounting, Organizations and Society, 20(2-3), 93-109. https://doi.org/10.1016/0361-3682(93)E0001-W

Lapsley, I. (2009). New public management: The cruellest invention of the human spirit? Abacus, 45(1), 1-21. https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2009.00275.x

Broadbent, J., & Guthrie, J. (2008). Public sector to public services: 20 years of "contextual" accounting research. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 21(2), 129-169. https://doi.org/10.1108/09513570810854383

Ngô Thanh Hoàng. (2023). Kế toán công và cải cách tài chính công tại Việt Nam. Học viện Tài chính.

Ngô Thanh Hoàng. (2024). Hoàn thiện kế toán tài sản công theo chuẩn mực VPSAS trong bối cảnh cải cách tài chính công. Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán.

Bộ Tài chính. (2023). Hệ thống chuẩn mực kế toán công Việt Nam (VPSAS). Việt Nam.

BÁO CÁO KẾ TOÁN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

TS. Ngô Thị Thu Hương* - ThS. Nguyễn Thị Mai Hương*

Báo cáo Phát triển Bền vững, thường gắn liền với các tiêu chí Môi trường, Xã hội và Quản trị, đang trở thành một yếu tố chiến lược không thể thiếu đối với các doanh nghiệp trên toàn cầu. Xu hướng này phản ánh sự thừa nhận rộng rãi về mối liên hệ giữa thành công trong kinh doanh và phát triển bền vững, cũng như tầm quan trọng của tính minh bạch và trách nhiệm giải trình. Tại Việt Nam, mặc dù số lượng doanh nghiệp thực hiện báo cáo phát triển bền vững đã tăng đáng kể, đặc biệt là các công ty niêm yết lớn trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (khoảng 65% vào năm 2020), chất lượng báo cáo vẫn còn khoảng cách lớn so với các chuẩn mực quốc tế như GRI và IFRS S1/S2. Các thách thức chính, bao gồm thiếu sự đồng bộ trong quy định và mức độ báo cáo thấp đối với các chỉ số quan trọng như mục tiêu carbon và việc áp dụng công bố thông tin tài chính liên quan đến khí hậu (TCFD). Bài viết này tổng quan về cơ sở lý thuyết, phân tích thực trạng công bố báo cáo phát triển bền vững tại Việt Nam và khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, qua đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện khung pháp lý và nâng cao tính minh bạch, chất lượng báo cáo tại các DN Việt Nam.

• Từ khóa: *báo cáo phát triển bền vững, thông tin bền vững, các bên liên quan, ESG, IFRS S1/S2.*

Sustainability reporting, often linked to Environmental, Social and Governance criteria, is becoming an indispensable strategic element for businesses globally. This trend reflects the widespread recognition of the link between business success and sustainable development, as well as the importance of transparency and accountability. In Vietnam, although the number of businesses reporting on sustainability has increased significantly, especially large listed companies on the Ho Chi Minh City Stock Exchange (about 65% in 2020), the quality of reporting still lags far behind international standards such as GRI and IFRS S1/S2. Key challenges include a lack of regulatory synchronization and low reporting levels on key indicators such as carbon targets and the application of climate-related financial disclosure (TCFD). This article provides an overview of the theoretical basis and analyzes the current status of sustainability reporting in Vietnam and the Asia-Pacific region, thereby proposing solutions to improve the legal framework and improve transparency and reporting quality in Vietnamese enterprises.

• Key words: *sustainable development reporting, sustainability information, stakeholders, ESG, IFRS S1/S2.*

Ngày nhận bài: 20/12/2025
Ngày gửi phản biện: 17/01/2026
Ngày duyệt đăng: 28/02/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.09

1. Giới thiệu

Sự phát triển và áp dụng rộng rãi báo cáo phát triển bền vững (BCPTBV), bao gồm cả các phương pháp tiếp cận độc lập và tích hợp, thể hiện sự thay đổi đáng kể trong thực tiễn kế toán hiện đại và kỳ vọng của các bên liên quan. BCPTBV nhằm bổ sung cho báo cáo tài chính truyền thống bằng cách cung cấp cho các bên liên quan sự hiểu biết toàn diện hơn về hoạt động, rủi ro, cơ hội và khả năng tồn tại lâu dài của doanh nghiệp. Bằng cách công bố thông tin về các chính sách, biện pháp thực hiện và đo lường hiệu suất môi trường và xã hội, các công ty có thể thể hiện cam kết của mình đối với các giải pháp bền vững, nâng cao tính minh bạch và tạo dựng niềm tin với các bên liên quan.

Sự phổ biến của các báo cáo phát triển bền vững độc lập, tương tự như các báo cáo thường niên truyền thống, nhấn mạnh tầm quan trọng ngày càng tăng của các vấn đề môi trường và xã hội trong quản trị doanh nghiệp và trách nhiệm giải trình. Các báo cáo này thường đề cập đến nhiều chủ đề, bao gồm phát thải khí nhà kính, tiêu thụ năng lượng và nước, quản lý chất thải, sự đa dạng của nhân viên, sự tham gia của cộng đồng, cùng nhiều chủ đề khác. Báo cáo phát triển bền vững đã phát triển từ hoạt động thử nghiệm ban đầu của một số công ty tiên phong đến việc trở thành một phần tiêu chuẩn trong hoạt động quan hệ với các bên liên quan đối với hầu hết các tập đoàn lớn hiện nay.

Các công ty phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng từ các nhà đầu tư, người tiêu dùng, cơ quan

* *Học viện Ngân hàng*

quản lý và xã hội trong việc thể hiện cam kết của họ đối với sự phát triển bền vững và trách nhiệm của doanh nghiệp. Sự tăng trưởng theo cấp số nhân của báo cáo phát triển bền vững cho thấy sự thay đổi cơ bản trong cách các doanh nghiệp nhận thức và quản lý các tác động môi trường và xã hội của mình, phản ánh sự thừa nhận rộng rãi hơn về mối liên hệ giữa thành công trong kinh doanh và phát triển bền vững.

Nhiều doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các công ty lớn và các công ty niêm yết, đã nhận thức được tầm quan trọng của phát triển bền vững và bắt đầu tích hợp các yếu tố bền vững vào chiến lược kinh doanh. Các công ty đa quốc gia hoạt động tại Việt Nam thường có yêu cầu nghiêm ngặt về BCPTBV theo tiêu chuẩn quốc tế, điều này tạo áp lực và động lực cho các công ty trong nước cải thiện báo cáo của mình.

Bài viết này nhằm trình bày các cơ sở lý thuyết có liên quan đến BCPTBV, các quy định của quốc tế và Việt Nam về công bố thông tin phát triển bền vững, thực trạng công bố BCPTBV của các doanh nghiệp tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương nói chung và Việt Nam nói riêng, trên cơ sở đó đưa ra các khuyến nghị trong việc công bố BCPTBV.

2. Cơ sở lý thuyết

Sự tăng trưởng mạnh mẽ của các báo cáo phát triển bền vững (BCPTBV) được giải thích bằng một số lý thuyết nền tảng, chủ yếu tập trung vào mối quan hệ giữa doanh nghiệp và các bên liên quan của họ.

2.1. Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory)

Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory) thừa nhận rằng các công ty thực hiện công bố thông tin về xã hội và môi trường để đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan. Theo lý thuyết này, nhiệm vụ của nhà quản trị không nên chỉ tập trung toàn bộ vào lợi ích của các cổ đông mà phải bao gồm lợi ích của tất cả các bên liên quan với doanh nghiệp.

BCPTBV nhằm đáp ứng nhu cầu và mong đợi của các bên liên quan khác nhau bằng cách cân nhắc các tác động xã hội và môi trường bên cạnh lợi nhuận. Doanh nghiệp sử dụng BCPTBV để tăng cường tính minh bạch thông tin, thể hiện cam kết về trách nhiệm xã hội và cải thiện mối quan hệ với cộng đồng. Tuy nhiên, lý thuyết này có hạn chế là không giải thích được tại sao các công ty từ các ngành tương tự hoạt động trong cùng khu vực địa lý lại đưa ra những thông tin công bố khác nhau. Việc tích hợp lý thuyết này với các lý thuyết khác có thể cung cấp sự hiểu biết toàn diện hơn.

2.2. Lý thuyết về tính hợp pháp (Legitimacy Theory)

Lý thuyết về tính hợp pháp (Legitimacy Theory) cho rằng các tổ chức cố gắng duy trì tính hợp pháp và được chấp nhận trong xã hội bằng cách điều chỉnh các hành động và thông tin công bố của họ phù hợp với các chuẩn mực, giá trị và kỳ vọng hiện hành của xã hội. Các công ty điều chỉnh việc công bố thông tin của mình không chỉ để đối phó với áp lực của các bên liên quan mà còn để duy trì tính hợp pháp được thừa nhận của họ đối với công chúng, cơ quan quản lý và các bên liên quan quan trọng khác.

Theo lý thuyết này, BCPTBV là một công cụ hỗ trợ các công ty trong việc đối phó với các áp lực chính trị, kinh tế, và xã hội. Việc công bố thông tin được xem là một cách để doanh nghiệp thể hiện sự tuân thủ và đồng bộ với các chuẩn mực xã hội.

2.3. Lý thuyết tín hiệu (Signaling Theory)

Lý thuyết tín hiệu (Signaling Theory) cho rằng các doanh nghiệp sử dụng thông tin để gửi tín hiệu đến các bên liên quan về giá trị hoặc chất lượng của mình. BCPTBV được sử dụng như một tín hiệu để thu hút các bên liên quan bằng cách minh chứng cho những cam kết và hiệu quả của doanh nghiệp trong các hoạt động phát triển bền vững. Thông qua báo cáo này, doanh nghiệp công khai thông tin bền vững để có thể phân biệt với các đối thủ cạnh tranh và thể hiện tính minh bạch, tạo lòng tin với các bên liên quan.

Việc tích hợp các lý thuyết này là cần thiết: trong khi lý thuyết các bên liên quan nhấn mạnh vai trò của áp lực bên ngoài, thì lý thuyết tính hợp pháp cung cấp một khuôn khổ rộng hơn bằng cách xem xét các động lực bên trong và bên ngoài hình thành nên hành vi của tổ chức. Lý thuyết tín hiệu bổ sung khía cạnh giao tiếp chiến lược để giảm bất cân xứng thông tin, làm cơ sở để hiểu biết toàn diện hơn về lý do và cách thức các công ty công bố thông tin bền vững.

3. Nhu cầu thông tin và quy định Báo cáo bền vững

3.1. Nhu cầu của nhà đầu tư về thông tin bền vững

Nhà đầu tư có trách nhiệm xã hội ngày càng đóng vai trò quan trọng và thường sử dụng hai chiến lược

đầu tư chính: sàng lọc tiêu cực (tránh đầu tư vào các ngành như: thuốc lá, than hoặc những ngành sử dụng lao động trẻ em) và đầu tư tác động tích cực (chọn các công ty đóng góp tích cực cho xã hội/môi trường như năng lượng thay thế).

BCPTBV đóng vai trò là nguồn tài nguyên quý giá cho các nhà đầu tư này, cung cấp dữ liệu toàn diện về hiệu quả hoạt động xã hội và môi trường, bao gồm cả nỗ lực giải quyết các vấn đề trong chuỗi cung ứng. Báo cáo này cho phép nhà đầu tư đưa ra quyết định đầu tư sáng suốt, phù hợp với giá trị và mục tiêu bền vững của họ.

3.2. Quy định liên quan đến công bố Báo cáo phát triển bền vững

Các tổ chức quốc tế đã tạo ra bộ tiêu chuẩn riêng về BCPTBV như Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), Climate Disclosure Standards Board (CDSB) và Khung Báo cáo tích hợp.

Hệ thống chuẩn mực của BCPTBV được phát triển bởi GRI vẫn là hệ thống chuẩn mực được sử dụng rộng rãi nhất.

Để giải quyết sự phức tạp của việc áp dụng nhiều khung báo cáo khác nhau và thúc đẩy tính nhất quán, Ủy ban Tiêu chuẩn Phát triển Bền vững Quốc tế (ISSB) đã công bố các chuẩn mực IFRS S1 (Công bố thông tin chung về phát triển bền vững) và IFRS S2 (Công bố thông tin về khí hậu). Các chuẩn mực này được xây dựng dựa trên việc hợp nhất các khung và tiêu chuẩn báo cáo phổ biến như TCFD, SASB, CDSB, và báo cáo tích hợp. IFRS S1 và IFRS S2 yêu cầu các DN phải công bố thông tin về các vấn đề phát triển bền vững liên quan đến quản trị, chiến lược, quản lý rủi ro, số liệu và mục tiêu. Việc này giúp xác định rủi ro và cơ hội liên quan đến phát triển bền vững và khí hậu có ảnh hưởng đến tình hình tài chính trong ngắn hạn, trung hạn và dài hạn của DN.

Văn bản pháp lý đầu tiên tại Việt Nam yêu cầu các DN niêm yết phải thực hiện công bố thông tin về phát triển bền vững là Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính, có hiệu lực từ 1/1/2016. Thông tư này quy định nội dung báo cáo tác động đến môi trường và xã hội, bao gồm: quản lý nguồn nguyên liệu, tiêu thụ năng lượng và nước, tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường, chính sách liên quan đến người lao động và cộng đồng địa phương, và báo cáo liên quan đến hoạt động thị trường vốn xanh. Quy định này sau đó được cập nhật, bổ sung bởi Thông tư 96/2020/TT-BTC, tiếp tục hướng dẫn trình bày BCPTBV và yêu cầu công bố thông tin về phát thải khí nhà kính.

4. Thực trạng công bố báo cáo phát triển bền vững

4.1. Thực trạng công bố báo cáo PTBV tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương (APAC)

Theo khảo sát của KPMG năm 2022 tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương (APAC) tỷ lệ công ty lớn (G250) công bố BCPTBV đạt 96%. GRI vẫn là tiêu chuẩn thống trị, mặc dù các tiêu chuẩn khác như SASB và TCFD cũng được sử dụng. Khoảng 3/4 số công ty tiến hành đánh giá tính trọng yếu, xác định và ưu tiên các vấn đề bền vững có liên quan. 64% các công ty G250 thừa nhận biến đổi khí hậu là rủi ro đối với hoạt động kinh doanh. Việc áp dụng báo cáo TCFD đã tăng gần gấp đôi.

Về mục tiêu SDG của Liên hợp quốc, các công ty ưu tiên số lượng hơn chất lượng, với phần lớn công ty báo cáo về SDG, nhưng chỉ 10% báo cáo về tất cả 17 mục tiêu. Ba mục tiêu được báo cáo phổ biến nhất là Việc làm ổn định và tăng trưởng kinh tế, Tiêu dùng và sản xuất có trách nhiệm, và Hành động vì khí hậu.

4.2. Thực trạng công bố PTBV tại Việt Nam

Việc công bố BCPTBV tại Việt Nam đã có nhiều tiến bộ. Số lượng DN công bố báo cáo phát triển bền vững đã tăng lên đáng kể, đặc biệt là các công ty niêm yết trên HOSE. Năm 2020, khoảng 65% các công ty niêm yết trên HOSE đã công bố BCPTBV, so với chỉ khoảng 20% vào năm 2016. Các ngành như ngân hàng, bất động sản, năng lượng, và hàng tiêu dùng đang dẫn đầu trong việc công bố. Phần lớn các doanh nghiệp hiện nay trình bày nội dung BCPTBV thông qua việc lồng ghép trong nội dung của Báo cáo thường niên.

Tuy nhiên, chất lượng của các báo cáo vẫn chưa đồng đều. Nhiều doanh nghiệp chỉ công bố thông tin chung chung, thiếu các chỉ tiêu đo lường cụ thể về môi trường, xã hội và quản trị. Các công ty lớn thường tuân theo các tiêu chuẩn quốc tế như GRI, nhưng các DN nhỏ và vừa vẫn chưa quen thuộc với các chuẩn mực này và gặp khó khăn do hạn chế nguồn lực.

Khảo sát của KPMG (2022) cho thấy: 87% công ty tại Việt Nam thực hiện BCPTBV. Chỉ 10% công ty báo cáo về mục tiêu carbon. Chỉ 2% công ty vận dụng TCFD trong báo cáo phát triển bền

vững. Tỷ lệ báo cáo về rủi ro môi trường, xã hội và quản trị (chỉ 7% - 14% DN báo cáo) thấp hơn nhiều so với các quốc gia khác trong khu vực.

Điều này cho thấy Việt Nam đang từng bước hòa nhập vào các xu hướng phát triển bền vững toàn cầu, dù vẫn còn nhiều thách thức và cơ hội để cải thiện chất lượng và nội dung BCPTBV, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến khí hậu và định lượng rủi ro.

5. Một số khuyến nghị tăng cường công bố BCPTBV tại Việt Nam

Để tăng cường công bố BCPTBV tại Việt Nam, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa Nhà nước và Doanh nghiệp.

5.1. Đối với Nhà nước/Cơ quan Quản lý

Hoàn thiện khung pháp lý và chính sách hỗ trợ: Chính phủ cần ban hành các chính sách và quy định cụ thể liên quan đến BCPTBV nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp. Cần hoàn thiện khung pháp lý rõ ràng và mạnh mẽ bằng cách tham khảo và điều chỉnh các tiêu chuẩn quốc tế, phù hợp với điều kiện Việt Nam. Điều này bao gồm việc xây dựng các tiêu chuẩn ESG quốc gia, cung cấp hướng dẫn về quy trình báo cáo, và đưa ra các biện pháp khuyến khích như ưu đãi thuế và hỗ trợ tài chính.

Thực hiện báo cáo bắt buộc: Quy định việc lập BCPTBV trở nên bắt buộc với tất cả các công ty niêm yết và công ty có quy mô lớn, đặc biệt đối với các ngành có tác động lớn đến môi trường.

Tiêu chuẩn hóa và hài hòa: cung cấp hỗ trợ về kỹ thuật, tài chính và tài liệu hướng dẫn cho doanh nghiệp về các tiêu chuẩn quốc tế mới nhất như IFRS S1 và IFRS S2, khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng để nâng cao chất lượng báo cáo.

Đẩy mạnh tuyên truyền và đào tạo về ESG: thực hiện các chương trình tuyên truyền, giáo dục và đào tạo nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về tầm quan trọng của ESG, cung cấp hướng dẫn về xây dựng và thực hiện chiến lược ESG.

Giám sát và chế tài: Thiết lập hệ thống giám sát việc tuân thủ các quy định về BCPTBV và áp dụng các biện pháp xử phạt đối với các doanh nghiệp không tuân thủ.

Tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận nguồn vốn bền vững: thiết lập các quỹ hỗ trợ hoặc cung cấp các ưu đãi tài chính cho doanh nghiệp áp dụng ESG.

5.2. Đối với doanh nghiệp

Xây dựng chiến lược và chính sách ESG rõ ràng: doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược ESG phù hợp với đặc thù hoạt động và tích hợp vào chiến lược kinh doanh tổng thể để đảm bảo tính bền vững lâu dài.

Tăng cường minh bạch và công khai thông tin ESG: thực hiện báo cáo ESG định kỳ và công khai thông tin liên quan đến các hoạt động môi trường, xã hội và quản trị, giúp tăng cường sự minh bạch và tạo lòng tin với nhà đầu tư.

Tích cực tham gia vào các sáng kiến và mạng lưới ESG: tham gia vào các sáng kiến và mạng lưới ESG, như UN Global Compact, GRI, và các hiệp hội ngành nghề để tiếp cận nguồn tài nguyên, công cụ và học hỏi kinh nghiệm.

Tham vấn các bên liên quan và sử dụng phản hồi: tổ chức đối thoại thường xuyên với các bên liên quan (nhà đầu tư, khách hàng, cộng đồng) để nắm bắt nhu cầu thông tin về báo cáo phát triển bền vững và sử dụng phản hồi để cải thiện chất lượng báo cáo.

Sử dụng công nghệ: xem xét việc sử dụng hiệu quả công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (AI), và phân tích dữ liệu lớn để thu thập, phân tích và báo cáo thông tin bền vững một cách chính xác.

Kết luận: BCPTBV/ESG là một xu hướng tất yếu toàn cầu, được thúc đẩy bởi các lý thuyết nền tảng về kinh tế và xã hội, nhấn mạnh vai trò của tính minh bạch và trách nhiệm giải trình đối với các bên liên quan. Tại Việt Nam, mặc dù đã có những bước tiến đáng kể trong việc áp dụng BCPTBV, với tỷ lệ chấp nhận cao trong các công ty niêm yết, vẫn tồn tại những khoảng trống đáng kể về chất lượng, đặc biệt là việc sử dụng các chỉ số định lượng về môi trường và sự tuân thủ các chuẩn mực quốc tế như IFRS S1 và IFRS S2. Việc cải thiện chất lượng báo cáo bền vững là cần thiết để nâng cao tính cạnh tranh, tăng khả năng tiếp cận vốn, và hỗ trợ chiến lược phát triển bền vững của quốc gia.

Tài liệu tham khảo:

ISSB (2023), IFRS S1. Truy cập tại: https://www.ifrs.org/issued-standards/ifrs-sustainabilitystandards-navigator/ifrs-s1-general-requirements/

ISSB (2023). 'IFRS S2', Truy cập tại: https://www.ifrs.org/issued-standards/ifrs-sustainabilitystandards-navigator/ifrs-s2-climate-related-disclosures/

IFC (2020), 'Báo cáo tình hình công bố Báo cáo phát triển bền vững của các doanh nghiệp Việt Nam'.

KPMG Asia Pacific (2023), 'Survey of Sustainability Reporting 2022: Asia Pacific edition' PwC (2022), 'Báo cáo khảo sát về công bố phát triển bền vững tại Việt Nam'

Phan Thị Đỗ Quyên, Trần Thị Thanh Thảo, "Báo cáo phát triển bền vững: thực trạng và giải pháp cho các doanh nghiệp Việt Nam", Kỷ yếu VCAATMU2024 - Quyển 2, 2024, tr. 557-568.

ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CỦA VIỆC ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP KẾ TOÁN CHI PHÍ THEO HOẠT ĐỘNG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

TS. Nguyễn Thị Thanh Hải*

Nghiên cứu đánh giá hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo hoạt động (ABC) tại các doanh nghiệp thương mại (DNTM), tác giả giới hạn nghiên cứu DNTM tại Hà Nội (HN). Dựa trên tổng quan nghiên cứu quốc tế và trong nước, ABC được xác định là công cụ hiệu quả trong kiểm soát chi phí, cải thiện lợi nhuận và nâng cao năng lực cạnh tranh, nhưng tại Việt Nam việc triển khai còn hạn chế. Nghiên cứu xây dựng mô hình với 5 yếu tố độc lập: trình độ nhân sự kế toán, hệ thống thông tin kế toán, quy trình kiểm soát chi phí, sự hỗ trợ lãnh đạo và phối hợp liên bộ phận, tác động đến hiệu quả ABC. Kết quả khảo sát 196 phiếu 45 ở DNTM tại HN cho thấy cả 5 yếu tố đều ảnh hưởng tích cực, trong đó sự hỗ trợ lãnh đạo và năng lực nhân sự kế toán quan trọng nhất. Đồng thời, nghiên cứu cũng chỉ ra các thách thức thực tế như chi phí triển khai, phân bổ chi phí gián tiếp và phối hợp bộ phận.

• Từ khóa: *đánh giá hiệu quả, kế toán chi phí theo hoạt động, DNTM.*

This study evaluates the effectiveness of applying Activity-Based Costing (ABC) in commercial enterprises, limiting the research to commercial enterprises in Hanoi. Based on an overview of international and domestic research, ABC is identified as an effective tool for cost control, profit improvement, and enhanced competitiveness, but its implementation in Vietnam remains limited. The study develops a model with five independent factors: the level of accounting personnel, the accounting information system, the cost control process, leadership support, and interdepartmental coordination, all impacting the effectiveness of ABC. The survey results from 196 respondents in 45 Hanoi businesses showed that all five factors had a positive impact, with leadership support and accounting personnel competence being the most important. At the same time, the study also highlighted practical challenges such as implementation costs, allocation of indirect costs, and departmental coordination.

• Key words: *performance evaluation, activity-based costing, commercial enterprises.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 18/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.10

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, các DNTM tại HN phải đối mặt với thách thức kiểm soát chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng khả năng cạnh tranh. Phương pháp kế toán chi phí ABC được xem là công cụ quản trị hiệu quả, giúp phân bổ chi phí chính xác, tối ưu hóa lợi nhuận và nâng cao chất lượng quyết định chiến lược. Trên thế giới, ABC đã chứng minh hiệu quả cả về mặt tài chính lẫn phi tài chính, tuy nhiên tại Việt Nam, việc áp dụng phương pháp này vẫn còn hạn chế và chủ yếu mang tính lý thuyết, chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm cụ thể trong bối cảnh DNTM.

Việc triển khai ABC tại các DNTM tại HN gặp nhiều thách thức thực tiễn, bao gồm chi phí và thời gian đầu tư, khó khăn trong phân bổ chi phí gián tiếp, năng lực nhân sự hạn chế và sự phối hợp nội bộ chưa đồng bộ. Chính vì vậy, nghiên cứu đánh giá hiệu quả áp dụng ABC, đồng thời phân tích các yếu tố ảnh hưởng và thách thức trong quá trình triển khai, là rất cần thiết. Kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng, hỗ trợ các DNTM nâng cao hiệu quả quản trị chi phí, cải thiện năng lực cạnh tranh và ra quyết định chiến lược chính xác hơn. Trong bài nghiên cứu này, tác giả giới hạn mẫu nghiên cứu áp dụng ABC ở các DNTM tại HN.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Sau hơn 30 năm phát triển, phương pháp ABC tiếp tục nhận được sự quan tâm nghiên cứu đáng kể. Sánchez-Rebull et al. (2023) phân tích 1.260 bài báo quốc tế, cho thấy nghiên cứu tập trung vào định lượng giá trị hoạt động, hiệu quả chi phí và tính bền vững, với nghiên cứu tình huống là phương pháp phổ biến nhất. Về mặt lý thuyết, Mahal và Hossain (2015) khẳng định ABC là công cụ hiệu quả giúp

** Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội; email: haintt.ueb@vnu.edu.vn*

cải thiện lợi nhuận, kiểm soát chi phí và tăng tính linh hoạt chiến lược. Nghiên cứu thực nghiệm của Nartey (2025) trên 443 doanh nghiệp SME tại Ghana cung cấp bằng chứng định lượng về tác động tích cực của ABC đến hiệu suất hoạt động và tài chính, đồng thời xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng thành công.

Tại Việt Nam, nghiên cứu ABC còn hạn chế và mang tính lý thuyết. Đàm Phương Lan (2019) nghiên cứu ABC trong doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi, đề xuất mô hình đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng ABC. Lê Thị Hiên (2021) tổng hợp các mô hình ABC trên thế giới và đề xuất kinh nghiệm cho doanh nghiệp Việt Nam. Nguyễn Bích Ngọc (2023) khảo sát thực trạng áp dụng ABC tại các doanh nghiệp HN, chỉ ra rằng ABC chưa được áp dụng rộng rãi do hệ thống phức tạp và đòi hỏi đầu tư lớn.

Các nghiên cứu trong nước chủ yếu mang tính khảo sát chung hoặc nghiên cứu lý thuyết, thiếu nghiên cứu thực nghiệm sâu về đánh giá hiệu quả của ABC tại các DNTM. Chưa có nghiên cứu đo lường định lượng hiệu quả tài chính và phi tài chính sau khi áp dụng ABC. Đặc biệt, thiếu nghiên cứu tình huống chi tiết về quá trình triển khai, các yếu tố thành công và thách thức thực tế tại DNTM Việt Nam. Do đó, nghiên cứu đánh giá hiệu quả áp dụng ABC tại DNTM Việt Nam (tác giả đã giới hạn phạm vi tại HN) sẽ góp phần lấp đầy khoảng trống này, cung cấp bằng chứng thực nghiệm về lợi ích và thách thức của ABC trong bối cảnh DNTM tại HN.

2.2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu dựa trên nền tảng tích hợp của 5 lý thuyết để giải thích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả áp dụng phương pháp ABC tại DNTM ở HN. Lý thuyết khuếch tán đổi mới (Rogers, 2003) xem ABC là đổi mới kỹ thuật, hiệu quả phụ thuộc vào lợi thế tương đối, tính tương thích, độ phức tạp và khả năng quan sát kết quả, nhấn mạnh sự chuẩn bị kỹ thuật và tâm lý của tổ chức. Lý thuyết chấp nhận công nghệ (Davis, 1989) khẳng định nhận thức về tính hữu ích và dễ sử dụng của hệ thống kế toán ảnh hưởng đến mức độ chấp nhận ABC. Lý thuyết nguồn lực và năng lực (Barney, 1991) nhấn mạnh trình độ nhân sự kế toán là nguồn lực nội tại quan trọng. Lý thuyết kiểm soát quản trị (Anthony & Govindarajan, 2007) chỉ ra ABC đòi hỏi quy trình rõ ràng, thông tin chính xác và cam kết lãnh đạo. Lý thuyết hỗ trợ lãnh đạo và phối hợp liên bộ phận giải thích vai trò của ban lãnh đạo và sự phối hợp giữa các phòng ban trong thu thập dữ liệu chi phí. Tổng hợp các lý thuyết, nghiên cứu xác định 5 nhân tố ảnh hưởng hiệu quả áp dụng ABC, làm cơ sở xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu, mô hình nghiên cứu được xây dựng với 5 biến độc lập, là Trình độ và năng lực nhân sự kế toán (NS); Hệ thống thông tin kế toán (HTTT); Quy trình tổ chức và kiểm soát chi phí (QT); Sự hỗ trợ của ban lãnh đạo (LD); Phối hợp liên bộ phận (PH) và 1 biến phụ thuộc Hiệu quả áp dụng ABC (HQ).

Mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc được biểu diễn qua phương trình:

$$HQ = \beta_0 + \beta_1 NS + \beta_2 HTTT + \beta_3 QT + \beta_4 LD + \beta_5 PH + \varepsilon$$

3.2. Các giả thuyết nghiên cứu

H1: Trình độ và năng lực của nhân sự kế toán có tác động tích cực đến hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo công việc

H2: Mức độ phù hợp của hệ thống thông tin kế toán có tác động tích cực đến hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo công việc

H3: Tổ chức và kiểm soát chi phí sản xuất hiệu quả có tác động tích cực đến hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo công việc

H4: Mức độ hỗ trợ từ ban lãnh đạo có tác động tích cực đến hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo công việc

H5: Mức độ phối hợp giữa các bộ phận có tác động tích cực đến hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán chi phí theo công việc

Theo các giả thuyết nghiên cứu từ H1 đến H5, tất cả các hệ số β_1, β_2, β_3, β_4, β_5 đều mang dấu dương (+), thể hiện tác động cùng chiều của các biến độc lập đến hiệu quả áp dụng phương pháp ABC.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu gồm các kế toán viên, kế toán trưởng và nhà quản lý tại các DNTM ở HN. Khảo sát được thực hiện qua Google Forms trong giai đoạn từ tháng 5 đến tháng 6/2025. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để định lượng các biến quan sát.

Bảng khảo sát bao gồm 5 nhóm yếu tố độc lập và 1 yếu tố phụ thuộc với tổng cộng 18 biến quan sát. Tổng cộng có 196 phiếu hợp lệ thu thập được. Theo Hair và cộng sự (2014), với cỡ mẫu ≥ 100 và tỷ lệ biến quan sát phù hợp, mẫu này đủ điều kiện

cho phân tích thống kê. Dữ liệu được xử lý trên phần mềm SPSS 26.0 theo 5 bước, từ kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha đến phân tích hồi quy tuyến tính bội.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1: Thống kê mô tả các biến quan sát

Biến	Số quan sát	Trung bình (Mean)	Độ lệch chuẩn (SD)	Min	Max
Trình độ & năng lực nhân sự (TDNL)	196	4.15	0.56	3.0	5.0
Hệ thống thông tin kế toán (MDPH)	196	3.98	0.61	2.5	5.0
Quy trình tổ chức & kiểm soát chi phí (QTTC)	196	4.08	0.57	3.0	5.0
Sự hỗ trợ từ ban lãnh đạo (MDHT)	196	4.32	0.49	3.0	5.0
Phối hợp liên bộ phận (MDPHb)	196	3.90	0.60	2.5	5.0
Hiệu quả áp dụng ABC (HQ)	196	4.10	0.58	3.0	5.0

Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả

Giá trị trung bình (Mean) của tất cả các biến độc lập và phụ thuộc đều nằm trong khoảng 3.9-4.32 trên thang đo 5 bậc, chứng tỏ nhân viên kế toán, kế toán trưởng và nhà quản lý nhận định cao về năng lực bản thân, quy trình, công nghệ và sự phối hợp nội bộ.

Độ lệch chuẩn (SD) từ 0.49-0.61, tương đối thấp, cho thấy nhận thức của các đối tượng khảo sát khá đồng nhất, ít có sự khác biệt quá lớn giữa các doanh nghiệp về hiệu quả áp dụng ABC.

Khoảng Min-Max trải rộng từ 2.5-5, cho thấy vẫn có một số cá nhân đánh giá thấp hơn về một số khía cạnh, phản ánh khác biệt về mức độ triển khai ABC.

Nhìn chung, thống kê mô tả cung cấp cơ sở ban đầu cho thấy các yếu tố độc lập có thể tác động tích cực đến hiệu quả ABC, phù hợp với giả thuyết nghiên cứu H1-H5.

4.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)

Bảng 2: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Biến	Số câu hỏi	Cronbach's Alpha
TDNL	3	0.82
MDPH	3	0.80
QTTC	3	0.78
MDHT	3	0.85
MDPHb	3	0.79
HQ	3	0.87

Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả

Tất cả các thang đo có Cronbach's Alpha > 0.7, cao nhất là MDHT = 0.85 và HQ = 0.87. Điều này chứng tỏ: các nhóm câu hỏi trong mỗi yếu tố đều đo lường nhất quán cùng một khái niệm, đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy.

Cronbach's Alpha thấp nhất là QTTC = 0.78, kết quả này vẫn nằm trong ngưỡng chấp nhận được, tuy nhiên tác giả sẽ cân nhắc trong nghiên cứu thực nghiệm tiếp theo, sẽ mở rộng số câu hỏi để tăng độ tin cậy hơn.

Kết quả này khẳng định phiếu khảo sát được thiết kế khoa học, phù hợp cho phân tích nhân tố và hồi quy bội, đảm bảo kết quả nghiên cứu định lượng đáng tin cậy.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kiểm định KMO = 0.81, Sig. < 0.001, chứng tỏ dữ liệu thích hợp cho EFA.

Phân tích EFA với phương pháp Principal Component Analysis và phép quay Varimax: 6 yếu tố tách biệt rõ ràng, trùng khớp với mô hình lý thuyết. Tất cả biến quan sát có factor loading > 0.5, không biến nào bị loại.

Bảng 3: Kết quả phân tích EFA

Yếu tố	Các biến	Factor loading
TDNL	TDNL1-TDNL3	0.62 - 0.79
MDPH	MDPH1-MDPH3	0.61 - 0.78
QTTC	QTTC1-QTTC3	0.59 - 0.77
MDHT	MDHT1-MDHT3	0.64 - 0.81
MDPHb	MDPH1b-MDPH3b	0.60 - 0.76
HQ	HQ1-HQ3	0.65 - 0.82

Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả

KMO = 0.81 và Sig. < 0.001 chứng tỏ dữ liệu thích hợp cho phân tích nhân tố, không có vấn đề đa cộng tuyến nghiêm trọng. 6 yếu tố chính được tách ra trùng khớp với mô hình lý thuyết: TDNL, MDPH, QTTC, MDHT, MDPHb và HQ. Tất cả các biến quan sát có factor loading > 0.5, nghĩa là mỗi biến đều gắn chặt với nhân tố của nó, không bị chồng chéo sang yếu tố khác. Điều này cho thấy mô hình lý thuyết 5 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc được phản ánh rõ ràng trong thực tế triển khai tại các DNTM tại HN.

Kết quả EFA cũng cho thấy cấu trúc nhân tố ổn định, đủ cơ sở để tiến hành phân tích hồi quy bội, đồng thời minh chứng tính hợp lệ cấu trúc của thang đo.

4.4. Phân tích tương quan Pearson

Bảng 4: Ma trận tương quan Pearson

Biến	TDNL	MDPH	QTTC	MDHT	MDPHb	HQ
TDNL	1	0.54**	0.51**	0.49**	0.50**	0.64**
MDPH	0.54**	1	0.50**	0.47**	0.48**	0.59**
QTTC	0.51**	0.50**	1	0.52**	0.50**	0.62**
MDHT	0.49**	0.47**	0.52**	1	0.54**	0.66**
MDPHb	0.50**	0.48**	0.50**	0.54**	1	0.61**
HQ	0.64**	0.59**	0.62**	0.66**	0.61**	1

Ghi chú: p < 0.01

Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả

Tất cả các hệ số tương quan giữa biến độc lập và HQ đều dương và có ý nghĩa thống kê ở mức p < 0.01. Điều này cho thấy các yếu tố độc lập có mối

quan hệ thuận chiều rõ ràng với hiệu quả áp dụng ABC, ủng hộ giả thuyết H1-H5.

Hệ số tương quan giữa các biến độc lập từ 0.47-0.54, kết quả này không quá cao, nghĩa là không xảy ra đa cộng tuyến nghiêm trọng, cho phép tiếp tục phân tích hồi quy bội một cách an toàn.

Nhìn chung, phân tích tương quan cho thấy các yếu tố con người (TDNL), lãnh đạo (MDHT) và quy trình (QTTC) đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả ABC, phù hợp với lý thuyết Rogers (2003) về khuếch tán đổi mới và lý thuyết Anthony & Govindarajan (2007) về kiểm soát quản trị.

4.5. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Bảng 5: Kết quả hồi quy bội (HQ là biến phụ thuộc)

Biến	Hệ số β	Sig.	Nhận xét
TDNL	0.29	0.001	H1 được chấp nhận
MDPH	0.22	0.004	H2 được chấp nhận
QTTC	0.25	0.003	H3 được chấp nhận
MDHT	0.31	0.000	H4 được chấp nhận
MDPHb	0.20	0.009	H5 được chấp nhận
Hằng số	0.46	0.000	-

Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả

Tất cả 5 biến độc lập đều có hệ số β dương và có ý nghĩa thống kê ($p < 0.01$), do đó H1-H5 đều được chấp nhận.

$R^2 = 0.73$ nghĩa là 73% biến thiên của hiệu quả áp dụng ABC được giải thích bởi 5 yếu tố độc lập, chỉ ra mô hình lý thuyết phản ánh khá đầy đủ thực tế tại các DNTM tại HN.

Hệ số β lớn nhất là MDHT = 0.31, tiếp theo là TDNL = 0.29, điều này minh chứng cho sự hỗ trợ lãnh đạo và năng lực nhân sự kế toán là nhân tố quyết định thành công của ABC, phù hợp với các nghiên cứu thực nghiệm trước đây (Nartey, 2025).

Hệ số β của QTTC (0.25), MDPH (0.22) và MDPHb (0.20) cũng dương, chứng tỏ hệ thống công nghệ, quy trình kiểm soát và phối hợp liên bộ phận góp phần tích cực, nhưng mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với con người và lãnh đạo.

Kết quả cho thấy triển khai ABC thành công là sự kết hợp giữa con người, công nghệ, quy trình và sự cam kết chiến lược, cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho việc áp dụng ABC trong bối cảnh DNTM tại HN.

Kết luận

Nghiên cứu tập trung đánh giá hiệu quả áp dụng phương pháp kế toán ABC ở các DNTM tại HN, dựa trên khảo sát 196 phiếu từ 45 doanh nghiệp. Kết quả cho thấy ABC mang lại lợi ích cả về tài chính và phi tài chính, đồng thời làm rõ các yếu tố thành công và thách thức thực tế trong triển khai, góp phần lấp đầy khoảng trống nghiên cứu trước đây.

Hiệu quả tài chính được đo lường thông qua các biến quan sát HQ1-HQ3, bao gồm mức độ giảm chi phí không cần thiết, độ chính xác trong phân bổ chi phí và tác động đến lợi nhuận. Sử dụng thang đo Likert 5 bậc, kết quả trung bình HQ ≈ 4,10/5 cho thấy ABC giúp các DNTM kiểm soát chi phí hiệu quả và cải thiện lợi nhuận. Phân tích hồi quy chỉ ra nhân tố nhân sự kế toán và sự cam kết của lãnh đạo có ảnh hưởng mạnh nhất đến hiệu quả tài chính, nhấn mạnh vai trò của trình độ nhân sự và định hướng chiến lược trong triển khai ABC.

Hiệu quả phi tài chính được đánh giá qua biến HQ, tập trung vào chất lượng quyết định năng lực cạnh tranh. ABC cải thiện tính chính xác, minh bạch của thông tin chi phí, giúp lãnh đạo đưa ra quyết định chiến lược chính xác hơn và phân bổ nguồn lực hợp lý, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Điểm trung bình HQ = 4,10 cho thấy ABC được đánh giá tích cực cả về tài chính lẫn phi tài chính, tạo nền tảng cho việc ra quyết định kinh doanh hiệu quả.

Phân tích hồi quy bội xác định một số yếu tố then chốt góp phần vào thành công của ABC tại DNTM HN: trình độ và năng lực nhân sự kế toán (β = 0,29), hỗ trợ và cam kết từ ban lãnh đạo (β = 0,31), hệ thống thông tin kế toán hiện đại (β = 0,22), quy trình tổ chức và kiểm soát chi phí (β = 0,25), và phối hợp liên bộ phận (β = 0,20). Các yếu tố này cho thấy triển khai ABC thành công phụ thuộc vào năng lực con người, công nghệ phù hợp và cơ chế phối hợp nội bộ hiệu quả.

Nghiên cứu cũng chỉ ra những hạn chế thực tế khi áp dụng ABC, bao gồm chi phí và thời gian đầu tư, khó khăn trong thu thập và phân bổ chi phí gián tiếp, năng lực nhân sự chưa đồng đều, và văn hóa phối hợp bộ phận chưa đồng bộ. Các thách thức này nhấn mạnh thành công của ABC không chỉ phụ thuộc vào phương pháp mà còn vào nguồn lực, kỹ năng và cơ chế tổ chức của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

Mahal, I., & Hossain, M. A. (2015). Activity-based costing (ABC) - An effective tool for better management. Research Journal of Finance and Accounting, 6(4), 66-73.

Nartey, E. (2025). Activity-based costing adoption, innovation attributes and performance of SMEs in Ghana. Journal of Accounting & Organizational Change. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/JAOC-10-2023-0176

Sánchez-Rebull, M.-V., Niñerola, A., & Hernández-Lara, A.-B. (2023). After 30 years, what has happened to activity-based costing? A systematic literature review. SAGE Open, 13(2), 1-26. https://doi.org/10.1177/21582440231178785

Đàm, P. L. (2019). Kế toán chi phí theo mức độ hoạt động trong các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi nội địa [Luận án tiến sĩ]. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Lê, T. H. (2021). Các mô hình xác định chi phí dựa trên cơ sở hoạt động (ABC) trên thế giới và kinh nghiệm áp dụng cho các doanh nghiệp Việt Nam. Tạp chí Công Thương.

Nguyễn, B. N. (2023). Áp dụng phương pháp tập hợp chi phí theo hoạt động ABC tại các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố HN. Hiệp hội Kế toán và Kiểm toán Việt Nam.

PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ BÊN TRONG ĐẾN CHUYỂN ĐỔI SỐ CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP TỈNH TUYÊN QUANG

TS. Nguyễn Thị Kim Ngân* - TS. Lê Ngọc Đoan Trang**

Dựa trên lý thuyết TOE (Technology - Organization - Environment), nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp để đánh giá chuyển đổi số công tác kế toán tại các doanh nghiệp tỉnh Tuyên Quang. Kết quả chỉ ra cơ sở tầm nhìn lãnh đạo, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, nguồn nhân lực là các nhân tố thúc đẩy chính, ngoại trừ chi phí đầu tư và chiến lược chuyển đổi số. Nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm giúp doanh nghiệp địa phương nâng cao năng lực quản trị và minh bạch thông tin.

• Từ khóa: *chuyển đổi số, công tác kế toán, nhân tố bên trong, doanh nghiệp, tỉnh Tuyên Quang.*

Grounded in the Technology-Organization-Environment (TOE) framework, this study employs a mixed-methods approach to evaluate the digital transformation of accounting functions among enterprises in Tuyen Quang Province. The findings reveal that leadership vision, IT infrastructure, and human resources serve as the primary drivers of this transition; conversely, investment costs and digital transformation strategies do not show significant impacts. This research provides empirical evidence to assist local firms in enhancing their administrative capacity and information transparency.

• Key words: *digital transformation, accounting practices, internal factors, enterprises, Tuyen Quang province.*

JEL codes: M4, M41

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 20/02/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.11

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0 và xu thế chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, chuyển đổi số đã trở thành yêu cầu tất yếu đối với hoạt động quản trị doanh nghiệp, trong đó có công tác kế toán. Tại Việt Nam, Chính phủ đã ban hành Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, xác định lĩnh vực tài chính - kế toán là một trong những lĩnh vực ưu tiên. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với doanh nghiệp trong việc đổi mới và hiện đại hóa công tác kế toán nhằm đáp ứng yêu cầu quản lý trong môi trường số.

Chuyển đổi số trong kế toán không chỉ là việc ứng dụng công nghệ mà còn gắn liền với sự thay đổi về chiến lược, tổ chức, văn hóa doanh nghiệp và vai trò của kế toán viên (Li, Xiao & cộng sự, 2024). Thực tiễn nghiên cứu tại Việt Nam cho thấy mức độ thành công của chuyển đổi số kế toán phụ thuộc chủ yếu vào các nhân tố nội tại của doanh nghiệp như nguồn nhân lực, hạ tầng công nghệ, chiến lược chuyển đổi số và cam kết của lãnh đạo (Bùi Thị Hương, 2023).

Về mặt lý luận, các khung nghiên cứu như TOE và năng lực động đã được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu chuyển đổi số, song vẫn còn hạn chế khi áp dụng trong lĩnh vực kế toán (Chen & cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào các ngành hoặc khu vực phát triển, trong khi còn thiếu các nghiên cứu thực nghiệm tại địa phương, đặc biệt là các tỉnh miền núi như Tuyên Quang.

Xuất phát từ những khoảng trống trên, nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích các nhân tố bên trong ảnh hưởng đến chuyển đổi số công tác kế toán tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang, qua đó cung cấp bằng chứng thực nghiệm và hàm ý quản trị phù hợp với điều kiện địa phương.

** Trường Đại học Tân Trào; email: ntkngan@tqu.edu.vn*
*** Trường Đại học Sài Gòn; Tác giả liên hệ, email: lndtrang@sgu.edu.vn*

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Trong bối cảnh các quốc gia đang phát triển, năng lực công nghệ, kỹ năng số của nguồn nhân lực và văn hóa đổi mới được xác định là những yếu tố then chốt, đặc biệt đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ (Díaz-Arancibia & cộng sự, 2024). Các nghiên cứu trên cơ sở lý thuyết năng lực động và khung công nghệ - tổ chức - môi trường (TOE) cho thấy các nhân tố bên trong doanh nghiệp giữ vai trò quyết định đối với mức độ và hiệu quả chuyển đổi số (Nadkarni & cộng sự, 2021). Trong số các nhân tố nội tại, nguồn nhân lực kế toán đóng vai trò trung tâm khi yêu cầu chuyển dịch từ chức năng ghi chép sang phân tích và làm chủ các công cụ số, đồng thời tư duy số và mức độ sẵn sàng tiếp nhận công nghệ mới có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả triển khai hệ thống kế toán hiện đại (Pargmann & cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, chi phí đầu tư, chiến lược chuyển đổi số, hạ tầng công nghệ thông tin và tầm nhìn lãnh đạo được xác định là những nhân tố có ảnh hưởng đáng kể đến chuyển đổi số công tác kế toán. Chi phí đầu tư có thể vừa là rào cản, vừa phản ánh cam kết chiến lược của lãnh đạo (Bùi Thị Thu Hà & cộng sự, 2025) chiến lược chuyển đổi số giúp bảo đảm sự gắn kết giữa công nghệ, con người và quy trình nghiệp vụ (Li, X. & cộng sự, 2024); Trong khi hạ tầng công nghệ và vấn đề an ninh, bảo mật là điều kiện kỹ thuật then chốt (Asatiani & cộng sự, 2019); Đặc biệt, tầm nhìn và cam kết của lãnh đạo được xem là yếu tố khởi nguồn và có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến thành công của chuyển đổi số (Sacavém & cộng sự, 2025).

Tổng hợp các nghiên cứu cho thấy vẫn còn thiếu các nghiên cứu thực nghiệm chuyên sâu về chuyển đổi số trong công tác kế toán, đặc biệt tại bối cảnh địa phương và các tỉnh miền núi như Tuyên Quang. Do đó, việc phân tích và kiểm định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên trong doanh nghiệp đến chuyển đổi số công tác kế toán tại địa bàn này là cần thiết nhằm bổ sung bằng chứng thực nghiệm và đề xuất các giải pháp phù hợp với điều kiện địa phương.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp hỗn hợp. Trước hết, phương pháp định tính được sử dụng thông qua việc tổng hợp và phân tích các tài liệu lý thuyết, văn bản quy định cũng như các nghiên cứu liên quan đã công bố nhằm nhận diện khoảng trống nghiên cứu và xây dựng mô hình các nhân tố ảnh hưởng. Trên cơ sở đó, nghiên cứu tiến hành khảo sát định lượng bằng bảng câu hỏi được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ. Phiếu khảo sát được gửi tới 150 doanh nghiệp trên địa bàn thành tỉnh Tuyên Quang với quy mô khác nhau, thu về 143 phiếu hợp lệ để phân tích. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 26, trong đó độ tin cậy của các thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha; tiếp theo là phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích tương quan tuyến tính, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu và phân tích hồi quy đa biến nhằm đánh giá mức độ tác động của các nhân tố trong mô hình đề xuất.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Phân tích Cronbach's Alpha sử dụng để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Kết quả kiểm định được trình bày ở Bảng 3.1.

Bảng 3.1. Kết quả kiểm định thang đo

Nhân tố	Số biến quan sát	Độ tin cậy Cronbach's Alpha	Đánh giá thang đo
Chuyển đổi số hoạt động kế toán (CĐS)	5	0,836	Đạt yêu cầu
Nguồn nhân lực (NL)	3	0,848	Đạt yêu cầu
Chi phí đầu tư (CP)	3	0,782	Đạt yêu cầu
Chiến lược chuyển đổi số (CL)	3	0,779	Đạt yêu cầu
Cơ sở hạ tầng CNTT (CS)	3	0,814	Đạt yêu cầu
Tầm nhìn lãnh đạo (LĐ)	3	0,796	Đạt yêu cầu

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm SPSS 26

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha, được trình bày trong Bảng 3.1, cho thấy các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt yêu cầu. Cụ thể, thang đo biến phụ thuộc chuyển đổi số hoạt động kế toán (CĐS) gồm 5 biến quan sát có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,836 và lớn hơn ngưỡng chấp nhận 0,6. Điều này phản ánh mức độ nhất quán nội tại tốt giữa các biến quan sát và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 nên được giữ lại cho các bước phân tích tiếp theo.

Đối với các thang đo biến độc lập, thang đo nguồn nhân lực (NL) gồm 3 biến quan sát có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,848; thang đo chi phí đầu tư (CP) đạt 0,782; thang đo chiến lược chuyển đổi số (CL) đạt 0,779; thang đo cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin (CS) đạt 0,814 và thang đo tầm nhìn lãnh đạo (LĐ) đạt 0,796. Các thang đo này đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng vượt ngưỡng 0,3, chứng tỏ thang đo có độ tin cậy đạt yêu cầu. Do đó, toàn bộ các thang đo được sử dụng trong nghiên cứu đều đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Qua kết quả trình bày tại Bảng 3.2 cho thấy dữ liệu nghiên cứu đáp ứng các điều kiện cần thiết để thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA). Cụ thể, hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) đạt 0,644, lớn hơn ngưỡng chấp nhận 0,5 cho thấy mức độ thích hợp của mẫu là đạt yêu cầu và dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố. Đồng thời, kết quả kiểm định Bartlett's Test of Sphericity có giá trị Chi-square bằng 964,520 với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 (< 0,05), chứng tỏ các biến quan sát có mối tương quan chặt chẽ với nhau trong tổng thể.

Bảng 3.2. Kiểm định KMO và kiểm định Bartlett với biến độc lập

Hệ số KMO		0,644
Kiểm định Bartlett	Giá trị Chi bình phương	964,520
	Bậc tự do	105
	Sig (Giá trị p - value)	,000

Nguồn: Tự tính toán dựa trên phần mềm SPSS 26

3.3. Phân tích hồi quy đa biến

Để hiểu rõ hơn về các nhân tố bên trong ảnh hưởng đến hoạt động chuyển đổi số công tác kế toán, nhóm nghiên cứu sử dụng mô hình sau:

$$CĐS = \beta_0 + \beta_1 NL + \beta_2 CP + \beta_3 CL + \beta_4 CS + \beta_5 LĐ + \varepsilon$$

Trong đó:

CĐS: Nhận thức chuyển đổi số là biến phụ thuộc

Biến độc lập gồm các biến

NL: Nguồn nhân lực;

CP: Chi phí đầu tư;

CL: Chiến lược chuyển đổi số;

CS: Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin;

LĐ: Tầm nhìn lãnh đạo.

ε: Hệ số nhiễu

β_i: Hệ số hồi quy

Các biến độc lập của mô hình được hồi qui trên phần mềm SPSS 26 với kết quả phân tích hồi quy được trình bày tại Bảng 3.3 cho thấy trong mô hình nghiên cứu có ba nhân tố NL, CS và LĐ có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa Sig. < 0,05 chứng tỏ các nhân tố này có ảnh hưởng đáng kể đến chuyển đổi số hoạt động kế toán. Ngược lại, nhân tố CP có giá trị Sig. = 0,749 và nhân tố CL có giá trị Sig. = 0,916 (> 0,05), cho thấy hai nhân tố này không có tác động thống kê đến biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu.

Bảng 3.3. Kết quả hồi quy đa biến

Biến độc lập		Hệ số chưa chuẩn hóa β	Sai số chuẩn	Hệ số chuẩn hóa β	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến
(Constant)		0,766	0,312		0,015	
Nguồn nhân lực	NL	0,113	0,04	**0,155**	**0,005**	1,062
Chi phí đầu tư	CP	-0,016	0,049	*-0,017*	*0,749*	1,005
Chiến lược CĐS	CL	-0,005	0,049	*-0,006*	*0,916*	1,295
Cơ sở hạ tầng CNTT	CS	0,145	0,056	**0,169**	**0,011**	1,519
Tầm nhìn lãnh đạo	LĐ	0,597	0,055	**0,673**	**0,000**	1,384

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm SPSS 26

Dựa trên các hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa, phương trình hồi quy tuyến tính được xác định như sau:

CĐS = 0,766 + 0,673LĐ + 0,169 CS + 0,155NL + ε.

Trong đó, tầm nhìn lãnh đạo (LĐ) có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến CĐS hoạt động kế toán với hệ số β chuẩn hóa đạt 0,673; Tiếp theo, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin (CS) với Beta = 0,169; Nguồn nhân lực (NL) với Beta = 0,155. Bên cạnh đó, hệ số VIF của tất cả các biến đều rất thấp (từ 1,005 đến 1,519, đều < 2), chứng tỏ các biến độc lập không có đa cộng tuyến, mô hình có độ tin cậy rất cao.

Mức độ giải thích của mô hình theo Bảng 3.4 như sau:

Bảng 3.4. Kết quả tổng hợp mô hình

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R^2	Hệ số R^2 - hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Trị số thống kê Durbin-Watson
1	0,784[a]	0,615	0,601	0,369	2,153

[a]: *Biến phụ thuộc CĐS*

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm SPSS 26

Kết quả hồi quy tại Bảng 3.4 cho thấy hệ số R^2 hiệu chỉnh đạt 0,615, nghĩa là 61,5% sự biến thiên của chuyển đổi số công tác kế toán được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình. Hệ số Durbin-Watson đạt 2,153 nằm trong khoảng chấp nhận (xấp xỉ từ 1,5 đến 2,5), cho thấy không có hiện tượng tự tương quan của phần dư, do đó mô hình hồi quy đáp ứng giả định về tính độc lập của sai số.

Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu được thực hiện theo Bảng 3.5:

Bảng 3.5. Bảng kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Yếu tố	Mô tả	Beta chuẩn hóa	Sig.	Kết quả kiểm định
Tầm nhìn lãnh đạo	LD	0,673	**0,000**	Tác động thuận chiều mạnh nhất
Cơ sở hạ tầng	CS	0,169	**0,011**	Tác động thuận chiều
Nguồn nhân lực	NL	0,155	**0,005**	Tác động thuận chiều
Chi phí đầu tư	CP	-0,17	*0,749*	Không có tác động
Chiến lược CĐS	CL	-0,06	*0,916*	Không có tác động

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm SPSS 26

4. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu đã phân tích các nhân tố bên trong doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động chuyển đổi số công tác kế toán tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang. Kết quả phân tích cho thấy ba nhân tố có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến chuyển đổi số kế toán, bao gồm: Tầm nhìn lãnh đạo, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, nguồn nhân lực. Trong đó, tầm nhìn lãnh đạo là nhân tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, cho thấy vai trò quyết định của lãnh đạo trong việc định hướng, phân bổ nguồn lực và thúc đẩy quá trình chuyển đổi số kế toán tại doanh nghiệp.

Ngược lại, chi phí đầu tư và chiến lược chuyển đổi số không có tác động thống kê đến chuyển đổi số hoạt động kế toán. Điều này có thể được lý giải bởi thực tế hiện nay chuyển đổi số trong công tác kế toán đã trở thành yêu cầu mang tính bắt buộc đối với doanh nghiệp, gắn liền với các quy định về hóa đơn điện tử, kê khai và báo cáo tài chính trực tuyến. Do đó, dù chi phí đầu tư ở mức cao hay thấp, các doanh nghiệp vẫn phải triển khai chuyển đổi số kế toán để bảo đảm tuân thủ pháp luật nên vai trò phân biệt của chi phí đầu tư trong quyết định chuyển đổi số trở nên không rõ nét. Ngoài ra, công tác chuyển đổi số công tác kế toán bắt buộc doanh nghiệp phải thực hiện trong giai đoạn hiện nay và không còn là chiến lược tương lai nên vị trí của chiến lược chuyển đổi số không còn tồn tại như yếu tố thiết yếu.

Mô hình nghiên cứu giải thích được 61,5% sự biến thiên của chuyển đổi số hoạt động kế toán, cho thấy mức độ phù hợp và giá trị thực tiễn của mô hình, đồng thời góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm về chuyển đổi số công tác kế toán trong bối cảnh doanh nghiệp địa phương tại tỉnh Tuyên Quang.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu đưa ra một số đề xuất như sau:

Về phía doanh nghiệp: *Thứ nhất*, doanh nghiệp cần nâng cao vai trò và cam kết của lãnh đạo trong việc định hướng và thúc đẩy chuyển đổi số kế toán. *Thứ hai*, cần từng bước đầu tư, hoàn thiện cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và tăng cường bảo mật dữ liệu kế toán. *Thứ ba*, doanh nghiệp nên chú trọng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực kế toán theo hướng nâng cao kỹ năng số và khả năng ứng dụng công nghệ. *Thứ tư*, cần xây dựng chiến lược chuyển đổi số kế toán rõ ràng, phù hợp với quy mô và điều kiện thực tế của doanh nghiệp.

Đối với cơ quan quản lý địa phương, cần tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp thông qua đào tạo, tư vấn và phổ biến các mô hình chuyển đổi số phù hợp với điều kiện địa phương.

Tài liệu tham khảo:

Asatiani, Aleksandrevà cộng sự. (2019). Impact of accounting process characteristics on accounting outsourcing-comparison of users and non-users of cloud-based accounting information systems. International Journal of Accounting Information Systems, 34, 100419.

Li, X.và cộng sự. (2024). Corporate digital transformation, internal control and total factor productivity. PloS one, 19(13), e0298633.

Bùi Thị Hương. (2023). Các yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số của các doanh nghiệp tại tỉnh Bình Dương. Tạp chí Khoa học và kỹ thuật trường Đại học Bình Dương, 6(2).

Bùi Thị Thu Hà và cộng sự. (2025). Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực kế toán cơ hội và thách thức. Paper presented at the Hội thảo Khoa học Quốc gia về Kế toán - Kiểm toán (VCAA2025)_Quyển 1, Đại học Nha Trang.

Chen, Pengyuvà cộng sự. (2023). The impact of digital transformation on innovation performance-The mediating role of innovation factors. Heliyon, 9(3).

Díaz-Arancibia, Jaimevà cộng sự. (2024). Navigating digital transformation and technology adoption: A literature review from small and medium-sized enterprises in developing countries. Sustainability, 16(14), 5946.

Li, Xiaovà cộng sự. (2024). Corporate digital transformation, internal control and total factor productivity. PLOS ONE, 19(3), e0298633.

Nadkarni, Swenvà cộng sự. (2021). Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. Management review quarterly, 71(2), 233-341.

Pargmann, Juliavà cộng sự. (2023). Digitalisation in accounting: a systematic literature review of activities and implications for competences. Empirical Research in Vocational Education and Training, 15(1), 1.

Sacavém, Antóniovà cộng sự. (2025). Leading in the digital age: The role of leadership in organizational digital transformation. Administrative Sciences, 15(2), 43. doi:10.3390/admsci15020043

TÁC ĐỘNG CỦA BIG DATA ĐẾN NĂNG LỰC PHÁN ĐOÁN CỦA KẾ TOÁN VIÊN QUẢN TRỊ: NGHIÊN CỨU TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH BÁN LẺ

TS. Trần Hồng Vân*

Bài viết này nhằm khám phá tác động đa chiều của Dữ liệu lớn (Big Data) đến năng lực phán đoán của kế toán viên quản trị trong ngành bán lẻ Việt Nam, thông qua phương pháp nghiên cứu định tính với các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc chuyên sâu. Kết quả chỉ ra tác động kép: Big Data vừa tăng cường phán đoán bằng cách cung cấp những hiểu biết sâu sắc, dựa trên bằng chứng, vừa tạo ra thách thức về quá tải thông tin. Quan trọng hơn, nghiên cứu khẳng định phán đoán chuyên môn không bị xói mòn mà dịch chuyển vai trò, biến kế toán viên thành người thẩm định, kiểm chứng tính hợp lý của các kết quả từ thuật toán và chuyên gia diễn giải dữ liệu. Những phát hiện này cho thấy sự cấp thiết trong việc phát triển các kỹ năng mới, kết hợp giữa năng lực phân tích dữ liệu, tư duy phản biện và kỹ năng trình bày, đồng thời đặt ra yêu cầu cải cách trong chương trình đào tạo và văn hóa tổ chức trong các cơ sở đào tạo và tại các doanh nghiệp.

• Từ khóa: *big data, năng lực phán đoán, KTQT, ngành bán lẻ, nghiên cứu định tính.*

This study aims to explore the multifaceted impacts of Big Data on the professional judgment of management accountants in Vietnam's retail sector, using a qualitative research approach that employed in-depth, semi-structured interviews. The findings reveal a dual impact: Big Data enhances judgment by providing deep, evidence-based insights, while also creating the challenge of information overload. More importantly, the study confirms that professional judgment is not being eroded but is instead undergoing a profound role shift, transforming accountants into validators who scrutinize the reasonableness of algorithm-generated results and become expert data interpreters. These findings highlight the critical need to develop new skill sets that combine data analytics capabilities, critical thinking, and communication skills, calling for reforms in educational curricula and organizational culture at both academic institutions and enterprises.

• Key words: *big data, professional judgment, management accounting, retail industry, qualitative research.*

Ngày nhận bài: 15/01/2026
Ngày gửi phản biện: 04/02/2026
Ngày duyệt đăng: 02/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.12

Giới thiệu

Cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư đã và đang định hình lại môi trường kinh doanh toàn cầu, trong đó Dữ liệu lớn (Big Data) được xem như một nguồn lực chiến lược có khả năng tạo ra lợi thế cạnh tranh đột phá (McAfee & Brynjolfsson, 2012; Adaga và cộng sự, 2023). Trong bối cảnh đó, ngành bán lẻ Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng nhanh chóng và sự chuyển dịch mạnh mẽ sang các nền tảng số, đã trở thành một trong những lĩnh vực phát sinh và khai thác dữ liệu lớn mạnh mẽ nhất. Mỗi ngày, hàng triệu giao dịch tại điểm bán, lượt tương tác trên các sàn thương mại điện tử (TMĐT), dữ liệu từ các chương trình khách hàng thân thiết được tạo ra, đặt ra áp lực và đồng thời mở ra cơ hội chưa từng có cho việc ra quyết định quản trị. Trọng tâm của quá trình này là vai trò của kế toán viên (KTV) quản trị, những người có sứ mệnh chuyển hóa dữ liệu thành thông tin hữu ích, năng lực phán đoán chuyên môn để đưa ra kết luận trong các tình huống phức tạp và không chắc chắn (Bonner, 1999) - chính là yếu tố cốt lõi quyết định chất lượng của các quyết định đó.

Sự hội tụ giữa KTQT và Dữ liệu lớn, với các đặc tính về khối lượng (Volume), tốc độ (Velocity) và sự đa dạng (Variety) (Sun và cộng sự, 2018), đã thu hút sự quan tâm đáng kể của giới học thuật. Nhiều nghiên cứu trước đây đã tập trung vào việc Dữ liệu lớn cải thiện hiệu quả tài chính doanh nghiệp (Azzam và cộng sự, 2024) hoặc khám phá các khía cạnh kỹ thuật và sự thay đổi trong hệ thống kiểm soát quản trị (Quattrone, 2016).

Tuy nhiên, vẫn còn thiếu vắng những tìm hiểu sâu về tác động của Dữ liệu lớn đến bản chất quá trình nhận thức và năng lực phán đoán của chính KTV.

** Trường Đại học Tài chính - Marketing; email: hongvan@ufm.edu.vn*

Liệu Dữ liệu lớn có thực sự nâng cao khả năng phán đoán, hay tiềm ẩn nguy cơ làm xói mòn tư duy phản biện và tạo ra sự phụ thuộc vào các thuật toán thiếu minh bạch. Và mối quan hệ tương tác phức tạp giữa con người và máy móc trong bối cảnh dữ liệu lớn vẫn là một lĩnh vực cần được khai phá. Với lý do trên, bài viết nhằm mục tiêu khám phá những tác động đa chiều của Dữ liệu lớn đến năng lực phán đoán của KTV quản trị trong bối cảnh đặc thù của ngành bán lẻ Việt Nam. Để đạt được mục tiêu đó, bài viết sẽ tập trung trả lời các câu hỏi sau: (i) KTV quản trị tại các doanh nghiệp bán lẻ nhận thức và sử dụng Dữ liệu lớn trong công việc ra quyết định như thế nào? (ii) Dữ liệu lớn đã tăng cường hay cản trở năng lực phán đoán chuyên môn của họ theo những cách nào? (iii) Họ đối mặt và xử lý những mâu thuẫn giữa thông tin từ Dữ liệu lớn và kinh nghiệm/trực giác cá nhân ra sao? Bằng cách trả lời các câu hỏi này thông qua phương pháp định tính, bài viết kỳ vọng sẽ cung cấp những hiểu biết sâu sắc, đóng góp cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn cho các doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và chính những người làm nghề kế toán trong kỷ nguyên số.

Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Big Data và ứng dụng trong kế toán quản trị

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc khai thác Big Data, bao gồm cả dữ liệu có cấu trúc và phi cấu trúc từ nhiều nguồn khác nhau có thể cải thiện đáng kể các chức năng cốt lõi của KTQT.

Thứ nhất, trong lĩnh vực lập kế hoạch và dự báo, Big Data cho phép xây dựng các mô hình dự báo chính xác và linh hoạt hơn. Thay vì chỉ dựa vào dữ liệu tài chính lịch sử nội bộ, các doanh nghiệp giờ đây có thể tích hợp các nguồn dữ liệu bên ngoài như xu hướng tìm kiếm trên internet, thảo luận trên mạng xã hội, dữ liệu thời tiết, hay lịch trình các sự kiện văn hóa, thể thao để dự báo doanh thu và nhu cầu khách hàng một cách chi tiết (Appelbaum và cộng sự, 2017). Ví dụ, một doanh nghiệp bán lẻ có thể dự báo nhu cầu về một số mặt hàng nhất định sẽ tăng đột biến dựa trên phân tích dữ liệu thời tiết sắp có đợt nắng nóng hoặc một sự kiện lễ hội lớn sắp diễn ra tại địa phương.

Thứ hai, về quản trị chi phí, phân tích Big Data giúp tối ưu hóa toàn bộ chuỗi giá trị. Bằng cách phân tích dữ liệu từ các cảm biến trong chuỗi cung ứng, dữ liệu giao thông thời gian thực, và thông tin từ nhà cung cấp, doanh nghiệp có thể xác định các điểm nghẽn, giảm thiểu chi phí tồn kho, tối ưu hóa lộ trình vận chuyển và chủ động quản lý rủi ro gián đoạn (Alles, 2015). Điều này giúp KTQT không chỉ đơn thuần tính toán chi phí mà còn tham gia vào việc tái cấu trúc quy trình để tạo ra hiệu quả chi phí bền vững.

Thứ ba, trong đo lường và đánh giá hiệu quả hoạt động, Big Data cho phép xây dựng các hệ thống chỉ số đo lường hiệu suất (KPI) đa chiều và mang tính dự báo cao hơn. Các chỉ số truyền thống dựa trên dữ liệu tài chính thường có độ trễ và không phản ánh đầy đủ các yếu tố tạo ra giá trị. Big Data cho phép bổ sung các KPI phi tài chính như mức độ hài lòng của khách hàng được phân tích từ các bình luận trực tuyến, tỷ lệ tương tác trên các nền tảng số, hoặc thời gian khách hàng lưu lại trên trang web, cung cấp một cái nhìn toàn diện và kịp thời hơn về sức khỏe doanh nghiệp (Warren và cộng sự, 2015).

Lý thuyết về năng lực phán đoán chuyên môn trong kế toán

Năng lực phán đoán chuyên môn là nền tảng của nghề nghiệp kế toán, đặc biệt là KTQT, nơi các quyết định thường được đưa ra trong môi trường không chắc chắn. Bonner (1999) định nghĩa phán đoán là một quá trình nhận thức để hình thành một ý kiến hoặc ước tính về một đối tượng, sự kiện trong điều kiện thiếu thông tin đầy đủ. Mô hình của Libby & Luft (1993) cho thấy hiệu quả phán đoán của KTV là kết quả của sự tương tác giữa các thuộc tính cá nhân (năng lực bẩm sinh, kiến thức chuyên môn) và kinh nghiệm tích lũy qua thời gian.

Chất lượng của phán đoán chuyên môn chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố. Kiến thức và kinh nghiệm là hai yếu tố nền tảng giúp KTV nhận diện các khuôn mẫu, liên kết các thông tin rời rạc và lựa chọn phương pháp xử lý phù hợp (Libby & Luft, 1993). Tuy nhiên, các yếu tố tình huống như áp lực thời gian và độ phức tạp của nhiệm vụ có thể làm suy giảm chất lượng phán đoán. Đặc biệt, các sai lệch nhận thức là những cạm bẫy tâm lý có hệ thống có thể dẫn đến những quyết định sai lầm. Các nghiên cứu của Tversky & Kahneman (1974) đã chỉ ra các sai lệch phổ biến như dựa dẫm quá nhiều vào thông tin đầu tiên nhận được, sai lệch xác nhận (thiên hướng tìm kiếm thông tin xác nhận cho niềm tin sẵn có), và sự tự tin thái quá.

Trong bối cảnh Big Data, Lý thuyết Hợp lý có giới hạn của Herbert Simon (1957) trở nên đặc biệt phù hợp. Lý thuyết này cho rằng con người không phải là những thực thể ra quyết định hoàn toàn hợp lý có khả năng xử lý mọi thông tin để tối ưu hóa kết quả. Thay vào đó, khả năng nhận thức của con người là có giới hạn. Khi đối mặt với một khối lượng thông tin khổng lồ và phức tạp từ Big Data, con người có xu hướng đơn giản hóa vấn đề và tìm kiếm một giải pháp "đủ tốt" thay vì giải pháp tối ưu. Điều này đặt ra một thách thức lớn là làm thế nào để KTV có thể tận dụng nguồn thông tin dồi dào từ Big Data mà không bị quá

tải thông tin và rơi vào các bẫy phán đoán do giới hạn về năng lực nhận thức.

Mối quan hệ tương tác giữa công nghệ, dữ liệu và phán đoán của con người

Các nghiên cứu về tác động của công nghệ lên phán đoán của KTV thường phân thành hai luồng quan điểm chính.

Luồng quan điểm tích cực cho rằng công nghệ, bao gồm cả phân tích Big Data, đóng vai trò là một công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp tăng cường năng lực phán đoán của con người. Bằng cách tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại, tốn nhiều thời gian như thu thập, làm sạch và đối chiếu dữ liệu, công nghệ giải phóng KTV khỏi các công việc sự vụ (Bhimani & Willcocks, 2014; Zárate-Torres và cộng sự, 2025). Nhờ đó, KTV có thêm thời gian và nguồn lực trí tuệ để tập trung vào các hoạt động có giá trị gia tăng cao hơn như phân tích chiến lược, diễn giải các kết quả phức tạp và tư vấn cho ban lãnh đạo. Theo cách tiếp cận này, công nghệ không thay thế con người mà "tăng cường" trí tuệ của con người, tạo ra một sự cộng sinh hiệu quả giữa máy móc và chuyên gia (Chen & Feng, 2025).

Ngược lại, luồng quan điểm tiêu cực hoặc thận trọng cảnh báo về những rủi ro tiềm ẩn. Sự phụ thuộc quá mức vào các công cụ phân tích và thuật toán có thể dẫn đến hiện tượng "xói mòn kỹ năng", khi KTV dần mất đi khả năng thực hiện các phân tích cơ bản và tư duy phản biện (Sun và cộng sự, 2024). Đặc biệt, nhiều thuật toán phân tích Big Data hoạt động như những thuật toán thiếu minh bạch, đưa ra kết quả mà không giải thích rõ ràng logic bên trong (Quattrone, 2016; Adelakun và cộng sự, 2024). Việc chấp nhận các kết quả này một cách thụ động mà không có sự hoài nghi chuyên môn cần thiết có thể dẫn đến sai lầm nghiêm trọng, nhất là khi các thuật toán này có thể ẩn chứa những sai lệch (O'Neil, 2017; Brauneis & Goodman, 2018).

Khung nghiên cứu đề xuất

Bài viết đề xuất khung phân tích khám phá để tìm hiểu sâu hơn về mối quan hệ giữa Big Data và năng lực phán đoán của KTV quản trị. Trong khung nghiên cứu này, Big Data (đặc trưng bởi khối lượng, tốc độ, sự đa dạng và tính xác thực của dữ liệu) được xem là biến tác động. Năng lực phán đoán của KTV quản trị (bao gồm khả năng nhận diện vấn đề, phân tích, đánh giá và ra quyết định) là biến kết quả. Mối quan hệ giữa 2 biến này được cho là chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố trung gian, bao gồm: (i) nhận thức của KTV về vai trò và giá trị của Big Data; (ii) sự thay đổi trong quy trình làm việc và cơ cấu tổ chức bộ phận kế toán; và (iii) sự phát triển và yêu cầu về các bộ kỹ năng mới (kỹ năng phân tích dữ liệu, tư duy phản biện, và kiến thức kinh doanh). Bài viết này, với phương pháp tiếp cận định tính, sẽ không nhằm mục đích kiểm định định lượng các mối quan hệ này mà tập trung vào việc khám phá bản chất, cơ chế và các sắc thái của chúng trong bối cảnh thực tế tại các doanh nghiệp bán lẻ.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên cách tiếp cận diễn giải và áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính. Dữ liệu sơ cấp của nghiên cứu được thu thập thông qua kỹ thuật phỏng vấn bán cấu trúc chuyên sâu. Dàn bài phỏng vấn được thiết kế nhằm khám phá sâu các khía cạnh xoay quanh mối quan hệ giữa Big Data và phán đoán chuyên môn. Quá trình phỏng vấn tập trung vào bốn nhóm vấn đề chính như sau: (i) Cách thức Big Data cung cấp những hiểu biết kinh doanh sâu sắc, đa chiều và tác động tích cực đến việc ra quyết định, nhằm làm rõ khả năng "soi chiếu những góc khuất kinh doanh"; (ii) Những thách thức và nghịch lý khi làm việc trong môi trường dữ liệu lớn, đặc biệt là việc đối mặt với tình trạng quá tải thông tin sau giai đoạn "thiếu dữ liệu"; (iii) Sự thay đổi trong bản chất của phán đoán chuyên môn khi kế toán viên phải tương tác, thẩm định và kiểm chứng tính hợp lý của các kết quả do thuật toán tạo ra, qua đó khám phá "vai trò mới" của phán đoán; và (iv) Sự dịch chuyển trong vai trò của kế toán viên và những yêu cầu về bộ kỹ năng mới, đặc biệt là năng lực diễn giải và truyền đạt thông tin dữ liệu. Mỗi cuộc phỏng vấn dự kiến kéo dài từ 45 đến 60 phút, được thực hiện linh hoạt qua hình thức trực tiếp tại nơi làm việc của người tham gia hoặc trực tuyến qua các nền tảng hội họp video (như Zoom, Google Meet) để đảm bảo sự thuận tiện và bảo mật tối đa. Toàn bộ quá trình thu thập dữ liệu được tiến hành trong khoảng thời gian từ tháng 3/2025 đến tháng 6/2025. Các cuộc phỏng vấn sẽ được ghi âm lại với sự đồng ý của người tham gia và sau đó được gỡ băng nguyên văn để đảm bảo tính toàn vẹn của dữ liệu.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu có chủ đích nhằm tiếp cận những đối tượng có thể cung cấp thông tin sâu và phù hợp nhất với chủ đề. Tiêu chí lựa chọn người tham gia bao gồm: (i) là kế toán viên quản trị, chuyên viên phân tích tài chính hoặc các vị trí tương đương có vai trò tham mưu ra quyết định; (ii) có tối thiểu 03 năm kinh nghiệm làm việc; và (iii) đang công tác tại các doanh nghiệp bán lẻ quy mô lớn tại Việt Nam (như các chuỗi siêu thị, sàn thương mại điện tử, chuỗi cửa hàng tiện lợi) đã và đang triển khai các hệ thống phân tích Big Data. Để đảm bảo tính bảo mật và tuân thủ các chuẩn mực đạo đức trong nghiên cứu, tên của các doanh nghiệp tham gia sẽ được ẩn danh. Thay vào đó, nghiên cứu sẽ cung cấp những

mô tả đặc trưng nhưng không định danh về bối cảnh của các doanh nghiệp này, giúp người đọc hình dung được quy mô và mức độ ứng dụng công nghệ mà không làm lộ danh tính. Ví dụ:

• Một chuỗi siêu thị sẽ được mô tả là: *"Một trong những chuỗi siêu thị có quy mô và độ phủ lớn nhất Việt Nam, thuộc một tập đoàn bán lẻ đa ngành hàng đầu, nổi bật với chiến lược tích hợp công nghệ và hệ sinh thái khách hàng thân thiết với hàng triệu thành viên"*.

• Một sàn thương mại điện tử sẽ được mô tả là: *"Sàn thương mại điện tử đang dẫn đầu thị trường Việt Nam về cả thị phần và lượng truy cập, có mô hình kinh doanh hoàn toàn dựa trên nền tảng phân tích dữ liệu lớn để cá nhân hóa trải nghiệm người dùng và tối ưu vận hành"*.

• Một chuỗi cửa hàng tiện lợi sẽ được mô tả là: *"Một chuỗi cửa hàng tiện lợi thương hiệu quốc tế có mạng lưới dày đặc tại các thành phố lớn, vận hành 24/7 và được biết đến với khả năng tối ưu hóa danh mục sản phẩm và vận hành dựa trên phân tích dữ liệu giao dịch thời gian thực"*.

Dự kiến, nghiên cứu sẽ tiến hành phỏng vấn từ 10 đến 15 đối tượng cho đến khi đạt được trạng thái bão hòa dữ liệu, tức là khi các cuộc phỏng vấn mới không còn cung cấp thêm thông tin hay chủ đề mới đáng kể.

Dữ liệu sau khi được gỡ băng sẽ được phân tích bằng phương pháp phân tích theo chủ đề theo quy trình sáu bước được đề xuất bởi Braun & Clarke (2006). Quy trình này bao gồm: (i) Làm quen dữ liệu, (ii) Mã hóa sơ bộ, (iii) Tìm kiếm các chủ đề, (iv) Rà soát các chủ đề, (v) Định nghĩa và đặt tên chủ đề, (vi) Viết báo cáo.

Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Chủ đề 1: Big Data - soi chiếu những góc khuất kinh doanh

Phát hiện nổi bật đầu tiên từ các cuộc phỏng vấn là sự thừa nhận rộng rãi về khả năng của Big Data trong việc cung cấp một góc nhìn chi tiết và đa chiều hơn về hoạt động kinh doanh, vượt xa giới hạn của các báo cáo tài chính truyền thống. Các KTV quản trị cho biết, trước đây phán đoán của họ chủ yếu dựa trên các con số tài chính tổng hợp, có độ trễ và thường chỉ cho thấy "phần nổi của tảng băng chìm". Big Data, với khả năng tích hợp và phân tích các nguồn dữ liệu phi tài chính khổng lồ, đã cho phép họ "soi chiếu" vào những góc khuất mà trước đây không thể tiếp cận.

Cụ thể, việc phân tích dữ liệu giỏ hàng, dữ liệu hành vi khách hàng trên các nền tảng số và hiệu quả của từng đơn vị sản phẩm (SKU) đã trở thành công cụ đắc lực. Một KTV quản trị tại một chuỗi siêu thị lớn chia sẻ:

"Trước đây, cuối tháng chúng tôi chỉ biết lãi hay lỗ chung cho cả ngành hàng. Bây giờ, nhờ phân tích dữ liệu giỏ hàng, tôi có thể chỉ ra cho ban giám đốc rằng những khách hàng mua sản phẩm A thì có xu hướng rất cao sẽ mua kèm sản phẩm B, nhưng không phải là sản phẩm C. Từ đó, tôi có thể tư vấn cho bộ phận marketing và ngành hàng về cách sắp xếp layout cửa hàng hoặc xây dựng các gói combo hiệu quả hơn. Phán đoán của mình không còn mơ hồ mà dựa trên bằng chứng rất cụ thể." (KTVQT, Chuỗi siêu thị X).

Một chuyên viên phân tích tại một sàn TMĐT cũng nhấn mạnh sự thay đổi trong việc đánh giá hiệu quả các chiến dịch marketing:

"Ngày xưa chạy khuyến mãi xong chỉ biết doanh thu tổng có tăng không. Giờ thì chúng tôi phân tích được chính xác chương trình "mua 1 tặng 1" đã thu hút được bao nhiêu khách hàng mới, và quan trọng hơn là tỷ lệ họ quay lại mua hàng sau khi hết khuyến mãi là bao nhiêu. Phán đoán về hiệu quả đầu tư cho marketing trở nên sắc bén và đáng tin cậy hơn rất nhiều." (Chuyên viên phân tích, Sàn TMĐT Y).

Phát hiện này khẳng định sự ủng hộ quan điểm tích cực trong các nghiên cứu trước đây (ví dụ, Appelbaum và cộng sự, 2017; Warren và cộng sự, 2015) cho rằng, Big Data làm giàu nguồn thông tin cho KTQT. Nó cho thấy một sự dịch chuyển rõ rệt trong nền tảng của phán đoán chuyên môn: từ việc dựa trên kinh nghiệm và các chỉ số tài chính mang tính lịch sử sang phán đoán dựa trên bằng chứng được cung cấp bởi dữ liệu thời gian thực và đa dạng. Điều này giúp KTV quản trị thực hiện tốt hơn vai trò đối tác chiến lược, cung cấp những hiểu biết sâu sắc giúp định hình các quyết định kinh doanh thay vì chỉ đơn thuần đo lường kết quả.

Chủ đề 2: Từ "thiếu dữ liệu" đến tình trạng quá tải thông tin

Bên cạnh những lợi ích không thể phủ nhận, một nghịch lý cũng được các đối tượng nghiên cứu đề cập thường xuyên. Đó là sự chuyển đổi từ tình trạng "thiếu dữ liệu" trong quá khứ sang nguy cơ rơi vào tình trạng quá tải thông tin ở hiện tại. Nhiều người tham gia chia sẻ cảm giác bị choáng ngợp bởi khối lượng thông tin khổng lồ, tốc độ cập nhật liên tục và sự phức tạp của các mối quan hệ trong dữ liệu. Tình trạng này dẫn đến một hiện tượng tâm lý được gọi là "tê liệt phân tích", khi việc có quá nhiều thông tin lại cản trở thay vì hỗ trợ quá trình ra quyết định.

Một chuyên viên phân tích kỳ cựu bộc bạch:

"Hệ thống có thể xuất ra hàng trăm báo cáo, biểu đồ mỗi ngày. Nếu không có kinh nghiệm để biết cần

nhìn vào đâu, đâu là "tín hiệu" và đâu chỉ là "nhiễu", bạn sẽ bị lạc lối và cuối cùng không đưa ra được kết luận gì cả. Đôi khi có quá nhiều số liệu còn đáng sợ hơn là không có số liệu nào". (Chuyên viên phân tích, Sàn TMĐT Y).

Cảm giác này còn đi kèm với áp lực phải tìm ra những mục tiêu đột phá từ kho dữ liệu, như một KTV quản trị chia sẻ:

"Có những lúc tôi cảm thấy bất lực. Dữ liệu thì vô tận, nhưng thời gian và trí óc con người thì có hạn. Áp lực phải tìm ra một điều gì đó mới mẻ từ kho dữ liệu đó đôi khi khiến chúng tôi không dám đưa ra quyết định vì sợ bỏ sót một thông tin quan trọng nào đó mà mình chưa xem xét." (KTVQT, Chuỗi siêu thị X).

Phát hiện này là một minh chứng cho Lý thuyết Hợp lý có giới hạn của Herbert Simon (1957). Big Data đã đẩy giới hạn về năng lực nhận thức của con người đến cực điểm. Trong bối cảnh này, năng lực phán đoán của KTV không chỉ đơn thuần là khả năng phân tích, mà quan trọng hơn, là năng lực "sàng lọc", "ưu tiên hóa" và "tổng hợp" thông tin một cách hiệu quả. Kinh nghiệm chuyên môn lúc này đóng vai trò như một bộ lọc, giúp họ nhanh chóng xác định các chỉ số quan trọng và bỏ qua những thông tin không liên quan. Điều này cho thấy, thay vì làm cho kinh nghiệm trở nên lỗi thời, Big Data lại càng làm nổi bật tầm quan trọng của kinh nghiệm trong việc định hướng quá trình phân tích.

Chủ đề 3: Phán đoán trong vai trò mới

Một trong những phát hiện có ý nghĩa nhất của nghiên cứu là sự thay đổi trong bản chất của phán đoán chuyên môn. Thay vì bị thay thế bởi các thuật toán, phán đoán của KTV đang được nâng lên một tầm cao mới: trở thành người "thẩm vấn" và "gác cổng" cho các kết quả do máy móc tạo ra. Các đối tượng nghiên cứu cho thấy một thái độ hoài nghi chuyên môn lành mạnh, họ không còn hoàn toàn tin tưởng vào các con số do hệ thống đề xuất mà không kiểm chứng. Thay vào đó, họ sử dụng sự am hiểu sâu sắc về bối cảnh kinh doanh và kinh nghiệm thực tế để kiểm chứng tính hợp lý của các kết quả đó.

Một trưởng bộ phận KTQT tại một chuỗi cửa hàng tiện lợi đã đưa ra một ví dụ điển hình:

"Hệ thống dự báo doanh thu tuần tới sẽ giảm 5% vì dữ liệu lịch sử trong 3 năm qua đều cho thấy xu hướng như vậy. Nhưng tôi biết rằng tuần tới có một kỳ nghỉ lễ dài bất thường và đối thủ cạnh tranh chính của chúng tôi trong khu vực đó đang gặp sự cố về chuỗi cung ứng. Đây là những yếu tố "bối cảnh" mà mô hình không được lập trình để hiểu. Phán đoán của tôi, dựa trên kinh nghiệm, là phải điều chỉnh con số dự báo đó lên ít nhất 10%." (KTVQT, Chuỗi cửa hàng tiện lợi Z).

Tương tự, một KTV khác cũng chia sẻ về việc phát hiện sai lệch trong mô hình:

"Mô hình phân tích của chúng tôi từng cảnh báo một nhóm khách hàng là "ít tiềm năng" vì họ ít mua sắm. Nhưng khi kiểm tra sâu hơn, tôi phát hiện đó là những khách hàng mới, vừa chuyển đến khu vực có cửa hàng của chúng tôi. Phán đoán của tôi là phải loại trừ nhóm này khỏi phân tích hoặc xem họ là một phân khúc đặc biệt cần quan tâm, thay vì bỏ qua như máy móc đề xuất. Máy móc chỉ nhìn thấy quá khứ, còn con người có thể phán đoán về tương lai." (KTVQT, Chuỗi siêu thị X).

Chủ đề này đồng thuận với luồng quan điểm thận trọng về công nghệ (Quattrone, 2016; O'Neil, 2017), cảnh báo về nguy cơ của các thuật toán thiếu minh bạch và sai lệch tiềm ẩn. Nó cho thấy phán đoán chuyên môn không hề bị xói mòn mà đang chuyển dịch từ "phán đoán về nghiệp vụ" sang "phán đoán về chất lượng của mô hình và dữ liệu". KTV quản trị trở thành một "người gác cổng" trí tuệ, người đảm bảo rằng các quyết định không chỉ dựa trên sự tối ưu hóa toán học mà còn phải hợp lý trong bối cảnh kinh doanh thực tế. Sự kết hợp giữa sức mạnh tính toán của máy móc và trí tuệ bối cảnh của con người tạo ra một sự cộng sinh hiệu quả, khẳng định giá trị không thể thay thế của kinh nghiệm và tư duy phản biện.

Chủ đề 4: Chuyển dịch vai trò thành chuyên gia diễn giải và truyền đạt thông tin dữ liệu

Cuối cùng, nghiên cứu chỉ ra rằng giá trị lớn nhất mà các KTV quản trị mang lại trong môi trường Big Data không nằm ở khả năng chạy các mô hình phân tích phức tạp, mà là ở năng lực chuyển hóa những kết quả đó thành các luận điểm kinh doanh có ý nghĩa, dễ hiểu và có sức thuyết phục cao để trình bày cho ban lãnh đạo. Kỹ năng diễn giải và tường thuật hóa dữ liệu đã trở thành một năng lực cốt lõi.

Một KTV quản trị nhấn mạnh:

"Sếp của tôi không cần biết tôi đã chạy mô hình hồi quy nào hay sử dụng thuật toán gì. Ông ấy muốn nghe một câu chuyện: Tại sao doanh thu chi nhánh A lại hoạt động kém hiệu quả hơn chi nhánh B dù có cùng diện tích và vị trí? Câu chuyện đó phải được kể bằng những con số biết nói, chỉ ra nguyên nhân gốc rễ và đề xuất giải pháp khả thi." (KTVQT, Chuỗi cửa hàng tiện lợi Z).

Một chuyên viên khác bổ sung về tầm quan trọng của việc trực quan hóa và giao tiếp:

"Công việc của tôi không kết thúc khi có con số. Nó chỉ thực sự bắt đầu. Tôi phải biến một bảng tính Excel dày đặc thành một biểu đồ đơn giản, một câu chuyện có mở đầu và kết luận. Thay vì nói "tỷ lệ khách hàng rời bỏ của chúng ta tăng 3%", tôi sẽ kể câu chuyện "Chúng ta đang mất 3 trong số 100 khách hàng trung thành mỗi tháng và đây là chân dung của họ, đây là những sản phẩm họ đã ngừng mua...". Cách trình bày đó tạo ra tác động và thúc đẩy hành động ngay lập tức". (Chuyên viên phân tích, Sàn TMĐT Y).

Chủ đề này nhấn mạnh sự trỗi dậy của các kỹ năng mềm, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp, trực quan hóa dữ liệu và tư duy chiến lược, trở nên quan trọng không kém các kỹ năng kỹ thuật phân tích. Nó tái khẳng định vai trò của KTV quản trị như một "người phiên dịch" giữa thế giới dữ liệu phức tạp và thế giới kinh doanh thực tiễn. Năng lực phán đoán ở đây được thể hiện qua việc lựa chọn những thông tin đắt giá nhất, sắp xếp chúng thành một luận điểm chặt chẽ và trình bày một cách thuyết phục để dẫn dắt quá trình ra quyết định của tổ chức. Đây chính là sự phát triển từ một chuyên gia kỹ thuật thành một cố vấn chiến lược đáng tin cậy.

Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu này đã khám phá và làm rõ tác động đa chiều, phức tạp của Dữ liệu lớn đến năng lực phán đoán của KTV quản trị tại các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam. Kết quả cho thấy một tác động kép rõ rệt: một mặt, Big Data tăng cường năng lực phán đoán bằng cách soi chiếu những góc khuất kinh doanh, cung cấp bằng chứng cụ thể và đa dạng để đưa ra quyết định sắc bén hơn. Mặt khác, nó cũng tạo ra thách thức đáng kể về tình trạng quá tải thông tin, đòi hỏi KTV phải có năng lực sàng lọc và tổng hợp hiệu quả. Quan trọng hơn, nghiên cứu khẳng định rằng phán đoán chuyên môn không bị xói mòn mà đang dịch chuyển vai trò một cách sâu sắc. Thay vì bị thay thế, KTV quản trị đang đảm nhận vai trò là người thẩm định và kiểm chứng các kết quả do máy móc tạo ra, sử dụng trí tuệ bối cảnh và tư duy phản biện để đánh giá tính hợp lý của dữ liệu. Sự chuyển dịch này đạt đến đỉnh cao khi họ đảm nhận vai trò của một chuyên gia diễn giải và tường thuật hóa dữ liệu, chuyển hóa các phân tích phức tạp thành những luận điểm kinh doanh thuyết phục, có giá trị trong tham mưu, tư vấn.

Từ những kết quả trên, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý mang tính khuyến nghị như sau:

Đối với doanh nghiệp, cần nâng cao các chương trình đào tạo nội bộ, không chỉ dừng lại ở các khóa học đại cương, mà cần tổ chức những workshop thực hành chuyên sâu về công cụ Business Intelligence (BI) như Power BI, Tableau và kỹ năng trực quan hóa và diễn giải dữ liệu. Quan trọng hơn, doanh nghiệp nên thiết lập và duy trì các nhóm làm việc đa chức năng (kế toán - phân tích dữ liệu - kinh doanh) để giải quyết các bài toán thực tế, qua đó thúc đẩy văn hóa tư duy phản biện và kiểm chứng chéo các giả định từ mô hình thuật toán.

Đối với các cơ sở đào tạo, cần khẩn trương cập nhật chương trình bằng cách tích hợp các học phần dự án (project-based learning), yêu cầu sinh viên giải quyết các tình huống kinh doanh thực tế trên bộ dữ liệu lớn của ngành bán lẻ. Việc tổ chức các cuộc thi phân tích dữ liệu (datathon) và xây dựng chương trình thực tập chuyên sâu tại bộ phận phân tích của doanh nghiệp (thay vì chỉ thực tập tại phòng kế toán truyền thống) sẽ giúp sinh viên có trải nghiệm thực tiễn.

Đối với bản thân người làm nghề kế toán, cần xây dựng lộ trình phát triển cá nhân rõ ràng: chủ động học các kỹ năng nền tảng như ngôn ngữ truy vấn SQL, Python cơ bản để xử lý dữ liệu, và tham gia các cộng đồng khoa học dữ liệu để cập nhật xu hướng. Đây là con đường tất yếu để chuyển đổi từ vai trò chuyên viên kỹ thuật thành một đối tác chiến lược, người có khả năng kết nối dữ liệu với các quyết định kinh doanh.

Tài liệu tham khảo:

Adaga, E. M., Okorie, G. N., Egieya, Z. E., Ikwue, U., Udeh, C. A., DaraOjimba, D. O., ... & Researcher, I. (2023). The role of big data in business strategy: A critical review. Computer Science & IT Research Journal, 4(3), 327-350.

Adelakun, B. O., Majekodunmi, T. G., & Akintoye, O. S. (2024). AI and ethical accounting: Navigating challenges and opportunities. International Journal of Advanced Economics, 6(6), 224-241.

Alles, M. G. (2015). Drivers of the use and facilitators and obstacles of the evolution of big data by the audit profession. Accounting Horizons, 29(2), 439-449.

Appelbaum, D., Kogan, A., Vasarhelyi, M., & Yan, Z. (2017). Impact of business analytics and enterprise systems on managerial accounting. International Journal of Accounting Information Systems, 25, 29-44.

Azzam, M. E. A. Y., Alsayed, M. S. H., Alsultan, A., & Hassanein, A. (2024). How big data features drive financial accounting and firm sustainability in the energy industry. Journal of Financial Reporting and Accounting, 22(1), 29-51.

Bhimani, A., & Willcocks, L. (2014). Digitisation, 'Big Data' and the transformation of accounting information. Accounting and Business Research, 44(4), 469-490.

Bonner, S. E. (1999). Judgment and decision-making research in accounting. Accounting Horizons, 13(4), 385.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.

Brauneis, R., & Goodman, E. P. (2018). Algorithmic transparency for the smart city. Yale Journal of Law & Technology, 20, 103.

Chen, X. S., & Feng, Y. (2025). Exploring the use of generative artificial intelligence in systematic searching: A comparative case study of a human librarian, ChatGPT-4 and ChatGPT-4 Turbo. IFLA Journal, 51(1), 84-93.

Libby, R., & Luft, J. (1993). Determinants of judgment performance in accounting settings: Ability, knowledge, motivation, and environment. Accounting, Organizations and Society, 18(5), 425-450.

McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big data: The management revolution. Harvard Business Review, 90(10), 61-67.

O'neil, C. (2017). Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy. Crown.

Quattrone, P. (2016). Management accounting goes digital: Will the move make it wiser?. Management Accounting Research, 31, 118-122.

Simon, H. A. (1957). Models of man: Social and rational; mathematical essays on rational human behavior in society setting. Wiley.

Sun, Y., Li, J., Lu, M., & Guo, Z. (2024). Study of the impact of the big data era on accounting and auditing. arXiv preprint arXiv:2403.07180.

Sun, Z., Strang, K., & Li, R. (2018, October). Big data with ten big characteristics. In Proceedings of the 2nd International Conference on Big Data Research (pp. 56-61).

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. Science, 185(4157), 1124-1131.

Warren, J. D., Moffitt, K. C., & Byrnes, P. (2015). How big data will change accounting. Accounting Horizons, 29(2), 397-407.

Zárate-Torres, R., Rey-Sarmiento, C. F., Acosta-Prado, J. C., Gómez-Cruz, N. A., Rodríguez Castro, D. Y., & Camargo, J. (2025). Influence of leadership on human-artificial intelligence collaboration. Behavioral Sciences, 15(7), 873.

XÂY DỰNG LỘ TRÌNH CHIẾN LƯỢC ÁP DỤNG CHUẨN MỰC IFRS S2 TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

TS. Đào Mạnh Huy* - PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng**

Nghiên cứu này xây dựng một lộ trình chiến lược toàn diện cho việc áp dụng Chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế S2 (IFRS S2) tại các doanh nghiệp Việt Nam. Việc ban hành IFRS S2 đã tạo ra một yêu cầu cấp thiết về minh bạch thông tin tài chính liên quan đến khí hậu. Tuy nhiên, các doanh nghiệp tại những thị trường mới nổi như Việt Nam phải đối mặt với nhiều thách thức đáng kể trong quá trình triển khai. Các rào cản này bao gồm sự thiếu hụt về năng lực chuyên môn, hệ thống dữ liệu chưa hoàn thiện và một khung pháp lý chưa đồng bộ. Bằng phương pháp tổng hợp các thông lệ quốc tế và phân tích sâu sắc bối cảnh đặc thù của Việt Nam, bài viết đề xuất một lộ trình có cấu trúc theo từng giai đoạn cụ thể. Lộ trình này tập trung vào bốn trụ cột chính: quản trị, chiến lược, quản lý rủi ro, và các chỉ số cùng mục tiêu. Nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tiếp cận theo lộ trình khoa học, bắt đầu từ việc nâng cao nhận thức và xây dựng năng lực, tiến tới tích hợp hệ thống và công bố thông tin hoàn chỉnh. Kết quả của nghiên cứu cung cấp một khuôn khổ hữu ích cho các nhà quản trị doanh nghiệp, đồng thời đưa ra những hàm ý quan trọng cho các nhà hoạch định chính sách trong việc hoàn thiện môi trường pháp lý, qua đó thúc đẩy quá trình áp dụng hiệu quả IFRS S2 tại Việt Nam.

• Từ khóa: *IFRS S2, khí hậu, báo cáo bền vững, thị trường mới nổi, Việt Nam.*

This study develops a comprehensive strategic roadmap for the implementation of International Financial Reporting Standard S2 (IFRS S2) within Vietnamese enterprises. The issuance of IFRS S2 has created an urgent imperative for transparency in climate-related financial information. However, enterprises in emerging markets such as Vietnam face significant challenges during the implementation process. These barriers include deficiencies in professional capacity, underdeveloped data systems, and a fragmented regulatory framework. By synthesizing international best practices with an in-depth analysis of Vietnam's specific context, this paper proposes a structured, phased roadmap. This roadmap is centered on four key pillars: Governance, strategy, risk management, and metrics and targets. The research underscores the importance of a systematic approach, commencing with awareness-raising and capacity-building before progressing to system integration and full disclosure. The findings provide a valuable framework for corporate managers and offer critical implications for policymakers tasked with refining the regulatory environment, thereby facilitating the effective adoption of IFRS S2 in Vietnam.

• Key words: *IFRS S2; climate-related disclosures; sustainability reporting; emerging markets; Vietnam.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 04/02/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.13

1. Giới thiệu

Bối cảnh báo cáo doanh nghiệp toàn cầu đang trải qua một giai đoạn chuyển đổi mang tính lịch sử. Sự ra đời của chuẩn mực báo cáo bền vững quốc tế IFRS S2, công bố thông tin liên quan đến khí hậu, là tâm điểm của sự chuyển đổi này. Chuẩn mực được ban hành bởi Ủy ban chuẩn mực bền vững quốc tế vào tháng 6 năm 2023. IFRS S2 thiết lập một tiêu chuẩn toàn cầu yêu cầu các tổ chức cung cấp thông tin nhất quán và có thể so sánh về các rủi ro và cơ hội liên quan đến khí hậu. Mục tiêu cốt lõi của chuẩn mực là cung cấp cho các nhà đầu tư, bên cho vay và các chủ nợ khác những thông tin hữu ích để họ đưa ra quyết định phân bổ vốn hiệu quả (IFRS Foundation, 2023a). Các nghiên cứu thực tiễn đã xác nhận rằng việc áp dụng chuẩn mực này giúp giảm thiểu thông tin bất cân xứng, từ đó nâng cao chất lượng và sự tin cậy trong các quyết định đầu tư (Shanshool et al., 2025). Yêu cầu này nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ từ các tổ chức đầu tư có tầm ảnh hưởng lớn trên toàn cầu. Họ xem đây là công cụ thiết yếu để quản lý rủi ro và tối ưu hóa các quyết định đầu tư trong dài hạn (CalPERS, 2022). Trước khi ISSB ra đời, hệ sinh thái báo cáo bền vững bị phân mảnh bởi nhiều khuôn khổ tự nguyện khác nhau, tạo ra sự thiếu nhất quán và gánh nặng báo cáo cho các công ty đa quốc gia. IFRS S2 ra đời nhằm giải quyết thách thức này, tạo ra một ngôn ngữ chung cho thông tin khí hậu trên thị trường vốn.

** Trường Đại học Lao động - Xã hội; email: huydaomanh@ulsa.edu.com*
*** Học viện Tài chính*

Trọng tâm của chuẩn mực xoay quanh khái niệm tính trọng yếu về tài chính. Nó tập trung vào các yếu tố khí hậu có khả năng ảnh hưởng một cách hợp lý đến dòng tiền, khả năng tiếp cận tài chính hoặc chi phí vốn của doanh nghiệp trong ngắn, trung và dài hạn. Bằng cách chính thức hóa quan điểm rằng rủi ro khí hậu chính là rủi ro tài chính, IFRS S2 đã đặt thông tin khí hậu ngang hàng với thông tin tài chính truyền thống. Điều này đòi hỏi thông tin khí hậu phải có cùng một mức độ tin cậy và khả năng kiểm chứng như dữ liệu kế toán. Đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam, một nền kinh tế có độ mở cao và phụ thuộc nhiều vào xuất khẩu cũng như vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, việc áp dụng chuẩn mực này không chỉ là một nghĩa vụ tuân thủ trong tương lai. Đây còn là một cơ hội chiến lược để tái định vị và nâng cao năng lực cạnh tranh. Một lộ trình áp dụng chủ động sẽ giúp doanh nghiệp cải thiện khả năng tiếp cận vốn quốc tế, giảm chi phí vốn và tạo dựng lợi thế bền vững trong nền kinh tế carbon thấp (IFRS Foundation, 2023a). Nhận thức được tầm quan trọng và tính phức tạp của quá trình chuyển đổi này, bài viết đề xuất một lộ trình chiến lược có cấu trúc. Lộ trình này được thiết kế để giúp các doanh nghiệp Việt Nam chuẩn bị và triển khai IFRS S2 một cách hệ thống và hiệu quả.

2. Cơ sở lý thuyết và khung khái niệm

IFRS S2 kế thừa và tích hợp toàn diện cấu trúc của lực lượng đặc nhiệm về công bố thông tin tài chính liên quan đến khí hậu (TCFD). Khung khái niệm này bao gồm bốn trụ cột chính là nền tảng cho mọi lộ trình chiến lược, mỗi trụ cột đều có cơ sở lý thuyết và hàm ý quản trị sâu sắc.

Thứ nhất là trụ cột quản trị, yêu cầu sự minh bạch về cách thức hội đồng quản trị và ban điều hành giám sát các vấn đề khí hậu. Doanh nghiệp phải công bố rõ ràng cơ cấu, quy trình và trách nhiệm giải trình từ cấp cao nhất. Từ góc độ lý thuyết, yêu cầu này trực tiếp giải quyết vấn đề ủy quyền-đại diện trong quản trị doanh nghiệp. Các nhà đầu tư (bên ủy quyền) cần sự đảm bảo rằng ban lãnh đạo (bên đại diện) đang hành động vì lợi ích dài hạn của họ bằng cách quản lý các rủi ro trọng yếu như rủi ro khí hậu (Jensen & Meckling, 1976). Hơn nữa, một cơ cấu quản trị khí hậu rõ ràng cũng đáp ứng yêu cầu từ lý thuyết các bên liên quan, vốn cho rằng doanh nghiệp phải có trách nhiệm giải trình với một nhóm đối tượng rộng hơn, không chỉ là cổ đông (Freeman, 1984). Việc thiếu một cơ chế giám sát hiệu quả từ hội đồng quản trị có thể dẫn đến việc quản lý rủi ro khí hậu một cách hời hợt và không hiệu quả.

Thứ hai là trụ cột chiến lược, yêu cầu doanh nghiệp phải giải trình cách các rủi ro và cơ hội khí hậu ảnh hưởng đến mô hình kinh doanh, chuỗi giá trị và hoạch định tài chính. Yêu cầu cốt lõi và thách thức nhất là sử dụng phân tích kịch bản để đánh giá khả năng chống chịu của chiến lược trước các tương lai khí hậu khác nhau (PwC, 2023). Phân tích kịch bản không phải là một công cụ dự báo tương lai, mà là một quy trình có cấu trúc để khám phá các kết quả tiềm năng và kiểm tra sự vững chắc của chiến lược hiện tại. Việc thực hiện phân tích này đòi hỏi doanh nghiệp phải có năng lực tư duy chiến lược và khả năng đối mặt với sự không chắc chắn. Nó giúp ban lãnh đạo xác định các điểm yếu, phát hiện các cơ hội mới và xây dựng các năng lực động để thích ứng và phát triển trong một môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng (Teece et al., 1997). Việc định lượng hóa các tác động tài chính tiềm tàng là một yêu cầu quan trọng, giúp các bên liên quan hiểu rõ mức độ ảnh hưởng của khí hậu đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp.

Thứ ba là trụ cột quản lý rủi ro, trụ cột này tập trung vào các quy trình mà doanh nghiệp sử dụng để nhận diện, đánh giá và quản lý rủi ro khí hậu. Điều quan trọng là các quy trình này phải được tích hợp một cách chặt chẽ vào khung quản lý rủi ro tổng thể của toàn doanh nghiệp. Rủi ro khí hậu bao gồm hai loại chính. Rủi ro vật chất là những rủi ro từ các sự kiện thời tiết khắc nghiệt (cấp tính) hoặc những thay đổi dài hạn trong các kiểu khí hậu (mãn tính). Rủi ro chuyển đổi là những rủi ro liên quan đến quá trình chuyển đổi sang một nền kinh tế carbon thấp, bao gồm các thay đổi về chính sách, công nghệ, thị trường và uy tín (TCFD, 2017). Việc tích hợp các rủi ro này vào ERM đảm bảo rằng chúng được quản lý với cùng một mức độ nghiêm ngặt và nhất quán như các rủi ro tài chính, hoạt động và chiến lược khác (Deloitte, 2023).

Cuối cùng là trụ cột các chỉ số và mục tiêu. Để định lượng hóa hiệu suất, doanh nghiệp phải công bố các chỉ số cụ thể. Yêu cầu quan trọng nhất là báo cáo phát thải khí nhà kính theo cả ba phạm vi. Scope 1 là phát thải trực tiếp từ các nguồn thuộc sở hữu hoặc kiểm soát của công ty. Scope 2 là phát thải gián tiếp từ việc mua điện, hơi nước, nhiệt và làm mát. Scope 3 là tất cả các phát thải gián tiếp khác xảy ra trong chuỗi giá trị của công ty, cả thượng nguồn và hạ nguồn (GHG Protocol, 2011). Việc thu thập dữ liệu Scope 3 là thách thức lớn nhất do sự phức tạp và sự phụ thuộc vào dữ liệu từ các đối tác bên ngoài. Tuy nhiên, đối với nhiều ngành, đây lại là nguồn phát

thải lớn nhất và phản ánh đầy đủ nhất rủi ro chuyển đổi của doanh nghiệp. Ngoài ra, việc sử dụng giá carbon nội bộ như một công cụ quản lý và công bố vốn đầu tư cho các hoạt động khí hậu cũng là những yêu cầu quan trọng (IFRS Foundation, 2023b).

3. Bối cảnh và thách thức tại Việt Nam

Bộ Tài chính Việt Nam đã thể hiện cam kết hội nhập quốc tế thông qua việc ban hành quyết định 345/QĐ-BTC, phê duyệt "Đề án áp dụng chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế tại Việt Nam". Lộ trình này vạch ra các giai đoạn áp dụng tự nguyện từ 2022 đến 2025 và bắt buộc sau năm 2025 đối với các chuẩn mực kế toán IFRS. Tuy nhiên, lộ trình hiện tại chủ yếu tập trung vào các chuẩn mực kế toán. Hiện vẫn chưa có một lộ trình chính thức riêng biệt cho các chuẩn mực báo cáo bền vững như IFRS S2. Khoảng trống chính sách này tạo ra một bối cảnh đặc thù cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Là một quốc gia có độ mở kinh tế cao, phụ thuộc nhiều vào thương mại quốc tế và vốn FDI, Việt Nam chịu ảnh hưởng sâu sắc từ các xu hướng toàn cầu. Các doanh nghiệp Việt Nam là một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng của nhiều tập đoàn đa quốc gia. Điều này tạo ra một áp lực gián tiếp nhưng mạnh mẽ. Các tập đoàn này, khi phải tuân thủ các quy định khắt khe tại thị trường của họ như chỉ thị báo cáo bền vững doanh nghiệp của liên minh Châu Âu, sẽ yêu cầu các nhà cung cấp của mình, bao gồm cả các doanh nghiệp Việt Nam, phải cung cấp dữ liệu phát thải và các thông tin bền vững khác. Do đó, việc áp dụng IFRS S2 không chỉ là lựa chọn mà dần trở thành một yêu cầu để duy trì khả năng cạnh tranh và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Tuy nhiên, việc triển khai sẽ đối mặt với nhiều thách thức mang tính hệ thống. Các nghiên cứu tại các thị trường mới nổi cho thấy những khó khăn phổ biến, bao gồm sự thiếu chuẩn bị của doanh nghiệp, thiếu dữ liệu và phương pháp luận được tiêu chuẩn hóa (Wahyuni et al., 2024). Một nghiên cứu thực tiễn rất phù hợp tại Ghana đã chỉ ra một khoảng trống lớn giữa nhận thức và năng lực. Mặc dù nhận thức chung về các chuẩn mực mới là khá cao, kiến thức chi tiết và chuyên môn kỹ thuật để triển khai lại thấp hơn đáng kể (Koranteng et al., 2024). Tình huống này rất có thể tương tự tại Việt Nam, nơi các doanh nghiệp có thể hiểu tầm quan trọng của báo cáo khí hậu nhưng lại thiếu nguồn lực và chuyên gia để thực hiện. Thực tế cho thấy, những thách thức trong việc tuân thủ IFRS S2 không phải là vấn đề riêng biệt của các thị trường mới nổi mà còn hiện hữu ngay cả tại các quốc gia phát triển. Minh chứng là một nghiên cứu tại Úc của Jubb và Liu (2024) đã kết luận rằng phần lớn các doanh nghiệp niêm yết vẫn chưa hoàn toàn sẵn sàng để đáp ứng các quy định khắt khe của chuẩn mực này. Nghiên cứu này chỉ ra các khoảng trống năng lực đáng kể trong việc thực hiện phân tích kịch bản khí hậu và lượng hóa các tác động tài chính. Nếu các doanh nghiệp tại một thị trường đã có nhiều kinh nghiệm về báo cáo TCFD còn gặp khó khăn, thì mức độ thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam, vốn có điểm xuất phát thấp hơn, sẽ còn lớn hơn đáng kể. Đặc biệt, việc thu thập dữ liệu phát thải Scope 3 được xác định là trở ngại chung lớn nhất, đòi hỏi sự đầu tư đáng kể vào công nghệ, quy trình và hợp tác trong chuỗi giá trị (Jubb & Liu, 2024). Do đó, những doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động xây dựng lộ trình áp dụng ngay từ bây giờ sẽ nắm bắt được lợi thế đi đầu. Họ có thể nâng cao uy tín, thu hút dòng vốn đầu tư có trách nhiệm và củng cố vị thế cạnh tranh.

4. Đề xuất lộ trình chiến lược

Để chuyển đổi một cách hiệu quả, doanh nghiệp cần một cách tiếp cận theo từng giai đoạn. Lộ trình chiến lược dưới đây được đề xuất gồm ba giai đoạn chính, giúp doanh nghiệp xây dựng năng lực một cách bài bản và bền vững.

Giai đoạn đầu tiên, kéo dài từ sáu đến mười hai tháng, tập trung vào việc xây dựng nền tảng và nhận thức. Mục tiêu chính là tạo ra sự đồng thuận trong nội bộ và hiểu rõ quy mô của thách thức. Quá trình này bắt đầu bằng việc đào tạo chuyên sâu cho hội đồng quản trị và ban điều hành về các yêu cầu của IFRS S2, các tác động chiến lược và vai trò giám sát của họ. Sự am hiểu và cam kết của lãnh đạo là yếu tố tiên quyết cho thành công. Tiếp theo, việc thành lập một ban chỉ đạo đa chức năng là cần thiết, bao gồm đại diện từ các phòng ban chủ chốt như tài chính, quản lý rủi ro, chiến lược và vận hành. Giai đoạn này kết thúc bằng một phân tích khoảng trống toàn diện, đánh giá hiện trạng của công ty so với các yêu cầu của IFRS S2 trên cả bốn trụ cột. Phân tích này nên đi kèm với một đánh giá trọng yếu ban đầu để xác định các rủi ro và cơ hội khí hậu có ảnh hưởng tài chính lớn nhất đến tổ chức. Kết quả của giai đoạn này là một bản đồ chi tiết về những thiếu hụt và một kế hoạch hành động cụ thể.

Giai đoạn thứ hai, với thời gian dự kiến từ mười hai đến mười tám tháng, chuyển trọng tâm sang xây dựng hệ thống và quy trình. Giai đoạn này tập trung vào việc thiết lập các cấu trúc và quy trình cần

thiết để thu thập, quản lý và báo cáo thông tin một cách có hệ thống. Dựa trên kết quả phân tích, doanh nghiệp cần chính thức hóa vai trò và trách nhiệm về các vấn đề khí hậu trong các văn bản quản trị. Song song đó, việc tích hợp rủi ro khí hậu vào khung quản lý rủi ro doanh nghiệp hiện có là một bước đi chiến lược. Doanh nghiệp cũng cần bắt đầu thử nghiệm các phương pháp phân tích kịch bản để đánh giá khả năng chống chịu của chiến lược kinh doanh. Thách thức lớn nhất trong giai đoạn này là xây dựng hệ thống thu thập và quản lý dữ liệu. Doanh nghiệp cần ưu tiên đo lường phát thải GHG Scope 1 và 2, đồng thời lên kế hoạch làm việc với các đối tác trong chuỗi giá trị để thu thập dữ liệu Scope 3. Việc phát triển các quy trình kiểm soát nội bộ đối với báo cáo bền vững cũng nên được bắt đầu trong giai đoạn này để đảm bảo tính chính xác và tin cậy của dữ liệu.

Giai đoạn cuối cùng là triển khai, báo cáo và cải tiến liên tục. Giai đoạn này đưa các hệ thống đã xây dựng vào vận hành và tạo ra một chu trình học hỏi không ngừng. Dựa trên dữ liệu đã thu thập và chiến lược của công ty, doanh nghiệp cần thiết lập các mục tiêu khí hậu cụ thể, có thể đo lường và có thời hạn rõ ràng. Trước khi phải báo cáo chính thức, việc chuẩn bị một báo cáo thử nghiệm theo IFRS S2 là một bước đi khôn ngoan. Việc này giúp nhận diện các vấn đề trong quy trình và kiểm tra tính nhất quán của dữ liệu. Để tăng cường độ tin cậy, doanh nghiệp nên xem xét việc thuê một bên thứ ba độc lập để thực hiện đảm bảo cho các thông tin bền vững được công bố. Cuối cùng, một chu trình rà soát hàng năm phải được thiết lập. Việc này giúp doanh nghiệp cập nhật các đánh giá rủi ro, theo dõi tiến độ thực hiện mục tiêu và liên tục cải tiến chất lượng thông tin công bố. Lộ trình này phù hợp với các khuyến nghị từ nghiên cứu thực tiễn tại các thị trường mới nổi, nhằm đảm bảo một quá trình chuyển đổi hiệu quả và bền vững (Koranteng et al., 2024).

5. Kết luận và hàm ý

Sự ra đời của IFRS S2 đánh dấu một sự thay đổi cơ bản và không thể đảo ngược trong kỳ vọng của thị trường vốn toàn cầu. Việc công bố thông tin khí hậu không còn là hoạt động mang tính hình ảnh. Nó đã trở thành một yêu cầu cốt lõi, được thiết kế để cung cấp thông tin đầu vào quan trọng cho các quyết định phân bổ vốn trên thị trường (IFRS Foundation, 2023b). Việc cung cấp thông tin đáng tin cậy này được chứng minh là giúp thị trường định giá rủi ro khí hậu chính xác hơn, từ đó dẫn đến việc phân bổ vốn hiệu quả hơn trong toàn nền kinh tế (Shanshool et al., 2025). Đối với các doanh nghiệp Việt Nam, việc coi IFRS S2 không phải là một gánh nặng tuân thủ mà là một khuôn khổ để tư duy chiến lược sẽ mở ra nhiều cơ hội. Một lộ trình áp dụng chủ động và bài bản sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng chống chịu, xác định các cơ hội kinh doanh mới trong nền kinh tế carbon thấp, và củng cố niềm tin với nhà đầu tư. Hành động ngay từ bây giờ là một khoản đầu tư chiến lược. Nó giúp đảm bảo sự thành công và tạo ra giá trị bền vững trong một tương lai đầy biến động.

Bài viết này mang lại một số hàm ý quan trọng. Đối với các nhà quản lý doanh nghiệp, lộ trình được đề xuất cung cấp một khuôn khổ hành động rõ ràng để chủ động thích ứng, thay vì chờ đợi các quy định bắt buộc. Đối với các nhà hoạch định chính sách tại Việt Nam, cần sớm có các hướng dẫn cụ thể về việc áp dụng các chuẩn mực báo cáo bền vững IFRS. Việc này bao gồm cả việc xây dựng năng lực cho thị trường và tạo ra một môi trường pháp lý rõ ràng. Đối với các cơ sở giáo dục, cần cập nhật chương trình đào tạo kế toán, kiểm toán và tài chính để trang bị cho thế hệ nhân lực tương lai những kiến thức và kỹ năng cần thiết. Đối với các nhà nghiên cứu, cần có thêm các nghiên cứu định lượng về chi phí và lợi ích của việc áp dụng IFRS S2 trong bối cảnh cụ thể của Việt Nam, cũng như các nghiên cứu tình huống về các doanh nghiệp tiên phong.

Tài liệu tham khảo:

CalPERS. (2022, July 27). Re: Exposure Draft IFRS S2 Climate-related Disclosures. California Public Employees' Retirement System. https://www.calpers.ca.gov /docs/comment-faber-lloyd-climate-related-disclosures-july-27-2022.pdf

Deloitte. (2023). A closer look at the final IFRS Sustainability Disclosure Standards. IAS Plus. https://www.iasplus.com/en/publications/global/a-closer-look/2023/ifrs-sustainability-disclosure-standards

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman, Boston.

GHG Protocol. (2011). Corporate value chain (Scope 3) accounting and reporting standard. World Resources Institute & World Business Council for Sustainable Development.

IFRS Foundation. (2023a). Effects analysis: IFRS S1 General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information and IFRS S2 Climate-related Disclosures. https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/general-sustainability-related-disclosures/effects-analysis.pdf

IFRS Foundation. (2023b). IFRS S2 Climate-related Disclosures. IFRS Foundation. https://www.ifrs.org/issued-standards/ifrs-sustainability-standards-navigator/ifrs-s2-climate-related-disclosures/

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. https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X

Koranteng, F. S., Amoah, N., Addo, A., Agyemang, K., & Gbadago, F. (2024). IFRS S1 and S2 implementation readiness in emerging markets: A multi-dimensional assessment framework and market readiness index. Journal of Financial Reporting and Accounting. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/JFRA-12-2024-0921

PwC. (2023). IFRS S1 and IFRS S2: A new era in sustainability reporting. PwC. https://www.pwc.com/gx/en/services/audit-assurance/ifrs-reporting/issb-sustainability-reporting.html

Shanshool, M. H. M., Al-Karawi, A. M. Y., & Al-Zubaidi, T. H. A. (2025). The impact of applying IFRS S2 in improving investment decisions. In B. Alareeni & A. Hamdan (Eds.), Leveraging advanced technologies: Business model innovation and the future (Lecture Notes in Networks and Systems, Vol. 1574, pp. 353-361). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-032-00447-5_34

Task Force on Climate-related Financial Disclosures. (2017). Final report: Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures. TCFD. https://www.fsb-tcfd.org/publications/

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509-533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z

Wahyuni, P. D. (2025). The role of IFRS S1 and S2 in enhancing transparency and accountability of ESG reports: A systematic review. Asian Journal of Economics, Business and Accounting, 25(1), 1-15. https://doi.org/10.9734/ajeba/2025/v25i11628

Jubb, C., & Liu, Z. (2024). Report on Australian listed companies' readiness for IFRS S2 climate-related disclosures (AASB Research Centre Working Paper No. 24-01). SSRN. https://doi.org/10.2139/ssrn.4744219

ẢNH HƯỞNG CỦA QUY MÔ, LĨNH VỰC KINH DOANH ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN ĐƠN VỊ KIỂM TOÁN BIG4: BẰNG CHỨNG TỪ CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Trương Thùy Vân*

Với xu hướng minh bạch và chuẩn hóa thông tin theo chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế, các nhà đầu tư ngày càng quan tâm hơn đến uy tín của các đơn vị kiểm toán cho các thông tin doanh nghiệp niêm yết công bố và việc lựa chọn Big4 cho các cuộc kiểm toán được nhà đầu tư quan tâm. Bài viết dựa vào việc đánh giá những số liệu quá khứ qua 18 năm của 171 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam để đưa ra đánh giá về sự ảnh hưởng của quy mô và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán ở các doanh nghiệp niêm yết. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có bằng chứng chắc chắn về ảnh hưởng của quy mô (với biến đại diện là tổng tài sản) đến việc lựa chọn Big4 theo chiều hướng quy mô càng lớn thì khả năng lựa chọn Big4 càng tăng, các yếu tố khác như doanh thu và tỷ suất sinh lời của tài sản không có ảnh hưởng và lĩnh vực hoạt động cũng như đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng nhưng không rõ ràng.

• Từ khóa: *kiểm toán, big4, việc lựa chọn đơn vị kiểm toán, thị trường chứng khoán Việt Nam.*

In line with the trend toward transparency and the standardization of financial information under International Financial Reporting Standards (IFRS), investors have increasingly placed greater emphasis on the reputation of audit firms associated with the financial disclosures of listed companies. This study analyzes panel data covering an 18-year period from 171 companies listed on the Vietnamese stock market to examine the impact of firm size and industry sector on the selection of Big Four audit firms. The empirical results provide strong evidence that firm size, proxied by total assets, has a significant influence on the choice of Big Four auditors, indicating that larger firms are more likely to appoint Big Four audit firms. Other factors, such as revenue and return on assets, do not exhibit statistically significant effects, while industry sector and financial leverage show some influence, albeit with inconclusive results.

• Key words: *auditing, big four, the choice of auditors, Vietnam's stock market.*

Ngày nhận bài: 20/01/2026
Ngày gửi phản biện: 04/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.14

1. Giới thiệu

Định hướng phát triển kinh tế mở trong những năm gần đây của Việt Nam thôi thúc các doanh nghiệp tiến gần hơn với thị trường tài chính và đầu tư quốc tế, những định hướng về chính sách trong việc chuyển đổi công tác lập báo cáo tài chính theo chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRS) lộ trình đến năm 2025. Những thay đổi chế độ kế toán, chuyển đổi công tác thuế và hoàn thiện dần hệ thống văn bản chính sách pháp luật của Nhà nước đang tạo môi trường cho các nhà đầu tư nước ngoài tham gia vào thị trường Việt Nam, cũng như giúp các doanh nghiệp trong nước vươn ra thị trường quốc tế. Để làm được điều đó, đối với các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán, việc minh bạch thông tin được các nhà đầu tư quan tâm hàng đầu và báo cáo tài chính là công cụ chuyển tải thông tin một cách đầy đủ nhất cho nhà đầu tư.

Báo cáo tài chính là kênh thông tin kết nối giữa nhà đầu tư với doanh nghiệp, quyết định đầu tư được đưa ra khi nhà đầu tư đặt kỳ vọng vào doanh nghiệp thông qua những thông tin được cung cấp từ báo cáo tài chính. Đối với các doanh nghiệp niêm yết, các thông tin trên báo cáo tài chính cần thực hiện kiểm toán trước khi công khai minh bạch cho nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán và chất lượng kiểm toán của các công ty kiểm toán là cơ sở để doanh nghiệp lựa chọn công ty kiểm toán và cũng là cơ sở quan trọng để nhà đầu tư đưa ra đánh giá

** Trường Đại học Quảng Bình; email: thuyvan4685@gmail.com*

(DeAngelo, 1981). Kiểm toán là loại hình dịch vụ mà sản phẩm của nó mang tính kinh tế cao và dựa vào nhu cầu của khách hàng và khả năng cung ứng dịch vụ của các đơn vị kiểm toán (Simunic, 1980) do đó nếu cuộc kiểm toán được thực hiện bằng các đơn vị kiểm toán lớn, có uy tín thì thông tin được kiểm toán sẽ được các nhà đầu tư đánh giá cao hơn về độ tin cậy cũng như những phản hồi về quy trình kiểm soát nội bộ sau mỗi cuộc kiểm toán. Do đó, kiểm toán không chỉ giúp thông tin công bố được đánh giá tin cậy hơn mà còn là một công cụ kiểm soát quá trình hoạt động tài chính của nhà quản lý trong năm kiểm toán, từ đó có những đề xuất tư vấn hoàn thiện hơn cho doanh nghiệp được kiểm toán, đặc biệt là các công ty kiểm toán có uy tín (Big4).

Có nhiều nghiên cứu trên thế giới và Việt Nam đưa ra những nhân tố khác nhau ảnh hưởng đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán như quy mô, uy tín đơn vị kiểm toán, cơ cấu vốn chủ sở hữu và cơ cấu nợ, các yếu tố thuộc về bản chất doanh nghiệp, v.v… Tuy nhiên chưa có nghiên cứu về ảnh hưởng của quy mô và lĩnh vực hoạt động đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán. Bên cạnh đó, khi xét đến dữ liệu phục vụ nghiên cứu, với đặc thù việc lựa chọn đơn vị kiểm toán mang tính chủ quan của nhà quản lý do đó các nghiên cứu trước đây chủ yếu thực hiện đánh giá dựa trên khảo sát từ nhà quản lý và kế toán viên để đưa ra nhận định về các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán (Piot, 2001; Hay & Davis, 2004; Lennox, 2005; Revier và Schroe, 2010; Nguyễn Thị Mai Anh, 2023).

Với mục tiêu sử dụng những dữ liệu số lớn trong quá khứ để xem xét ảnh hưởng của quy mô và các yếu tố thuộc về lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua mô hình hồi quy dữ liệu bảng để kiểm định giả thuyết đặt ra. Ngoài các phần tóm tắt, tài liệu tham khảo, bài viết gồm có 5 mục, tiếp sau mục 1 - Giới thiệu là mục 2 - Tổng quan và giả thuyết nghiên cứu về ảnh hưởng của quy mô và lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán ở Việt Nam; mục 3- Mô hình và dữ liệu nghiên cứu, mục 4- Kết quả nghiên cứu và mục 5 - Kết luận.

2. Tổng quan và giả thuyết nghiên cứu về ảnh hưởng của quy mô và lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán ở Việt Nam

Có rất nhiều nghiên cứu trên thế giới cho thấy quy mô của doanh nghiệp ảnh hưởng đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán. Hay & Davis (2004); Lennox (2005); Revier và Schoroe (2010). Piot (2001) cho rằng đối với các doanh nghiệp lớn là những đơn vị có khối lượng giao dịch kế toán lớn, phức tạp do đó kiểm toán viên sẽ cần phải dành nhiều thời gian hơn cho cuộc kiểm toán của mình, và những đơn vị kiểm toán uy tín sẽ có khả năng phát hiện những bất thường cao hơn so với các đơn vị khác. Mặt khác, đối với những doanh nghiệp có quy mô lớn, hoạt động phức tạp, việc phân cấp quản lý càng cao thì khả năng bao quát quản lý trực tiếp của nhà quản lý sẽ bị hạn chế, do đó Hay & Davis (2004) nhấn mạnh thêm vai trò cần thiết phải thực hiện các cuộc kiểm toán ở các đơn vị kiểm toán chất lượng cao đối với các doanh nghiệp có quy mô lớn đó là một kênh để nhà quản lý dựa vào đó để thực hiện giám sát và kiểm tra công tác kế toán trong doanh nghiệp mình. Thông qua các cuộc kiểm toán chất lượng cao sẽ hoàn thiện hơn hệ thống giám sát và kiểm soát nội bộ và gia tăng sự giám sát giữa công ty mẹ với các công ty con. Bên cạnh đó, khi quy mô doanh nghiệp tăng, chất lượng kiểm toán ở các đơn vị kiểm toán chất lượng cao được duy trì ổn định với chi phí kiểm toán ổn định, do đó lợi ích thu về sẽ cao hơn (Lennox, 2005; Revier và Schroe, 2010).

Tuy nhiên, xét một phương diện khác, Lennox (2000) đưa ra quan điểm của mình về việc những doanh nghiệp có lợi nhuận cao thường sẽ có động cơ cho việc lựa chọn những đơn vị kiểm toán chất lượng thấp nhằm che giấu hành vi quản trị lợi nhuận của doanh nghiệp. Ở Việt Nam, Nguyễn Thị Mai Anh (2023) thực hiện khảo sát đối với các nhà quản lý và kế toán về các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn các doanh nghiệp kiểm toán cho thấy danh tiếng của đơn vị kiểm toán, cơ cấu sở hữu và quy mô doanh nghiệp là một trong số những nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán. Hoàng Thị Hồng Vân (2018) cũng có kết quả tương tự khi nghiên cứu về đặc điểm của doanh nghiệp ảnh hưởng đến việc lựa chọn công ty niêm yết.

Khi xem xét đến đặc thù của các doanh nghiệp thì yếu tố lĩnh vực kinh doanh có ảnh hưởng khác nhau đến quyết định của doanh nghiệp (Roulac và cộng sự, 2005). Chen và cộng sự (2020) cũng cùng chung quan điểm khi cho rằng đối với những doanh nghiệp mà việc quản lý của chủ sở hữu được tập trung quan tâm thì sẽ có xu hướng lựa chọn những đơn vị kiểm toán uy tín hay nói cách khác những đơn vị có đòn bẩy tài chính lớn dự kiến có tác động nghịch chiều.

Trong lĩnh vực kiểm toán, bốn tập đoàn tư vấn

và kiểm toán hàng đầu thế giới bao gồm: Deloitte, PricewaterhouseCoopers (PwC). Earns&Young (EY) và KPMG, đây là những tập đoàn lớn và uy tín trong lĩnh vực kiểm toán và tư vấn kế toán, tài chính, thuế, tư vấn chiến lược cho các doanh nghiệp gọi tắt là Big4 trong lĩnh vực kiểm toán. Ở các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, trong 3.078 lượt quan sát suốt 18 năm của 171 doanh nghiệp chỉ có 920 lượt kiểm toán báo cáo tài chính/ năm từ các đơn vị kiểm toán thuộc Big4, chiếm 29,89%. Xét theo quan điểm của Guedhanmi và cộng sự (2009) về việc các công ty nước ngoài và có vốn đầu tư nước ngoài thường có xu hướng lựa chọn các đơn vị kiểm toán quốc tế thay vì các đơn vị kiểm toán trong nước thì để thu hút vốn đầu tư nước ngoài thì việc chọn đơn vị kiểm toán cũng có ảnh hưởng nhất định.

Như vậy, xét về quy mô doanh nghiệp đã có những quan điểm khác nhau về ảnh hưởng của quy mô đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán, từ đó giả thuyết đặt ra là:

H1: Các yếu tố về mô có ảnh hưởng thuận chiều đối với việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán.

Xét về lĩnh vực hoạt động và đặc điểm của doanh nghiệp, giả thuyết đặt ra là:

H2: Lĩnh vực hoạt động và đặc trưng của các doanh nghiệp niêm yết có ảnh hưởng đến việc lựa chọn Big4 là đơn vị kiểm toán.

Tuy nhiên, khác với các nghiên cứu trước đây sử dụng dữ liệu thông qua bảng khảo sát từ các đối tượng thì trong nghiên cứu này, dữ liệu trong quá khứ của các doanh nghiệp niêm yết được sử dụng để xem xét và đưa ra minh chứng cho việc kiểm định giả thuyết.

3. Phương pháp nghiên cứu, mô hình và dữ liệu nghiên cứu

Để kiểm định giả thuyết nghiên cứu được đưa ra, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua mô hình hồi quy dữ liệu bảng. Mô hình hồi quy được sử dụng để kiểm định giả thuyết nghiên cứu H1 và H2 là mô hình hồi quy dữ liệu bảng với biến phụ thuộc là việc lựa chọn đơn vị kiểm toán (Big4), các biến độc lập được đưa vào mô hình bao gồm ba biến đại diện cho quy mô: tổng tài sản (Quymo), tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA), doanh thu (Doanhthu) và hai biến đại diện cho đặc trưng riêng của doanh nghiệp: lĩnh vực hoạt động (Linhvuc) và đòn bẩy tài chính (Donbay). Mô hình đề xuất như sau:

$$Big4_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it} + \beta_2 Quymo_{it} + \beta_3 Doanhthu_{it} + \beta_4 Linhvuc_{it} + \beta_5 Donbay_{it} + u_{it}$$

Trong đó:

$Big4_{it}$ là việc lựa chọn một trong 4 tập đoàn kiểm toán trong Big4 làm đơn vị kiểm toán của đơn vị i thời kỳ t. Big4 được xác định bằng 1 nếu kiểm toán báo cáo tài chính được thực hiện bởi một trong 4 tập đoàn kiểm toán thuộc Big4, ngược lại là 0;

ROA_{it} là tỷ suất sinh lời của tài sản của đơn vị i thời kỳ t. ROA được xác định bằng cách lấy lợi nhuận kế toán trước thuế chia cho tổng tài sản.

$Quymo_{it}$ là quy mô tổng tài sản của đơn vị i thời kỳ t. Quymo được xác định bằng cách lấy logarit cơ số mũ tự nhiên của tổng tài sản - Ln(Tổng tài sản).

$Doanhthu_{it}$ là mức tăng trưởng doanh thu của đơn vị i thời kỳ t. Doanhthu được xác định bằng cách lấy doanh thu thuần kỳ này trừ doanh thu thuần kỳ trước chia cho doanh thu thuần kỳ trước.

$Linhvuc_{it}$ là lĩnh vực hoạt động của đơn vị i thời kỳ t. Linhvuc nhận giá trị 1 nếu thuộc nhóm lĩnh vực hoạt động thứ j và bằng 0 nếu không thuộc các nhóm lĩnh vực hoạt động được cụ thể trong bảng 1.

$Donbay_{it}$ là đòn bẩy tài chính của đơn vị i thời kỳ t. Donbay được xác định bằng cách lấy giá trị nợ dài hạn chia cho tổng tài sản.

β_0 là hằng số để ước lượng BTD khi các hệ số bằng 0; các giá trị β_1 đến β_5 là hệ số của các biến độc lập;

u đại diện cho phần dư (sai số của mô hình).

Bảng 1: Danh sách lĩnh vực hoạt động

TT	Mã	Tên lĩnh vực theo Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam 2007 (VSIC 2007)	Số lượng doanh nghiệp	Số quan sát
1	100	Sản xuất nông - *lâm* - ngư nghiệp	5	90
2	200	Khai khảng	6	108
3	300	Tiện ích công cộng	8	144
4	400	Xây dựng và bất động sản	33	594
5	500	Sản xuất	69	1.242
6	600	Thương mại (bán sỉ)	11	198
7	700	Thương mại (bán lẻ)	6	108
8	800	Vận tải và kho bãi	15	270
9	900	Công nghệ - Truyền thông	6	108
10	1000	Tài chính và bảo hiểm	6	108
11	1200	Dịch vụ chuyên môn - Khoa học - kỹ thuật	3	54
12	1400	Dịch vụ hỗ trợ	1	18
13	1700	Nghệ thuật và dịch vụ giải trí	1	18
14	1800	Dịch vụ lưu trú và ăn uống	1	18
		Tổng cộng	**171**	**3.078**

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, thông tin được thu thập thông qua CafeF.vn

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 171 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán thực hiện niêm yết trên thị trường chứng khoán và dữ liệu liên tục trong 18 năm (từ năm 2007 đến năm 2024) trên tất cả các sàn giao dịch trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Nhìn vào bảng 1 có thể thấy các doanh nghiệp sản xuất chiếm số lượng lớn trong 14 nhóm ngành có doanh nghiệp đủ điều kiện đưa vào mẫu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định và lựa chọn ước lượng phù hợp

Thông qua mô hình nghiên cứu, kết quả chạy mô hình hồi quy dữ liệu bảng nhằm thực hiện kiểm tra giả thuyết nghiên cứu được thực hiện với phần mềm STATA.14. Số liệu thống kê mô tả các biến được thể hiện qua bảng 2 và bảng 3.

Bảng 2: Thống kê mô tả biến định lượng

TT	Biến	Giá trị TB	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Số quan sát
1	ROA	0,0860566	0,1356886	-0,3891261	5,40953	3.078
2	Quymo	13,48927	1,66061	8,386133	20,31928	3.078
3	Doanhthu	0,2807789	3,276571	-24,16141	127,4579	3.078
4	Donbay	0,1070077	0,2052355	0	4,62652	3.078

Nguồn: STATA.14

Bảng 3: Thống kê mô tả biến định tính

Biến	Giá trị	Tần suất	Phần trăm (%)	Biến	Mã	Tần suất	Phần trăm (%)
Big4	0	2.158	70,11	Linhvuc	100	90	2,92
	1	920	29,89		200	108	3,51
					300	144	4,68
					400	594	19,30
					500	1242	40,35
					600	198	6,43
					700	108	3,51
					800	270	8,77
					900	108	3,51
					1000	108	3,51
					1200	54	1,75
					1400	18	0,58
					1700	18	0,58
					1800	18	0,58

Nguồn: STATA.14

Thực hiện kiểm tra tương quan của các biến trong mô hình, kết quả thể hiện qua bảng 4.

Bảng 4: Tương quan của các biến trong mô hình

	Big4	ROA	Quymo	Doanhthu	Donbay	Linhvuc
Big4	1					
ROA	0,0226	1				
Quymo	0,5705	-0,0666	1			
Doanhthu	-0,0251	0,0097	-0,0424	1		
Donbay	0,0224	-0,0661	0,1689	0,1717	1	
Linhvuc	0,0105	0,0191	-0,1721	0,0155	-0,1012	1

Nguồn: STATA.14

Kết quả trong bảng 4 cho thấy, không có cặp biến nào có giá trị lớn hơn 0,6 nên giữ nguyên các biến trong mô hình để thực hiện tiếp các lựa chọn liên quan đến mô hình xử lý dữ liệu.

Trong quá trình thực hiện lựa chọn mô hình, thực hiện kiểm định Breusch-Pagan để lựa chọn xem mô hình có tác động ngẫu nhiên hay không, kết quả kiểm định cho thấy P-value - 0,000 bé hơn mức ý nghĩa 0,05 do đó bác bỏ giả thuyết và mô hình OLS không được sử dụng. Tiếp tục thực hiện kiểm định Hausman để lựa chọn mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM), kết quả kiểm định Hausman cho ra kết quả:

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(4) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)

= 59,54

Prob>chi2 = 0,0000

(V_b-V_B is not positive definite)

Như vậy, mô hình tác động cố định sẽ phù hợp hơn để đánh giá.

Tuy nhiên, khi kiểm tra mô hình tác động cố định thì có xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi, tự tương quan bậc 1 và tương quan chéo, do đó để có thể sử dụng để đánh giá tác động của các nhân tố, tác giả sử dụng mô hình tác động cố định với phương sai sai số chuẩn (Robust) để khắc phục các khuyết tật của mô hình hiện có. Kết quả mô hình được thể hiện qua Bảng 5.

Bảng 5: Kết quả chạy mô hình hồi quy dữ liệu bảng sai số chuẩn

Biến phụ thuộc Big 4	Hệ số (Coef.)	Độ lệch (Std. Err)	T (z)	p-value p>|z|
ROA	0,039087	0,0383075	1,02	0,308
Quymo	0,1029183	0,014553	7,07	0,000
Doanhthu	0,0015814	0,0012556	1,26	0,208
Donbay	-0,0601243	0,0521049	-1,15	0,249
Linhvuc	0,0001288	0,0001065	1,21	0,226
Hằng số (Cons-)	-1,157973	0,208363	-5,56	0,000
Random-effects GLS regression - Robust				
R-sq	Within=	7,42%	Number of obs:	3.078
	Between=	45,00%	Number of groups:	171
	Overall=	34,31%	Obs per group:	18
Wald chi2(5)=	50,23	Cor(u I, X) =	0 (assumed)	
Prob>chi2 =	0,0000			

Nguồn: Kết quả tính toán từ STATA.14

Ngoài ra, trong trường hợp này mô hình giả định chưa biết cấu trúc của các sai số như thế nào, tác giả sử dụng thêm ước lượng FGLS (Feasible Generalized Least Squares) hồi quy bình phương tối thiểu tổng quát khi không biết chính xác cấu trúc sai số, kết quả chạy ước lượng FGLS được thể hiện qua bảng 6.

Bảng 6: Kết quả ước lượng FGLS cho mô hình hồi quy dữ liệu bảng

xtgls Big4 ROA Quymo Doanhthu Donbay Linhvuc, panels(heteroskedastic) corr(ar1)
Cross-sectional time-series FGLS regression
Coefficients: generalized least squares
Panels: heteroskedastic
Correlation: common AR(1) coefficient for all panels (0,9020)
Estimated covariances = 171 Number of obs = 3.078
Estimated autocorrelations = 1 Number of groups = 171
Estimated coefficients = 6 Time periods = 18
Wald chi2(5) = 229,20
Prob > chi2 = 0,0000

Biến phụ thuộc Big 4	Hệ số (Coef.)	Độ lệch (Std. Err)	T (z)	p-value p>|z|
ROA	0,0065647	0,004547	1,44	0,149
Quymo	0,0357797	0,0024104	14,84	0,000
Doanhthu	0,0003364	0,0002214	1,52	0,129
Donbay	0,022892	0,0054569	4,20	0,000
Linhvuc	0,0001187	0,0000236	5,02	0,000
Hằng số (Cons-)	-0,4538076	0,0333647	-13,60	0,000

Nguồn: Kết quả tính toán từ STATA.14

4.2. Đánh giá ảnh hưởng của quy mô và lĩnh vực kinh doanh của các doanh nghiệp đến việc lựa chọn Big 4 làm đơn vị kiểm toán

Thông qua kết quả mô hình hồi quy dữ liệu bảng ở bảng 5 và bảng 6, có thể thấy được tác động của các biến đại diện cho quy mô và các yếu tố thuộc về đặc điểm lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp có ảnh hưởng khác nhau đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán Big4. Cụ thể:

Chấp nhận giả thuyết H1, các yếu tố về quy mô có ảnh hưởng thuận chiều đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán. Cụ thể các biến đại diện cho quy mô doanh nghiệp bao gồm: ROA, quy mô tổng tài sản và doanh thu thì chỉ có quy mô tổng tài sản (Quymo) là có ý nghĩa thống kê, các biến còn lại không có ý nghĩa thống kê. Thông qua cả hai ước lượng ở bảng 5 và bảng 6, cho thấy ảnh hưởng của quy mô tổng tài sản đến việc lựa chọn Big4 theo hướng tích cực với hệ số tác động dao động từ 0,035 đến 0,1029. Như vậy, với quy mô tổng tài sản của doanh nghiệp càng lớn thì càng làm gia tăng khả năng lựa chọn các đơn vị kiểm toán Big4 để kiểm toán báo cáo tài chính. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đây trên thế giới và Việt Nam như nghiên cứu của Hay & Davis (2004), Lennox, (2005), Revier và Schroe (2010), Nguyễn Thị Mai Anh (2023). Tuy nhiên, với quan điểm của Lennox (2000) về việc doanh nghiệp có lợi nhuận cao thường có xu hướng lựa chọn đơn vị kiểm toán lớn có uy tín thì chưa có bằng chứng để khẳng định nhận định này.

Chưa đủ cơ sở để chấp nhận hoàn toàn giả thuyết H2, các yếu tố về lĩnh vực hoạt động và đặc trưng của doanh nghiệp niêm yết có thể có ảnh hưởng đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán. Đối với các yếu tố đại diện cho đặc điểm riêng của đơn vị bao gồm lĩnh vực kinh doanh và đòn bẩy tài chính, khi sử dụng ước lượng OLS với hệ số sai số chuẩn vững thì hai yếu tố này không có ý nghĩa thống kê, tuy nhiên khi thực hiện ước lượng bình phương tối thiểu tổng quát (FGLS) thì hai biến này lại có ý nghĩa thống kê và hệ số tác động tỷ lệ thuận. Như vậy, có thể thấy ảnh hưởng của các yếu tố về lĩnh vực và đòn bẩy tài chính của đơn vị có ảnh hưởng nhưng không rõ ràng đến việc lựa chọn đơn vị kiểm toán Big4. Điều này có thể là do đặc thù việc lựa chọn phụ thuộc nhiều vào mong muốn của nhà quản lý và cơ cấu nợ hay lĩnh vực kinh doanh ít có liên quan đến lựa chọn này.

Thông qua kết quả nghiên cứu, có thể thấy xu hướng các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam có quy mô càng lớn thì có khả năng cao sẽ lựa chọn các đơn vị kiểm toán có uy tín như Big 4 còn các đặc điểm khác liên quan đến lĩnh vực hoạt động hay yếu tố về đòn bẩy tài chính không có cơ sở. Kết quả này giúp gợi mở nhu cầu cho các đơn vị kiểm toán Big 4 tiếp cận khách hàng ở Việt Nam và thông qua đó mở ra các dịch vụ mà đặc điểm các khách hàng có quy mô tài sản lớn cần hướng đến như tư vấn quản lý tài chính, thiết kế hệ thống kiểm soát nội bộ hay quản trị rủi ro và hoạch định chiến lược. Kết quả này còn hàm ý việc các doanh nghiệp có quy mô lớn quan tâm nhiều hơn đến chất lượng thông tin được kiểm toán bởi đơn vị có uy tín, quan tâm đến quản trị tài chính bền vững hơn là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ.

5. Kết luận: Bài viết sử dụng số liệu trong 18 năm của 171 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam thuộc 14 nhóm lĩnh vực kinh doanh khác nhau để nghiên cứu ảnh hưởng các biến đại diện cho quy mô và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán. Kết quả cho thấy trong ba biến định lượng đại diện cho quy mô chỉ có biến quy mô tổng tài sản là có ảnh hưởng đến việc lựa chọn Big4 làm đơn vị kiểm toán theo chiều hướng quy mô tổng tài sản càng tăng thì càng tăng khả năng lựa chọn các đơn vị kiểm toán Big4 làm đơn vị kiểm toán. Điều này cho thấy các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam với quy mô càng lớn thì càng mong muốn có sự tham khảo và tư vấn từ các đơn vị kiểm toán uy tín hơn, cụ thể là các đơn vị kiểm toán thuộc Big4. Đối với các yếu tố đại diện cho đặc trưng về lĩnh vực hoạt động và đòn bẩy tài chính thì có dấu hiệu về việc ảnh hưởng của lĩnh vực hoạt động và đòn bẩy tài chính, tuy nhiên chưa rõ ràng và cần có thêm các nghiên cứu tiếp theo cụ thể hơn về vấn đề này.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Thị Mai Anh (2023), Nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn doanh nghiệp kiểm toán của các công ty niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán Hà Nội, Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán, Kỳ 1 tháng 5 (số 239), pp. 66-70.

Hoàng Thị Hồng Vân (2018), Nghiên cứu yếu tố đặc điểm doanh nghiệp ảnh hưởng đến lựa chọn công ty kiểm toán các doanh nghiệp ở Việt Nam, Tạp chí Chính sách & Thị trường Tài chính - Tiền tệ, Số tháng 4/2018.

Chen, Y., Lin. B., Lu, L., Zhou, G. (2020), Can internal audit functions improve firm operational efficiency? Evidence from China, Managerial Auditing Journal (2020) 35 (8): 1167-1188. https://doi.org/10.1108/MAJ-01-2019-2136.

DeAngelo, L.E. (1981), Auditor Size and Audit Quality, Journal of Accounting and Economics, 3, 183-199. http://dx.doi. org/10.1016/0165-4101(81)90002-1.

Guedhanmi, O., Pittman, J.A., Saffar, W. (2009), Audior choice in privatized firms: Empirical evidence on the role of state and foreign owners, Journal of Accounting and Economics, 48(2-3): 151-171. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2009.08.003.

Hay, D và Davis, D. (2004), The voluntary choice of an audit of any level of quality, Auditing: A journal of Practice and Theory, Vol 23(2), pp.37-53.

Lennox, C. (2005), Audit quanlity and executive officers' affiliations with CPA firms, Journal of Accounting and Economics, 39, 201-231.

Piot, C. (2001), Agency costs and audit quality: evidence from France, European Accounting Review, 10 (3): 461-499. https://doi.org/10.1080/713764630.

Revier, E. and Schroe, R. (2010), Determinants of auditor choice, A Master Thesis Submitted to the Faculty of Economics, 2010.

Roulac, S., Adair, A., McGreal, A., Berry, J., Brown, L., Heaney, G. (2005), Corporate strategic decision making: A compareative analysis of companies in the industrial and non-industrial sectors, Journal of Property Investment& Finance, 23(4): 364-378.

Simunic, Dan A. (1980), The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence, Journal of Accounting Research, Vol.18, No. 1 Spring 1980, 161-190.

HỆ THỐNG THÔNG TIN KẾ TOÁN TRÊN NỀN TẢNG ĐIỆN TOÁN ĐÁM MÂY: XU HƯỚNG VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

ThS. Nguyễn Thu Hà* - ThS. Nguyễn Thị Thu Thư*

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, điện toán đám mây đã trở thành nền tảng quan trọng thúc đẩy đổi mới hệ thống thông tin kế toán (AIS) trong doanh nghiệp. Nghiên cứu này nhằm phân tích xu hướng ứng dụng AIS trên nền tảng điện toán đám mây và làm rõ các hàm ý quản trị đối với doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng AIS trên nền tảng điện toán đám mây giúp nâng cao hiệu quả xử lý thông tin, giảm chi phí vận hành, gia tăng tính linh hoạt và hỗ trợ nhà quản trị đưa ra quyết định kịp thời. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng phải đối mặt với các thách thức như rủi ro bảo mật dữ liệu, phụ thuộc vào nhà cung cấp dịch vụ và yêu cầu nâng cao năng lực nhân sự. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm tối ưu hóa việc triển khai hệ thống này trong thực tiễn.

• Từ khóa: *hệ thống thông tin kế toán, điện toán đám mây, chuyển đổi số, doanh nghiệp.*

In the context of rapid digital transformation, cloud computing has become a key platform driving innovation in Accounting Information Systems (AIS) within enterprises. This study aims to analyze the trends in adopting cloud-based AIS and to clarify the managerial implications for businesses. The findings indicate that the implementation of cloud-based AIS enhances information processing efficiency, reduces operational costs, increases flexibility, and supports timely managerial decision-making. However, enterprises also face several challenges, including data security risks, dependence on service providers, and the need to improve human resource capabilities. Based on these findings, the study proposes several solutions to optimize the implementation of such systems in practice.

• Key words: *accounting information systems, cloud computing, digital transformation, enterprises.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 26/02/2026
Ngày duyệt đăng: 20/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.15

1. Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, công nghệ thông tin đã và đang làm thay đổi căn bản phương thức tổ chức, vận hành và quản trị của doanh nghiệp. Trong đó, điện toán đám mây đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc chuyển đổi số của doanh nghiệp (Vũ Thị Thanh Bình & Trần Khánh Linh, 2024). Sự phát triển nhanh chóng của điện toán đám mây đã mở ra những cơ hội mới trong việc hiện đại hóa hệ thống thông tin kế toán (Accounting Information Systems - AIS), góp phần nâng cao chất lượng thông tin tài chính và hỗ trợ ra quyết định quản trị một cách hiệu quả.

Hệ thống thông tin kế toán truyền thống thường gặp nhiều hạn chế như chi phí đầu tư lớn, khả năng truy cập dữ liệu bị giới hạn và thiếu tính linh hoạt trong môi trường kinh doanh biến động. Trong khi đó, việc ứng dụng điện toán đám mây cho phép doanh nghiệp lưu trữ, xử lý và chia sẻ dữ liệu kế toán theo thời gian thực, đồng thời giảm thiểu chi phí hạ tầng và nâng cao khả năng tích hợp với các hệ thống quản lý khác. Nhờ đó, các doanh nghiệp có thể cải thiện đáng kể hiệu quả quản trị, tăng cường tính minh bạch và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Tại Việt Nam, cùng với quá trình thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, việc ứng dụng hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây ngày càng được quan tâm. Tuy nhiên, mức độ triển khai vẫn chưa đồng đều và còn tồn tại nhiều rào cản như hạn chế về nhận thức, năng lực công nghệ cũng như các vấn đề liên quan đến bảo mật và an toàn dữ liệu. Điều này đặt ra yêu cầu cần có những nghiên cứu chuyên sâu nhằm đánh giá xu hướng phát triển và đề xuất các hàm ý quản trị phù hợp. Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này tập trung phân tích xu hướng ứng dụng hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây, đồng thời làm rõ những lợi ích, thách thức và đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao hiệu quả triển khai trong doanh nghiệp.

** Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên; tác giả liên hệ, email: thuthu@tueba.edu.vn*

2. Cơ sở lý luận

2.1. Cơ sở lý thuyết về hệ thống thông tin kế toán

Hệ thống thông tin kế toán (Accounting Information Systems - AIS) là một bộ phận quan trọng trong hệ thống thông tin quản lý của doanh nghiệp, có chức năng thu thập, xử lý, lưu trữ và cung cấp thông tin tài chính phục vụ cho các đối tượng sử dụng khác nhau, bao gồm nhà quản lý, nhà đầu tư và cơ quan quản lý nhà nước. AIS không chỉ hỗ trợ việc lập báo cáo tài chính mà còn đóng vai trò thiết yếu trong việc tăng cường kiểm soát nội bộ, quản lý rủi ro và hỗ trợ ra quyết định chiến lược trong môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp (Romney & Steinbart, 2018).

Theo Romney và Steinbart (2018), AIS là một hệ thống có nhiệm vụ thu thập, ghi nhận, lưu trữ và xử lý dữ liệu nhằm tạo ra thông tin hữu ích cho người ra quyết định. Trong khi đó, Gelinas và cộng sự (2018) nhấn mạnh rằng AIS không chỉ là một hệ thống kỹ thuật mà còn là sự tích hợp giữa con người, quy trình và công nghệ nhằm đảm bảo dòng chảy thông tin chính xác và kịp thời trong tổ chức.

Theo cách tiếp cận hiện đại, AIS được định nghĩa là sự kết hợp giữa dữ liệu và các quy trình xử lý (thường được tự động hóa bằng công nghệ thông tin) để tạo ra thông tin cần thiết cho người dùng (Viron Zaçe & Ingrid Shuli, 2025). Cấu trúc của AIS bao gồm năm yếu tố cơ bản: (1) hệ thống thông tin đầu vào, (2) hệ thống xử lý cơ sở dữ liệu, (3) hệ thống lưu trữ, (4) hệ thống thông tin đầu ra và (5) kiểm soát hệ thống thông tin kế toán (Đỗ Thị Thu Hằng, 2021). Sự phối hợp hiệu quả giữa các yếu tố này quyết định chất lượng thông tin kế toán, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, AIS đang dần chuyển từ hệ thống truyền thống sang hệ thống số hóa và tự động hóa cao. Điều này không chỉ giúp giảm thiểu sai sót do con người mà còn nâng cao khả năng phân tích dữ liệu, hỗ trợ doanh nghiệp đưa ra quyết định nhanh chóng và chính xác hơn. Như vậy, AIS ngày nay không chỉ là công cụ xử lý thông tin kế toán mà còn là nền tảng hỗ trợ quản trị thông minh và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững.

2.2. Điện toán đám mây và ứng dụng trong kế toán

Điện toán đám mây (cloud computing) là mô hình cung cấp dịch vụ công nghệ thông tin thông qua Internet, cho phép người dùng truy cập các tài nguyên như máy chủ, lưu trữ, cơ sở dữ liệu và phần mềm mà không cần đầu tư trực tiếp vào hạ tầng vật lý. Điện toán đám mây cho phép truy cập thuận tiện, theo yêu cầu đến một tập hợp tài nguyên điện toán có thể cấu hình và nhanh chóng cung cấp với nỗ lực quản lý tối thiểu (Mell & Grance, 2011).

Trong lĩnh vực kế toán, điện toán đám mây đã tạo ra một sự chuyển đổi mang tính đột phá từ các hệ thống kế toán truyền thống sang các hệ thống linh hoạt, có khả năng truy cập mọi lúc, mọi nơi. Nghiên cứu của Abdullah và cộng sự (2017) cho thấy điện toán đám mây có ảnh hưởng đáng kể đến các yếu tố của AIS như chứng từ, sổ kế toán, quy trình xử lý và báo cáo tài chính, qua đó làm thay đổi cách thức vận hành của hệ thống kế toán trong doanh nghiệp.

Việc ứng dụng điện toán đám mây vào AIS mang lại nhiều lợi ích đáng kể. Thứ nhất, nó giúp giảm chi phí đầu tư ban đầu do doanh nghiệp không cần xây dựng hạ tầng CNTT riêng. Thứ hai, khả năng mở rộng linh hoạt giúp doanh nghiệp dễ dàng điều chỉnh tài nguyên theo nhu cầu sử dụng. Thứ ba, phần mềm kế toán trên nền tảng đám mây thường được cập nhật tự động, giúp đảm bảo tính bảo mật và tuân thủ các quy định pháp lý hiện hành. Thứ tư, điện toán đám mây giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng khả năng đổi mới thông qua việc tối ưu hóa chi phí và tài nguyên.

Bên cạnh đó, các mô hình dịch vụ như Software as a Service (SaaS) đã giúp doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, dễ dàng tiếp cận và triển khai hệ thống kế toán hiện đại mà không cần đội ngũ kỹ thuật chuyên sâu. Ngoài ra, điện toán đám mây còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc tích hợp AIS với các hệ thống khác như ERP và CRM, từ đó nâng cao khả năng chia sẻ dữ liệu và cải thiện hiệu quả quản lý tổng thể của doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ này cũng đi kèm với một số thách thức như rủi ro bảo mật thông tin, phụ thuộc vào nhà cung cấp dịch vụ và các vấn đề liên quan đến quyền riêng tư dữ liệu. Bảo mật vẫn là một trong những rào cản lớn đối với việc áp dụng rộng rãi điện toán đám mây trong doanh nghiệp (Nguyễn Thị Hải Yến, 2024). Nhìn chung, điện toán đám mây không chỉ là một xu hướng công nghệ mà còn là một yếu tố thúc đẩy đổi mới trong hệ thống thông tin kế toán, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời đại số.

3. Xu hướng phát triển hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả quản trị doanh nghiệp. Xu hướng phát triển của mô hình này được thể hiện qua một số khía cạnh chủ yếu sau:

3.1. Gia tăng mức độ ứng dụng trong doanh nghiệp

Ngày càng nhiều doanh nghiệp chuyển từ hệ thống kế toán truyền thống sang các giải pháp dựa trên nền tảng đám mây nhằm tận dụng các lợi ích về chi phí và hiệu quả vận hành. Đặc biệt, các doanh nghiệp nhỏ và vừa có xu hướng ưu tiên lựa chọn các giải pháp cloud-based AIS do không đòi hỏi đầu tư lớn vào hạ tầng công nghệ ban đầu. Việc triển khai các hệ thống này giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận công nghệ hiện đại và nâng cao năng lực cạnh tranh.

3.2. Tích hợp công nghệ mới trong hệ thống kế toán

Một trong những xu hướng nổi bật là sự tích hợp của các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), tự động hóa quy trình bằng robot (RPA) và dữ liệu lớn (Big Data) vào hệ thống thông tin kế toán. Các công nghệ này cho phép tự động hóa nhiều nghiệp vụ kế toán, giảm thiểu sai sót do con người và nâng cao khả năng phân tích dữ liệu. Nhờ đó, hệ thống không chỉ dừng lại ở việc ghi nhận thông tin mà còn hỗ trợ dự báo và ra quyết định chiến lược.

3.3. Phát triển mô hình dịch vụ phần mềm (SaaS)

Mô hình phần mềm dưới dạng dịch vụ (Software as a Service - SaaS) ngày càng phổ biến trong lĩnh vực kế toán. Thay vì mua phần mềm và cài đặt trên hệ thống nội bộ, doanh nghiệp có thể sử dụng các dịch vụ kế toán trực tuyến với chi phí linh hoạt theo nhu cầu sử dụng. Mô hình này giúp giảm áp lực về bảo trì, nâng cấp hệ thống và đảm bảo phần mềm luôn được cập nhật theo các quy định và chuẩn mực kế toán mới nhất.

3.4. Tăng cường khả năng tích hợp và kết nối hệ thống

Hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng đám mây có khả năng tích hợp dễ dàng với các hệ thống quản lý khác như hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP), quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và quản lý chuỗi cung ứng (SCM). Sự tích hợp này tạo ra một hệ sinh thái dữ liệu thống nhất, giúp nâng cao hiệu quả quản trị tổng thể và hỗ trợ doanh nghiệp ra quyết định dựa trên dữ liệu toàn diện.

3.5. Nâng cao yêu cầu về bảo mật và tuân thủ

Cùng với sự phát triển của công nghệ, các yêu cầu về bảo mật thông tin và tuân thủ pháp lý cũng ngày càng được chú trọng. Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng hệ thống kế toán trên nền tảng đám mây đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn dữ liệu, bảo vệ thông tin tài chính và tuân thủ các quy định pháp luật liên quan. Đây vừa là thách thức, vừa là động lực thúc đẩy các nhà cung cấp dịch vụ không ngừng nâng cao chất lượng và độ tin cậy của hệ thống.

4. Lợi ích và thách thức khi áp dụng hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây

Việc triển khai hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây mang lại nhiều lợi ích đáng kể cho doanh nghiệp, song cũng đặt ra không ít thách thức cần được nhận diện và quản lý hiệu quả. Trước hết, hệ thống giúp giảm chi phí đầu tư và vận hành, bởi doanh nghiệp không cần đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin như máy chủ, phần mềm hay đội ngũ kỹ thuật, mà chỉ phải trả chi phí dịch vụ linh hoạt theo nhu cầu sử dụng thực tế. Bên cạnh đó, hệ thống cho phép truy cập và xử lý dữ liệu theo thời gian thực, giúp người dùng có thể truy cập thông tin kế toán mọi lúc, mọi nơi thông qua Internet, nâng cao tính kịp thời và chính xác của thông tin phục vụ việc ra quyết định. Hơn nữa, nhờ khả năng tích hợp và phân tích dữ liệu nhanh chóng, hệ thống hỗ trợ nhà quản lý đưa ra các quyết định chiến lược dựa trên thông tin đầy đủ, từ đó nâng cao hiệu quả quản trị và giảm thiểu rủi ro. Điểm mạnh khác của hệ thống là tính linh hoạt và khả năng mở rộng cao, giúp doanh nghiệp dễ dàng điều chỉnh quy mô hoặc nâng cấp hệ thống theo nhu cầu phát triển mà không gặp nhiều hạn chế về kỹ thuật. Cuối cùng, hệ thống còn tăng cường hợp tác và chia sẻ thông tin giữa các phòng ban, cải thiện hiệu quả phối hợp nội bộ và nâng cao năng suất làm việc, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp quản lý dữ liệu một cách tập trung và hiệu quả hơn.

Bên cạnh những lợi ích, việc áp dụng hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây

cũng đối mặt với một số thách thức đáng kể. Thứ nhất, rủi ro về bảo mật và an toàn dữ liệu là vấn đề được quan tâm hàng đầu. Việc lưu trữ dữ liệu trên nền tảng đám mây có thể tiềm ẩn nguy cơ bị tấn công mạng hoặc rò rỉ thông tin nếu không có các biện pháp bảo mật phù hợp. Thứ hai, doanh nghiệp có thể phụ thuộc vào nhà cung cấp dịch vụ. Khi sử dụng dịch vụ đám mây, doanh nghiệp phải dựa vào hạ tầng và chính sách của nhà cung cấp, điều này có thể gây khó khăn khi xảy ra sự cố hoặc thay đổi dịch vụ. Thứ ba, hạn chế về hạ tầng công nghệ và nhận thức vẫn còn tồn tại, đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Việc thiếu đầu tư vào công nghệ và hiểu biết về hệ thống có thể làm giảm hiệu quả triển khai. Thứ tư, yêu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao là một thách thức lớn. Nhân viên kế toán cần được trang bị không chỉ kiến thức chuyên môn mà còn kỹ năng công nghệ để vận hành và khai thác hệ thống hiệu quả. Thứ năm, các vấn đề liên quan đến tuân thủ pháp lý và chuẩn mực kế toán trong môi trường số cũng đặt ra yêu cầu cao hơn đối với doanh nghiệp trong quá trình áp dụng hệ thống.

5. Hàm ý quản trị

Từ những phân tích về xu hướng, lợi ích và thách thức của hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị như sau:

Thứ nhất, doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược chuyển đổi số phù hợp. Việc triển khai hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng đám mây cần được đặt trong tổng thể chiến lược chuyển đổi số của doanh nghiệp. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải xác định rõ mục tiêu, lộ trình triển khai và nguồn lực thực hiện nhằm đảm bảo tính đồng bộ và hiệu quả lâu dài.

Thứ hai, cần tăng cường quản trị rủi ro và bảo mật thông tin. Do đặc thù dữ liệu kế toán có tính nhạy cảm cao, doanh nghiệp cần áp dụng các biện pháp bảo mật như mã hóa dữ liệu, xác thực đa yếu tố và kiểm soát truy cập chặt chẽ. Đồng thời, cần xây dựng quy trình quản lý rủi ro và ứng phó sự cố nhằm đảm bảo an toàn hệ thống.

Thứ ba, doanh nghiệp cần lựa chọn và quản lý nhà cung cấp dịch vụ một cách hiệu quả. Việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín, có năng lực công nghệ và đảm bảo tuân thủ pháp lý là yếu tố then chốt. Bên cạnh đó, cần thiết lập các thỏa thuận mức dịch vụ rõ ràng để hạn chế rủi ro phụ thuộc.

Thứ tư, cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực kế toán số. Nhân lực kế toán trong bối cảnh mới không chỉ cần kiến thức chuyên môn mà còn phải có kỹ năng công nghệ và khả năng phân tích dữ liệu. Doanh nghiệp cần tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân viên để thích ứng với hệ thống mới.

Thứ năm, doanh nghiệp cần hoàn thiện hệ thống kiểm soát nội bộ. Việc áp dụng hệ thống kế toán trên nền tảng đám mây đòi hỏi các quy trình kiểm soát phải được thiết kế lại nhằm đảm bảo tính minh bạch, chính xác và độ tin cậy của thông tin kế toán, đồng thời hạn chế các rủi ro phát sinh trong môi trường số.

Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng sâu rộng, hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây đã và đang trở thành xu hướng tất yếu trong hoạt động quản trị doanh nghiệp. Nghiên cứu đã làm rõ cơ sở lý thuyết, phân tích các xu hướng phát triển, đồng thời chỉ ra những lợi ích và thách thức trong quá trình triển khai hệ thống này. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng hệ thống thông tin kế toán trên nền tảng điện toán đám mây giúp nâng cao hiệu quả xử lý thông tin, giảm chi phí vận hành, tăng tính linh hoạt và hỗ trợ nhà quản trị đưa ra quyết định kịp thời. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích đạt được, doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều thách thức như rủi ro bảo mật dữ liệu, sự phụ thuộc vào nhà cung cấp dịch vụ, hạn chế về hạ tầng công nghệ và yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã đề xuất một số hàm ý quản trị quan trọng, bao gồm xây dựng chiến lược chuyển đổi số phù hợp, tăng cường bảo mật thông tin, lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ uy tín, phát triển nguồn nhân lực kế toán số và hoàn thiện hệ thống kiểm soát nội bộ.

Tài liệu tham khảo:

Abdullah, M., & Al-Zoubi, A. M. (2017). The effect of cloud computing on elements of accounting information system. Global Journal of Management and Business Research, 17(3), 1-8.

Đỗ Thị Thu Hằng (2021). Giáo trình Hệ thống thông tin kế toán, NXB Khoa học tự nhiên và Công nghệ.

Gelinas, U. J., Dull, R. B., & Wheeler, P. R. (2018). Accounting Information Systems. Cengage Learning.

Mell, P., & Grance, T. (2011). The NIST Definition of Cloud Computing. NIST.

Nguyễn Thị Hải Yến (2024). Ứng dụng điện toán đám mây trong hệ thống thông tin kế toán của doanh nghiệp, https://vjst.vn/ung-dung-dien-toan-dam-may-trong-he-thong-thong-tin-ke-toan-cua-doanh-nghiep-64216.html.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). Accounting Information Systems. Pearson.

Viron Zaçe, Ingrid Shuli (2025). Accounting Information Systems Implementation: A Literature Review. European Journal of Business and Management Research, 10 (5), 90-95.

Vũ Thị Thanh Bình, Trần Khánh Linh (2024). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thực hiện phần mềm kế toán điện toán đám mây tại các doanh nghiệp. Bài đăng Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia về Kế toán & Kiểm toán năm 2024 (VCAA 2024), trang 548-562.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐÒN BẨY TÀI CHÍNH ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC CÔNG TY NGÀNH HÓA CHẤT NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Lê Thị Mỹ Nương* - TS. Bùi Tiến Thịnh*

Nghiên cứu tìm hiểu sự ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính cũng như các yếu tố khác như: Vòng quay tổng tài sản, Tốc độ tăng trưởng doanh thu và quy mô công ty đến hiệu quả hoạt động của 62 doanh nghiệp ngành hóa chất niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam từ 2017 đến 2023. Qua quá trình phân tích dữ liệu thứ cấp, kết quả nghiên cứu cho thấy đòn bẩy tài chính tác động ngược chiều đến hiệu quả hoạt động công ty (ROA) trong khi các yếu tố: vòng quay tổng tài sản, tốc độ tăng trưởng doanh thu, quy mô công ty có tác động cùng chiều. Cuối cùng, nghiên cứu đã thảo luận kết quả và đề xuất giải pháp giúp doanh nghiệp cải thiện lợi nhuận.

• Từ khóa: *phong công ty ngành hóa chất, đòn bẩy tài chính, hiệu quả hoạt động.*

This study investigates the effect of corporate leverage and other determinants: Total asset turnover, revenue growth rate, and firm size on firm performance of 62 chemical firms listed on the Vietnam stock market from 2017 to 2023. Using secondary data analysis, the research reveals that corporate leverage has a negative effect on firms' return on assets (ROA), while total asset turnover, revenue growth rate, and firm size have a positive effect. The study concludes with a discussion based on these findings and offers strategic recommendations to help Vietnamese listed chemical firms enhance profitability.

• Key words: *chemical firms, leverage, firm performance.*

JEL code: G32

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 04/01/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.16

Giới thiệu

Thị trường chứng khoán Việt Nam năm 2025 với mục tiêu nâng hạng thị trường từ cận biên lên mới nổi, chính là bước ngoặt lớn giúp thị trường hoạt động sôi nổi. Việc gia tăng lợi nhuận và thu hút nhiều nhà đầu tư đòi hỏi các doanh nghiệp niêm yết không ngừng đẩy mạnh sản xuất kinh doanh và hoạch định chiến lược cụ thể, trong đó chính sách quản lý nợ là một phần quan trọng. Đòn bẩy tài chính chính là mấu chốt của nợ, bởi vì tính chất lợi - hại song song của công cụ này. Do vậy, việc sử dụng đòn bẩy tài chính phù hợp đóng vai trò quan trọng đến lợi nhuận - hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Tại Việt Nam, đa số các nghiên cứu quan tâm đến các ngành như dịch vụ (Nguyễn Thị Thủy & Lê Trà My, 2023), logistic (Nguyen và cộng sự, 2021), xây dựng (Le, 2016), bất động sản (Lại Cao Mai Phương và cộng sự, 2022). Trong quá trình tìm hiểu, các bài nghiên cứu liên quan hầu như không nghiên cứu về hiệu quả hoạt động của công ty ngành hóa chất niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam cụ thể là sàn HOSE, HNX và UPCOM. Vì thế, để giải quyết khoảng trống nghiên cứu, nghiên cứu này xác định và đo lường tác động của đòn bẩy tài chính cũng như các yếu tố khác ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp ngành hóa chất trong giai đoạn 2017-2023. Kết quả nghiên cứu không chỉ hỗ trợ nhà quản trị trong việc đưa ra quyết định tài chính mà còn là bổ sung nguồn tài liệu cho các nhà đầu tư nghiên cứu ngành nghề này.

Cơ sở lý thuyết và khái niệm nghiên cứu

Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn xuất phát từ nghiên cứu của Modigliani và Miller (1963), lý thuyết đề cập tới việc công ty phải đối mặt với sự đánh đổi khi thay đổi cấu trúc vốn để cân bằng lợi ích và chi phí. Cụ thể, các doanh nghiệp sử dụng nợ phải đảm bảo thu được lợi ích từ đòn bẩy, từ lá chắn thuế giúp giảm thiểu thuế phải trả khi chi phí lãi vay hợp lý từ nợ là chi phí được trừ (Modigliani & Miller, 1963). Tuy nhiên, doanh nghiệp phải đối mặt với rủi ro phá sản từ gánh nặng lãi suất (Modigliani & Miller, 1963; Myers, 2001). Với rủi ro này, lý thuyết trật tự phân hạng (Myers, 1984) chỉ ra rằng các doanh nghiệp có xu hướng lựa chọn nguồn tài trợ khi cần vốn theo thứ tự như sau: Vốn nội bộ (lợi

** Trường Đại học Công nghệ Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh; email: nuongltm@hcmute.edu.vn - thinhbt@hcmute.edu.vn*

nhuận giữ lại - do ít tốn kém chi phí); Nợ (vay ngân hàng, phát hành trái phiếu); Phát hành cổ phiếu. Việc áp dụng hai thuyết này cũng là trọng tâm của nhiều bài nghiên cứu liên quan đến cấu trúc vốn (Afroze & Khan, 2022; Nguyen và cộng sự, 2021) và nghiên cứu đòn bẩy tài chính (Anis và cộng sự, 2022).

Khái niệm nghiên cứu

Hiệu quả hoạt động là thành tựu của công ty trong một khoảng thời gian, thể hiện sức khỏe tài chính, năng suất hoạt động của doanh nghiệp (Le, 2016). Trong các nghiên cứu, hiệu quả hoạt động thường được đo lường qua ROA, ROE, EPS hoặc Tobin's Q (Afroze & Khan, 2022)

Đòn bẩy tài chính thường được đo bằng tỷ lệ tổng nợ trên tổng tài sản hoặc tỷ lệ nợ trên tổng nguồn vốn mà công ty đang sở hữu (Farooq & Masood, 2015). Đòn bẩy thuộc về kế hoạch chiến lược tài chính, nó là một công cụ giúp các công ty sử dụng nợ hoặc các nguồn vốn khác có chi phí lãi vay để gia tăng lợi nhuận (Le, 2016).

Vòng quay tổng tài sản phản ánh mức độ hiệu quả trong việc sử dụng toàn bộ tài sản của doanh nghiệp để tạo ra doanh thu, được đo lường bằng Doanh thu thuần trên bình quân tổng tài sản (Lại Cao Mai Phương và cộng sự, 2022).

Tốc độ tăng trưởng doanh thu được đo lường bằng tỷ lệ phần trăm thay đổi doanh thu theo năm (Nguyen và cộng sự, 2021).

Quy mô doanh nghiệp thường được đo lường theo logarit tự nhiên của tổng tài sản hoặc của tổng doanh thu (Afroze & Khan, 2022).

Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Bảng 1: Giả thuyết nghiên cứu

Biến phụ thuộc: Hiệu quả hoạt động (ROA)			
STT	**Biến độc lập**	**Chiều hướng tác động**	**Nguồn**
H1	Đòn bẩy tài chính	(-)	Farooq & Masood (2015)
H2	Vòng quay tổng tài sản	(+)	Lại Cao Mai Phương và cộng sự (2022)
H3	Tốc độ tăng trưởng doanh thu	(+)	Nguyễn Thị Thủy & Lê Trà My (2023)
H4	Quy mô doanh nghiệp	(+)	Afroze & Khan (2022)

Dựa vào tổng quan các nghiên cứu liên quan trước đó, mô hình nghiên cứu được sử dụng để đánh giá sự ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính và các yếu tố khác ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động, được biểu thị theo phương trình hồi quy sau:

$$ROA_{it} = \beta_1 + \beta_2 FL_{it} + \beta_3 AT_{it} + \beta_4 GROWTH_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó:

ROA: Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (Lợi nhuận sau thuế/Tổng tài sản).

FL: Đòn bẩy tài chính (Tổng nợ phải trả/Tổng tài sản).

AT: Vòng quay tổng tài sản (Doanh thu thuần/Bình quân tổng tài sản).

GROWTH: Tốc độ tăng trưởng doanh thu ((Doanh thu năm nay - Doanh thu năm trước)/Doanh thu năm trước).

SIZE: Quy mô doanh nghiệp (Ln(Tổng tài sản))

i thể hiện thứ tự của các công ty (62 công ty hóa chất niêm yết), tương ứng với t thể hiện năm, t = 2017, …, 2023.

Phương pháp nghiên cứu

Thu thập dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng của 62 công ty ngành hóa chất niêm yết trên sàn HOSE, HNX và UPCOM trong giai đoạn từ 2017-2023. Với nguồn thông tin từ trang Vietstock và CafeF, dữ liệu được thu thập từ các báo cáo tài chính đã được kiểm toán với các chỉ tiêu như: Tổng tài sản, Tổng nợ phải trả, Tổng vốn chủ sở hữu, Doanh thu thuần, Lợi nhuận sau thuế.

Phân tích dữ liệu

Bước đầu, nghiên cứu thực hiện thống kê mô tả, cho thấy mức độ phân phối của dữ liệu. Tiếp theo, ma trận tương quan được tạo ra để quan sát, đánh giá mối quan hệ tương quan giữa các biến. Để phân tích hồi quy, nghiên cứu sử dụng mô hình OLS, FEM, REM, đồng thời thực hiện các kiểm định nhằm lựa chọn mô hình phù hợp nhất. Cuối cùng, nếu xuất hiện các vi phạm như: phương sai sai số thay đổi hoặc tự tương quan, mô hình FGLS sẽ khắc phục được các khuyết điểm này. Ngoài ra, nghiên cứu thực hiện kiểm tra độ vững (Robustness test) qua phân tích hồi quy mô hình 2SLS.

Kết quả nghiên cứu

Bảng 2: Thống kê mô tả

Biến	Số biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	434	0,0503516	0,0707986	-0,4394092	0,4503461
FL	434	0,4236458	0,2338985	0,0242934	1,808368
AT	434	1,644875	2,19097	0,0516074	12,80933
GROWTH	434	0,1105254	0,6243872	-0,8045433	8,735019
SIZE	434	27,44173	1,504496	24,32196	32,01652

Nguồn: Phân tích từ phần mềm Stata 17

Kết quả thống kê mô tả theo bảng 1 cho thấy: biến ROA dao động từ -0,439 đến 0,450 với giá trị trung bình là 0,05 và độ lệch chuẩn là 0.07. Bên cạnh đó, các biến độc lập bao gồm FL, AT, GROWTH, SIZE có giá trị trung bình lần lượt như sau: 0,423; 1,644; 0,110; 27,441; có khoảng dao động lần lượt như sau: 0,024 - 1,808; 0,051 - 12,809; -0,804 - 8,735; 24,321 - 32,016. Cuối cùng, FL, AT, GROWTH, SIZE có độ lệch chuẩn tương ứng với 0,233; 2,19; 0,624; 1,504.

Bảng 3: Ma trận tương quan

	ROA	FL	AT	GROWTH	SIZE
ROA	1,0000				
FL	-0,2756	1,0000			
AT	0,1196	-0,0814	1,0000		
GROWTH	0,1893	0,0756	0,0536	1,0000	
SIZE	0,1350	0,1261	-0,2855	0,0695	1,0000

Nguồn: Phân tích từ phần mềm Stata 17

Dựa vào kết quả từ bảng 2, hệ số tương quan giữa các biến ROA, FL, AT, GROWTH và SIZE dao động từ

-0, 2855 đến 0,1893, thể hiện mối tương quan yếu. Thêm vào đó, hệ số tương quan giữa các cặp biến đều bé hơn 0,8 cho thấy không có khả năng cao xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Ngoài ra, dựa vào dấu của hệ số tương quan có thể thấy AT, GROWTH, SIZE có mối tương quan thuận với biến phụ thuộc Hiệu quả hoạt động, song, biến FL có mối tương quan nghịch với ROA.

Bảng 4: Phân tích hồi quy

	OLS	FEM	REM	GLS
FL	-0.145***	-0,1180***	-0,0956***	-0,0740***
	(0,0421)	(0,0248)	(0,0181)	(0,0116)
AT	0.0150***	0,0142***	0,0076***	0,0052**
	(0,0043)	(0,0042)	(0,0023)	(0,0021)
GROWTH	0,0085	0,0135***	0,0153***	0,0095***
	(0,0074)	(0,0044)	(0,0044)	(0,0031)
SIZE	0, 0518***	0,0441***	0,0136***	0,0063***
	(0,0198)	(0,0113)	(0,0037)	(0,0019)
_cons	-1.4422**	-1,1358***	-0,2966***	-0,1026**
	(0,5638)	(0,3056)	(0,1017)	(0,0517)
N	434	434	434	434
adj. R^2	0,508	-0,0289		
F-test		0,0000		
Hausman test		0,0000		
Wald test		0,0000		
Wooldridge test		0,0038		

Sai số chuẩn trong ngoặc đơn

** p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01*

Nguồn: Phân tích từ phần mềm Stata 17

Bảng 5: Kiểm định tính vững bằng phương pháp 2SLS

	(1)	(2)	(3)
FL	-0,0711***	-0,0851***	-0,0838***
	(0,0164)	(0,0148)	(0,0148)
AT	0,005***	0,0043***	0,0046***
	(0,0016)	(0,0043)	(0,0016)
GROWTH	0,0249***	0,0254***	0,0255***
	(0,0059)	(0,0059)	(0,0059)
SIZE	0,001***	0,001***	0,0087***
	(0,0024)	(0,0024)	(0,0024)
_cons	-0,2045***	-1,1979**	-0,1649***
	(0,0661)	(0,0662)	(0,0664)
N	372	372	372
adj. R^2	0, 150	0,152	0,151

Sai số chuẩn trong ngoặc đơn

** p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01*

Nguồn: Phân tích từ phần mềm Stata 17

Sau khi phân tích hồi quy qua mô hình OLS, FEM, REM thể hiện kết quả ở bảng 5, để lựa chọn mô hình OLS hay FEM, kiểm định F với giá trị 0,000<0,05, cho thấy FEM là mô hình phù hợp hơn, đồng thời, giữa mô hình FEM và REM, kiểm định Hausman với giá trị 0,000<0,05, thể hiện mô hình FEM phù hợp hơn mô hình REM. Tóm lại, mô hình phù hợp với bộ dữ liệu nghiên cứu này là FEM. Để xác định những vi phạm của mô hình FEM, kiểm định Wald và Wooldridge được thực hiện, kết quả cho thấy xuất hiện hiện tượng phương sai số thay đổi và hiện tượng tự tương quan khi giá trị của cả hai kiểm định đều bé hơn 0,05. Vì thế, nhằm khắc phục khuyết tật mô hình FEM, mô hình GLS được thực hiện có kết quả như sau: ở mức ý nghĩa thống kê 1%, biến FL tác động tiêu cực đến Hiệu quả hoạt động (ROA) với hệ số hồi quy là -0,0740 trong khi biến GROWTH và SIZE có tác động tích cực với hệ số hồi quy lần lượt là: 0,0095; 0,0063. Bên cạnh đó, ở mức ý nghĩa thống kê 5%, với hệ số hồi quy bằng 0,0052, biến AT có tác động tích cực đến ROA.

Với ba mô hình 2SLS tương ứng với các biến công cụ như sau:(1) FL tại t-1; (2) AT tại t-1; (3) SIZE tại t-1, kết quả từ bảng 5 thể hiện, các yếu tố Đòn bẩy tài chính, Vòng quay tổng tài sản, Tốc độ tăng trưởng doanh thu, Quy mô doanh nghiệp đều tác động đến Hiệu quả hoạt động (ROA), cho thấy sự nhất quán với kết quả hồi quy của mô hình GLS đã nêu ở bảng 4. Việc kiểm tra độ vững này giúp tăng cường độ tin cậy của kết quả nghiên cứu, đồng thời xác nhận hiệu quả tính ổn định của mô hình.

Thảo luận và kiến nghị

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy có 3 biến tác động tích cực và 1 biến tác động tiêu cực đến Hiệu quả hoạt động, với mức độ tác động giảm dần như sau: Đòn bẩy tài chính (β = -0,0740); Tốc độ tăng trưởng doanh thu (β = 0,0095); Quy mô doanh nghiệp (β = 0,0063); Vòng quay tổng tài sản (β = 0,0052). Mối quan hệ giữa các biến độc lập với ROA đều phù hợp với giả thuyết ban đầu của nghiên cứu (Nguyen và cộng sự, 2021; Lại Cao Mai Phương và cộng sự, 2022; Nguyễn Thị Thủy & Lê Trà My, 2023).

Việc sử dụng đòn bẩy tài chính vẫn là vấn đề đáng quan tâm của các công ty ngành hóa chất niêm yết khi có mối quan hệ ngược chiều và tác động mạnh đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Để sử dụng đòn bẩy một cách tối ưu và tăng hiệu quả kinh doanh, các doanh nghiệp nên quản lý chi phí lãi vay (đàm phán với các tổ chức tài chính để có lãi suất ưu đãi hơn), đồng thời, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn vay như việc: nâng cấp máy móc sản xuất, mở rộng thị trường, phát triển sản phẩm mới với sự cải tiến phù hợp với nhu cầu khách hàng. Ngoài ra, công ty có thể thiết lập các chính sách kiểm soát rủi ro tài chính chặt chẽ, bao gồm dự báo dòng tiền và theo dõi khả năng thanh toán nợ định kỳ.

Tài liệu tham khảo:

Afroze, S., & Khan, S. A. (2022). Impact of capital structure on firm performance: Evidence from the pharmaceuticals & chemicals sector in Bangladesh. The Cost and Management, 50(1), 27-40.

Farooq, M. A., & Masood, A. (2015). Impact of financial leverage on value of firms: Evidence from cement sector of Pakistan. Research Journal of Finance and Accounting, 6(7), 75-80.

http://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/article/view/30307

Lại Cao Mai Phương, Nguyễn Thị Mai Hương, Nguyễn Thị Hồng Trang, & Cao Thị Huế Trân. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp: Trường hợp ngành bất động sản. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 18, 29-32. http://thuvien.due.udn.vn:8080/dspace/handle/TVDHKT/49464

Le, T. P. (2016). The impact of financial leverage on firm performance: A case of construction firms in Vietnam. Journal of International Economics and Management, 80, 14-27. https://jiem.ftu.edu.vn/index.php/jiem/article/view/138

Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: A correction. The American Economic Review, 53(3), 433-443.

Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. Journal of Financial Economics, 13(2), 187-221. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0

Myers, S.C. (2001).Capital structure. Journal of Economic Perspectives, 15(2), 81-102.

Nguyễn Thị Thủy, & Lê Trà My. (2023). Tác động của đòn bẩy tài chính tới hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp ngành dịch vụ niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam. FTU Working Paper Series, 1(3), 1-15. https://fwps.ftu.edu.vn/2023/05/31/tac-dong-cua-don-bay-tai-chinh-toi-hieu-qua-hoat-dong-cua-cac-doanh-nghiep-nganh-dich-vu-niem-yet-tren-san-chung-khoan-viet-nam/

Nguyen, M. N., Nguyen, H. T., & To, H. T. (2021). The impact of capital structure on financial performance of logistic service providers listed on Ho Chi Minh City Stock Exchange. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 18(2), 688-719. https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/7484

THÚC ĐẨY THỰC HÀNH ESG VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

PGS.TS. Đỗ Thị Vân Trang*

Bài viết này đề cập đến thực trạng thực hành ESG của các doanh nghiệp tại Việt Nam trong thời gian vừa qua. Nguyên nhân chủ yếu dẫn đến số lượng các doanh nghiệp thực hành ESG còn hạn chế là do doanh nghiệp áp dụng ESG một cách bị động và đối phó, chất lượng quản trị công ty còn chưa đồng đều. Đồng thời với đó, việc thiếu chính sách và quy định cụ thể của các cơ quan quản lý cũng dẫn đến việc thực hành ESG của doanh nghiệp còn tồn tại nhiều bất cập. Trên cơ sở thực trạng đó, bài viết đề xuất một số khuyến nghị đối với cơ quan quản lý, đối với doanh nghiệp nhằm thúc đẩy quá trình thực hành ESG của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới.

• Từ khóa: *ESG, doanh nghiệp, Việt Nam.*

This article discusses the current status of ESG practices of enterprises in Vietnam in recent years. The number of enterprises practicing ESG and publishing sustainable development reports is limited. Furthermore, the lacking of specific policies and regulations of management agencies leads to many shortcomings in ESG practices of enterprises. Based on that situation, the article proposes recommendations for policy-makers and enterprises to promote the ESG practice of Vietnamese enterprises in the future.

• Key words: *ESG, enterprise, Vietnam.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 04/01/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.17

1. Giới thiệu chung

Vai trò của việc thực hành ESG (Environmental, Social, and Governance - môi trường, xã hội và quản trị) trong các doanh nghiệp đang ngày càng trở nên quan trọng trong bối cảnh thế giới đang đối mặt với nhiều thách thức lớn như các vấn đề về biến đổi khí hậu, bất bình đẳng xã hội và các vấn đề về quản trị doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp đang có xu hướng quan tâm ngày càng nhiều hơn với việc thực hành ESG và công bố các báo cáo về ESG, báo cáo phát triển bền vững để tạo điều kiện thuận lợi giúp doanh nghiệp minh bạch thông tin, nâng cao uy tín và thương hiệu trên thị trường. Các công bố liên quan đến ESG của doanh nghiệp có thể làm thay đổi những cách thức kinh doanh truyền thống của doanh nghiệp, tạo ra khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp, tạo ra giá trị lâu dài không chỉ cho các cổ đông mà còn cho tất cả các bên liên quan.

Trước bối cảnh những thay đổi lớn về kinh tế thế giới cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, những vấn đề cấp bách mà doanh nghiệp Việt Nam cần phải quan tâm, tập trung trong năm tới bao gồm: *Thứ nhất* là vấn đề địa chính trị: sự bất ổn về kinh tế toàn cầu, tăng trưởng kinh tế thế giới đang có xu hướng chậm lại, lạm phát dai dẳng và nguy cơ suy thoái kinh tế ở một số khu vực vẫn là mối lo ngại của nhiều nước. *Thứ hai*, các doanh nghiệp toàn cầu đều đang phải đối mặt với vấn đề công nghệ và chuyển đổi số. Sự phát triển nhanh chóng của AI và tự động hóa mang lại cơ hội để các doanh nghiệp tăng năng suất lao động và hiệu quả kinh doanh, nhưng cũng đặt ra những thách thức về lực lượng lao động, rủi ro đạo đức và các vấn đề liên quan đến bảo mật dữ liệu. *Thứ ba*, vấn đề về phát triển bền vững: Các tác động của biến đổi khí hậu như thời tiết cực đoan, mực nước biển dâng và sự khan hiếm tài nguyên thiên nhiên đang ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh và chuỗi cung ứng của doanh nghiệp. *Thứ tư*, người tiêu dùng ngày càng có nhiều kỳ vọng hơn về trải nghiệm cá nhân hóa, tính tiện lợi và các giá trị đạo đức. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường quốc tế đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới và nâng cao năng lực cạnh tranh.

2. Những nội dung chủ yếu về thực hành ESG trong doanh nghiệp

Trước đây, trong nghiên cứu của Howard Bowen năm 2013, nhà kinh tế học Hoa Kỳ đã đề cập đến khái niệm về CSR (Corporate Social Responsibility -

** Học viện Ngân hàng; email: trangdtv@hvnh.edu.vn*

trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất - kinh doanh) từ rất sớm. Sau đó, vấn đề về ESG đã được đề cập đến rất nhiều nhưng khái niệm về ESG chính thức được đưa ra vào trong báo cáo của Liên Hợp Quốc năm 2024 có tiêu đề "Who Cares Wins." Báo cáo này khuyến nghị việc đánh giá các yếu tố ESG nên được tích hợp vào quy trình ra quyết định đầu tư. Từ đó, ESG đã trở nên phổ biến và ngày càng quan trọng trong việc hoạch định chính sách cũng như thực hành trong hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp. Bộ tiêu chuẩn ESG bao gồm 3 nhóm tiêu chuẩn, cụ thể như sau:

- E - Environmental: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến các vấn đề về bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên, như: tác động từ biến đổi khí hậu và phát thải carbon, sử dụng năng lượng hiệu quả, ô nhiễm môi trường, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, quản lý chất thải, năng lượng và công nghệ "sạch", quản lý nước và chất thải gây ô nhiễm, khai thác tài nguyên từ rừng, đa dạng sinh học,…

- S - Social: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến toàn xã hội, từ các vấn đề cơ bản như quan hệ lao động, đa dạng nguồn nhân lực, an toàn lao động và điều kiện lao động, các vấn đề liên quan đến nhân quyền và lao động trẻ em, an toàn sản phẩm, tương tác cộng đồng, quản lý chuỗi cung ứng, sự hài lòng của khách hàng,... đến những vấn đề có tính tổng thể như tính đa dạng, công bằng và hòa nhập, quyền riêng tư, an ninh và bảo mật dữ liệu, quan hệ cộng đồng,…

- G - Governance: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến hoạt động của tổ chức như vấn đề liên quan đến quản trị công ty: tính độc lập và đa dạng của Hội đồng quản trị, chính sách đãi ngộ, đạo đức kinh doanh, quản lý và giám sát rủi ro; an ninh mạng, pháp lý và tuân thủ; phòng chống tham nhũng, hối lộ và rửa tiền; bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ,…

Tóm lại, báo cáo ESG không chỉ là một công cụ quản lý và báo cáo, mà còn là một phần quan trọng trong việc xây dựng một tương lai bền vững cho các doanh nghiệp và xã hội.

3. Thực trạng thực hành ESG đối với các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Nhận thức về ESG của các DN: Theo khảo sát do PwC và Viện thành viên hội đồng quản trị Việt Nam (VIOD) thực hiện trên 234 đối tượng tham gia, 80% doanh nghiệp Việt Nam cam kết hoặc dự định thực hiện cam kết về ESG trong 2 - 4 năm tới. Cơ quan quản lý đã ban hành nhiều chính sách và quy định khuyến khích các doanh nghiệp thực hành ESG. Các tổ chức quốc tế như World Bank, ADB cũng hỗ trợ Việt Nam trong quá trình xây dựng năng lực và triển khai dự án ESG.

Bảng 1: Mức độ cam kết thực hành ESG của doanh nghiệp niêm yết

Mức độ cam kết ESG tại Việt Nam	20%	36%	44%
	Không đặt ra cam kết ESG/ Chưa xác định kế hoạch cụ thể trong từ 2-5 năm tới	Đang ở trong giai đoạn lập kế hoạch cho 2-5 năm tới	Đã lập kế hoạch và đưa ra cam kết ESG
Chi tiết theo loại hình công ty			
Doanh nghiệp FDI	16%	27%	57%
Doanh nghiệp niêm yết	7%	58%	35%
Doanh nghiệp tư nhân/gia đình	31%	29%	40%

Nguồn: Uỷ ban Chứng khoán

Theo số liệu thống kê của Giải thưởng Báo cáo phát triển bền vững năm 2024 thì số lượng báo cáo phát triển bền vững của doanh nghiệp niêm yết tăng từ 12 (năm 2020) đến 14 (năm 2021), 18 (năm 2022), 21 (năm 2023), và đến 33 (năm 2024), trong đó nhóm các doanh nghiệp tài chính chiếm 27%, các doanh nghiệp phi tài chính chiếm 73%. Các doanh nghiệp trong nhóm phi tài chính bao gồm các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực năng lượng, công nghiệp, công nghệ, chăm sóc sức khỏe, vật liệu và hàng tiêu dùng. Từ kết quả đó cho thấy các điểm tích cực trong xu hướng thực hành ESG như các tiêu chuẩn quốc tế được áp dụng rộng rãi (GRI, SASB, SDG); số lượng các doanh nghiệp đặt mục tiêu về các chỉ tiêu ESG tăng lên; số lượng các tổ chức tham gia tăng lên và có nhiều gương mặt mới từ nhóm ngân hàng, công ty tài chính.

Thực tiễn thực hành ESG của các DN:

- ESG tại Việt Nam vẫn còn đang ở giai đoạn sơ khai với sự tham gia chủ yếu từ các doanh nghiệp lớn. Theo như thống kê ở trên, số lượng doanh nghiệp công bố báo cáo phát triển bền vững còn khá hạn chế trong những năm gần đây và tập trung chủ yếu ở những doanh nghiệp lớn, những doanh nghiệp đã và đang có kế hoạch thu hút các nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài như Vinamilk, Sợi thế kỷ, Đạm Cà Mau và các ngân hàng thương mại cũng như các tổ chức tài chính lớn. Như vậy, tỉ trọng các doanh nghiệp đã thực hành ESG và công bố báo cáo ESG trong số các doanh nghiệp niêm yết còn khá hạn chế, chưa kể nếu so sánh con số này với số lượng các doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh ở Việt Nam.

- Một số doanh nghiệp áp dụng ESG một cách bị động và đối phó, phần lớn làm vì phải tuân thủ luật pháp và yêu cầu từ phía đối tác kinh doanh. Do đó, nhiều doanh nghiệp chỉ chú trọng vào việc lập báo cáo ESG để đối phó với yêu cầu của các bên liên quan, thay vì chất lượng thực hành ESG trong thực

tế. Điều này dẫn đến tình trạng "greenwashing" (tẩy xanh), khi các cam kết ESG không được triển khai hiệu quả. Từ đó dẫn đến việc ESG thường được xem như một gánh nặng mà doanh nghiệp phải tuân thủ thay vì doanh nghiệp tận dụng đây là cơ hội để giúp doanh nghiệp phát triển bền vững. Đồng thời với đó, thay vì doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược ESG phù hợp với đặc thù của ngành nghề kinh doanh thì chính doanh nghiệp thường sử dụng các chỉ số tiêu chuẩn từ bên thứ ba mà không có sự điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh cụ thể.

Tuy nhiên, khi thực hành ESG một cách hời hợt, không thực chất thì chính doanh nghiệp đã tự làm mất đi cơ hội tiếp cận vốn và thị trường, đặc biệt là nguồn vốn từ các nhà đầu tư nước ngoài. Việc áp dụng đối phó có thể khiến doanh nghiệp bị đánh giá thấp, khó thu hút vốn hoặc hợp tác với các đối tác lớn khi mà các nhà đầu tư ngày càng ưu tiên doanh nghiệp có ESG thực chất. Rủi ro cho doanh nghiệp khi bị phát hiện "greenwashing" có thể đối mặt với chỉ trích từ cộng đồng, mất lòng tin của khách hàng và đối tác. Điều này gây ra những bất lợi cho uy tín của doanh nghiệp trong dài hạn.

- Chất lượng quản trị công ty còn chưa đồng đều giữa các doanh nghiệp. Điều này có thể thấy rõ sự khác biệt trong các loại hình doanh nghiệp khác nhau. Đối với các doanh nghiệp Nhà nước (DNNN): Mặc dù đã có nhiều cải cách trong việc quản trị điều hành doanh nghiệp, tuy nhiên, các DNNN thường chịu sự chi phối lớn từ cơ quan chủ quản, dẫn đến việc quản trị đôi khi bị ảnh hưởng bởi mục tiêu chính trị - xã hội hơn là hiệu quả kinh tế thuần túy. Cơ chế bổ nhiệm nhà quản trị và trách nhiệm giải trình đôi khi chưa thực sự rõ ràng. Đối với các công ty niêm yết có chất lượng quản trị cao nhất do phải tuân thủ các quy định chặt chẽ của Ủy ban chứng khoán Nhà nước về yêu cầu công bố thông tin minh bạch, có ban kiểm soát độc lập, tuân thủ quy tắc về giao dịch nội gián…, đồng thời còn chịu sự giám sát của đại hội đồng cổ đông nên buộc các doanh nghiệp này phải vận hành một cách chuyên nghiệp.

Những thuận lợi và khó khăn trong thực hành ESG với các doanh nghiệp Việt Nam

Trước tiên phải kể đến những thuận lợi của doanh nghiệp niêm yết trong việc thực hành ESG:

- *Nhận thức về ESG của doanh nghiệp ngày càng tăng:* Các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng nhận thức rõ tầm quan trọng của việc áp dụng tiêu chuẩn ESG để nâng cao uy tín, thu hút đầu tư và phát triển bền vững. Theo báo cáo của PwC (2024), tỷ lệ cam kết ESG của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam đạt tới 93%, cao hơn mức trung bình của Việt Nam (80%). Điều này cho thấy các doanh nghiệp niêm yết đã nhận thức rõ tầm quan trọng của ESG.

- *Hỗ trợ từ Chính phủ và các tổ chức quốc tế:* Chính phủ Việt Nam đã có những chính sách khuyến khích phát triển bền vững, đồng thời có nhiều chương trình hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế giúp doanh nghiệp tiếp cận các tiêu chuẩn ESG. Chính phủ và các cơ quan quản lý đang dần hình thành khung pháp lý và chính sách phát triển thị trường chứng khoán xanh, bao gồm các quy định về công bố thông tin ESG. Bên cạnh đó, với các yêu cầu về lộ trình nâng hạng thị trường, Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cũng đang tăng cường áp lực đối với doanh nghiệp về việc công bố thông tin ESG.

- *Nhận thức ngày càng cao của người tiêu dùng và nhà đầu tư:* Người tiêu dùng hiện nay có xu hướng ưu tiên các sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường và xã hội, tạo động lực cho doanh nghiệp thực hành ESG. Đồng thời, nhà đầu tư ngoài việc đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp qua báo cáo tài chính, còn nghiên cứu kỹ báo cáo phát triển bền vững để đánh giá mức độ thực hành ESG của doanh nghiệp trước khi ra quyết định đầu tư.

- *Tiềm năng thực hành các hoạt động phát triển bền vững lớn:* Nền kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển, doanh nghiệp có nhiều cơ hội để áp dụng công nghệ sạch, cải tiến quản trị và phát triển bền vững. Đặc biệt là tiềm năng phát triển bền vững của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam đang ngày càng được chú trọng nhất là trong bối cảnh thị trường chứng khoán hướng tới nâng hạng và thu hút dòng vốn dài hạn. Nhiều doanh nghiệp niêm yết đặt mục tiêu cụ thể về giảm phát thải carbon, như Vinamilk (VNM[1]) với cam kết Net Zero vào năm 2050 và Sợi Thế Kỷ (STK[2]) với kế hoạch cắt giảm 29,4% khí nhà kính giai đoạn 2023-2027. Mặc dù, theo báo cáo của PwC, chỉ 35% doanh nghiệp niêm yết có kế hoạch ESG cụ thể, trong khi 58% đang trong giai đoạn lập kế hoạch, tuy nhiên, kết quả này cũng cho thấy tiềm năng thực hành các hoạt động phát triển bền vững tại các doanh nghiệp niêm yết là rất lớn.

Bên cạnh những thuận lợi nói trên, quá trình thực hành ESG của các doanh nghiệp niêm yết hiện nay còn nhiều khó khăn như:

- Các doanh nghiệp còn thiếu kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn: Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là

[1] https://www.vinamilk.com.vn/sustainability
[2] https://theky.vn/index.php/bao-cao-phat-trien-ben-vung/

doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs), còn thiếu hiểu biết về ESG hoặc chưa có đội ngũ chuyên môn để triển khai hiệu quả. Thực trạng ở trên cho thấy số lượng doanh nghiệp thực hành ESG còn khá khiêm tốn, thời gian thực hành chưa dài, trong đó việc thực hành chủ yếu diễn ra ở các doanh nghiệp lớn nên điều này cũng gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc tiếp cận và thực hành ESG.

- *Chi phí đầu tư ban đầu cao:* Việc áp dụng các tiêu chuẩn ESG, đặc biệt trong lĩnh vực môi trường, đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư một lượng vốn lớn vào công nghệ, thiết bị và đào tạo nhân lực. Cụ thể như doanh nghiệp phải đầu tư vào hệ thống năng lượng tái tạo (mặt trời, gió,...), máy móc tiết kiệm năng lượng, hệ thống xử lý chất thải,... Trường hợp của Vinamilk năm 2023 đã đầu tư hơn 1.000 tỷ đồng cho hệ thống điện mặt trời tại 12 trang trại bò sữa. Trong trường hợp ít chi phí hơn thì doanh nghiệp cũng phải quan tâm đến việc cải tiến chuỗi cung ứng như bỏ ra các chi phí để đánh giá nhà cung cấp, chi phí hỗ trợ đối tác chuyển đổi xanh, hay chi phí hệ thống truy xuất nguồn gốc,... Ngoài ra, còn các chi phí liên quan đến tư vấn, đào tạo, chứng nhận và báo cáo thực hành ESG theo đúng quy định,... Các chi phí ban đầu này chiếm tỉ trọng không nhỏ trong tổng chi phí hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, tuy nhiên, doanh nghiệp cần xác định nếu không đầu tư vào thực hiện ESG có thể dẫn những nguy cơ mất vốn đầu tư (các quỹ quốc tế như Dynam Capital ngừng rót vốn nếu điểm ESG thấp), giảm thị phần của doanh nghiệp hoặc có chi phí vốn cao hơn (dự kiến với các khoản vay từ ngân hàng sẽ có lãi suất cao hơn nếu doanh nghiệp không có chứng nhận xanh.

- *Hạn chế về hạ tầng và công nghệ của doanh nghiệp có thể ảnh hưởng cùng lúc đến cả ba yếu tố:* Về yếu tố môi trường, việc thiếu công nghệ và hạn chế về hạ tầng có thể khiến doanh nghiệp khó đo lường chính xác lượng phát thải carbon, tiêu thụ nước, năng lượng, dẫn đến quá hạn chế trong quá trình giám sát và báo cáo phát thải, ESG thiếu dữ liệu đáng tin cậy. Về yếu tố xã hội, hạ tầng nhà xưởng lạc hậu làm tăng rủi ro tai nạn lao động, vi phạm tiêu chuẩn S, giảm khả năng cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tốt cho nhân viên và cộng đồng xung quanh. Về yếu tố quản trị, nếu cơ sở hạ tầng của doanh nghiệp không tốt có thể ảnh hưởng đến việc thu thập, tổng hợp, kiểm định và báo cáo dữ liệu ESG trở nên thủ công, tốn kém, dễ sai sót, thiếu minh bạch. Đây là rào cản lớn nhất cho đối với quá trình xây dựng báo cáo phát triển bền vững của doanh nghiệp.

- *Thiếu chính sách và quy định cụ thể:* Việc không có quy định rõ ràng khiến doanh nghiệp lúng túng khi lựa chọn tiêu chuẩn ESG áp dụng (ví dụ: giữa VNSI, CSI, ISO26000), dẫn đến các doanh nghiệp khó khăn trong việc lựa chọn tiêu thức báo cáo, báo cáo thiếu nhất quán và khó so sánh. Bên cạnh đó, việc thiếu các chế tài cụ thể khiến doanh nghiệp sẽ có xu hướng ưu tiên lợi nhuận ngắn hạn thay vì cam kết dài hạn với việc thực hành ESG, vì không sợ bị phạt hoặc mất cơ hội thị trường. Khi thiếu các chính sách và quy định cụ thể có thể làm giảm tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường quốc tế, do các doanh nghiệp khó đáp ứng các tiêu chuẩn về xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường như EU yêu cầu báo cáo phát thải chi tiết. Việc thiếu các quy định chi tiết liên quan đến phát triển bền vững khiến doanh nghiệp dễ bị loại khỏi chuỗi cung ứng toàn cầu.

4. Khuyến nghị thúc đẩy thực hành ESG với các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới

Việc áp dụng ESG tại các doanh nghiệp hiện nay đang ngày càng được phổ biến với nhiều thuận lợi về nhận thức và cơ hội thị trường, tuy nhiên quá trình này vẫn vấp phải nhiều thách thức về nhận thức, năng lực quản lý, chi phí, công nghệ và các chính sách hỗ trợ. Vì vậy, để triển khai việc thực hành ESG tại doanh nghiệp hiệu quả hơn trong thời gian tới cần quan tâm thực hiện các chính sách sau:

- Thay đổi nhận thức, tư duy trong hoạt động sản xuất kinh doanh, ngoài yếu tố về lợi nhuận còn cần bổ sung các yếu tố về thực hành ESG trong chiến lược phát triển doanh nghiệp dài hạn. Việc thay đổi nhận thức và tư duy về ESG không phải chỉ thực hiện đối với nhà lãnh đạo doanh nghiệp mà còn phải được hiểu rõ và nắm bắt kịp thời của các cơ quan quản lý. Việc các cơ quan quản lý, các nhà hoạch định chính sách quán triệt được nội dung này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc xây dựng chính sách cũng như hoàn thiện về cơ chế, thể chế để hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc công bố báo cáo phát triển bền vững hàng năm. Về phía doanh nghiệp cần quan tâm đến các vấn đề sau: Thứ nhất là thay đổi tư duy lãnh đạo và văn hóa doanh nghiệp: các nhà quản trị doanh nghiệp cần nghĩ đến việc chuyển từ "lợi nhuận ngắn hạn" sang "giá trị dài hạn". ESG không phải chỉ đơn giản là chi phí phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, mà còn là cơ chế quản trị rủi ro cho doanh nghiệp như giảm phạt vi phạm môi trường, tránh đình công lao động,.. và động lực tăng trưởng như tăng cường thu hút vốn ESG, mở rộng thị trường xanh,... Đồng

thời, các doanh nghiệp cần gắn trách nhiệm ESG với các cấp lãnh đạo trong doanh nghiệp. Thứ hai, tích hợp ESG vào chiến lược kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp, biến thách thức thành lợi thế như xây dựng chuỗi cung ứng tuần hoàn để tái chế phế liệu thành nguyên liệu thô, chuyển đổi năng lượng: đầu tư điện mặt trời mái nhà, mua chứng chỉ năng lượng tái tạo,.. chuyển đổi công nghệ sạch như ứng dụng AI nhằm tối ưu hóa tiêu hao năng lượng trong sản xuất,... Thứ ba, cần có tư duy lấy con người là trung tâm: an toàn lao động phải được đặt lên hàng đầu, có xu hướng phát triển doanh nghiệp vì cộng đồng,... Cuối cùng, doanh nghiệp cần có tư duy quản trị minh bạch, có hệ thống kiểm soát nội bộ độc lập, báo cáo cần đa dạng theo các chuẩn mực khác nhau, dùng blockchain truy xuất nguồn gốc nguyên liệu,...

- Tăng cường nghiên cứu, tìm hiểu các chuẩn mực quốc tế liên quan đến thực hành ESG tại doanh nghiệp để cải thiện chất lượng công bố thông tin gắn liền với các yếu tố ESG. Hiện nay, các chuẩn mực quốc tế về ESG được áp dụng rộng rãi trong doanh nghiệp bao gồm nhiều khung báo cáo và tiêu chuẩn khác nhau, tùy theo mục đích và lĩnh vực hoạt động. Các chuẩn mực quốc tế phổ biến nhất liên quan đến thực hành ESG tại doanh nghiệp: Khung báo cáo toàn diện về ESG (GRI), Chuẩn mực kế toán về phát triển bền vững (SASB), Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD),... Mỗi một chuẩn mực lại triển khai chi tiết và quy định cụ thể cho từng ngành khác nhau, vì vậy, cần phải nghiên cứu chi tiết các quy định này để lựa chọn chuẩn mực phù hợp với điều kiện của các doanh nghiệp và điều kiện kinh tế tại Việt Nam. Đồng thời, trước khi đưa vào áp dụng các chuẩn mực cần xây dựng lộ trình cụ thể cho việc áp dụng đối với các nhóm doanh nghiệp cụ thể như phải có giai đoạn chuẩn bị (1-3 tháng), giai đoạn nghiên cứu và xây dựng hệ thống (3-6 tháng), giai đoạn triển khai và công bố (6-12 tháng), giai đoạn cải tiến liên tục (hàng năm). Việc xây dựng lộ trình cụ thể giúp doanh nghiệp có sự chuẩn bị đầy đủ cả về nhận thức và các nguồn lực cần thiết cho việc thực hành ESG trong dài hạn.

- Về phía doanh nghiệp: Các doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định về công bố thông tin, quản trị công ty theo quy định pháp luật chứng khoán hiện hành, khuyến khích doanh nghiệp thực hiện công bố thông tin sớm và tự nguyện thực hiện áp dụng các tiêu chuẩn về ESG, sử dụng có hiệu quả Bộ nguyên tắc quản trị công ty. Doanh nghiệp cần tuân thủ quy định lập báo cáo tài chính và báo cáo phát triển bền vững bằng tiếng Anh theo lộ trình của Thông tư 68, tạo điều kiện cho nhà đầu tư nước ngoài tiếp cận thông tin một cách minh bạch và thuận lợi, gia tăng cơ hội thu hút vốn đầu tư nước ngoài cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần xác định các mục tiêu phát triển bền vững và có lộ trình đưa nội dung phát triển bền vững vào chiến lược hoạt động kinh doanh ngắn hạn và dài hạn của doanh nghiệp (trong đó có sự cam kết thống nhất từ ban lãnh đạo đến nhân viên). Doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống đo lường, cơ sở dữ liệu về tác động môi trường - xã hội của doanh nghiệp và tổ chức nhân sự chuyên trách thực hiện các hoạt động phát triển bền vững tại doanh nghiệp. Cuối cùng, định kỳ hàng năm doanh nghiệp cần có biện pháp tăng cường thực hiện thuyết minh minh bạch, đầy đủ các nội dung thông tin về phát triển bền vững.

Ngoài ra, việc sử dụng các nền tảng công nghệ để thu thập, phân tích dữ liệu ESG giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu suất chính xác và đưa ra quyết định kịp thời có liên quan đến cải thiện thực hành ESG. Chủ động tham gia các sáng kiến ESG ngành, hợp tác với tổ chức phi chính phủ hoặc đối tác để học hỏi kinh nghiệm và chia sẻ nguồn lực trong thực hành ESG. Tích hợp các mục tiêu ESG vào các kế hoạch phát triển dài hạn của doanh nghiệp, của ngành, đồng thời đo lường và báo cáo minh bạch để xây dựng lòng tin với các bên liên quan. Những doanh nghiệp có kinh nghiệm trong thực hành ESG có thể phổ biến kinh nghiệm cho các doanh nghiệp mới tham gia để giảm thiểu thời gian và chi phí trong quá trình thực hiện.

Kết luận: Nhận thức được thực trạng thực hành ESG của các doanh nghiệp tại Việt Nam, đồng thời tham khảo kinh nghiệm thực hành ESG của các doanh nghiệp trên thế giới và trong khu vực có thể giúp các doanh nghiệp có lộ trình cụ thể khi xây dựng kế hoạch, mục tiêu phát triển bền vững, tiết kiệm thời gian và chi phí cho việc thực hiện. Đồng thời, để có thể đẩy nhanh quá trình thực hành ESG tại các doanh nghiệp đòi hỏi phải kết đồng bộ về mặt chính sách, quy định giữa cả cơ quan quản lý cũng như ý thức chủ động của các doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

Báo cáo phát triển bền vững của Công ty cổ phần Sợi thế kỷ năm 2022, năm 2023 và năm 2024.

Báo cáo phát triển bền vững của Công ty cổ phần Vinamilk năm 2022, năm 2023 và năm 2024.

Bowen, H. R. (2013). Social responsibilities of the businessman. University of Iowa Press.

Kachalov, D., & Finogenova, Y. (2023). Enhancing investment attractiveness through ESG ratings: A sustainable development perspective in the banking, electric utilities and IPP industries. Journal of Law and Sustainable Development, 11(1), e0258-e0258.

Liu, L., & Nemoto, N. (2021). Environmental, social and governance (ESG) evaluation and organizational attractiveness to prospective employees: Evidence from Japan. Journal of Accounting and Finance, 21(4), 14-29.

CHIẾN LƯỢC ĐẦU TƯ CỔ PHIẾU TRONG BỐI CẢNH NHẬN THỨC ESG GIA TĂNG: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

PGS.TS. Cao Minh Tiến* - ThS. Nguyễn Minh Hiếu - ThS. Ngô Châu Quỳnh Như*****
ThS. Cao Anh Tuấn* - ThS. Lưu Nguyên Phú*

Trong bối cảnh toàn cầu hướng tới phát triển bền vững, các yếu tố Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) ngày càng trở thành tiêu chí trọng yếu trong đầu tư tài chính. Nghiên cứu này đánh giá tác động của điểm số ESG đến hiệu quả cổ phiếu và danh mục đầu tư tại Việt Nam - một thị trường mới nổi đang từng bước hoàn thiện thực hành ESG. Dữ liệu gồm 180 doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên HOSE và HNX giai đoạn 2016-2024 được phân tích bằng mô hình hồi quy tác động cố định và mô hình tối ưu hóa danh mục Markowitz có ràng buộc ESG. Kết quả cho thấy điểm ESG có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến lợi suất vượt trội của cổ phiếu; trong đó, yếu tố Quản trị (G) đóng vai trò then chốt. Danh mục có ràng buộc ESG đạt tỷ suất Sharpe cao hơn và biến động thấp hơn, thể hiện khả năng phòng thủ tốt hơn trong giai đoạn thị trường biến động. Kết quả khẳng định việc tích hợp ESG không chỉ mang ý nghĩa đạo đức mà còn tạo giá trị kinh tế rõ rệt, góp phần thúc đẩy tài chính bền vững và phát triển thị trường vốn xanh tại Việt Nam.

• Từ khóa: *ESG; đầu tư có trách nhiệm; tài chính bền vững; lợi suất cổ phiếu; mô hình Markowitz; danh mục đầu tư; thị trường chứng khoán Việt Nam.*

As the global economy moves toward sustainable development, Environmental, Social, and Governance (ESG) factors have become key criteria in financial investment. This study examines the impact of ESG scores on stock performance and portfolio efficiency in Vietnam an emerging market where ESG practices are still evolving. Using panel data from 180 non-financial firms listed on the Ho Chi Minh City (HOSE) and Hanoi (HNX) Stock Exchanges during 2016-2024, the research employs a fixed-effects regression model and a Markowitz portfolio optimization model with ESG constraints. The findings reveal a positive and statistically significant relationship between ESG scores and excess stock returns, with the Governance (G) pillar playing a dominant role. ESG-constrained portfolios demonstrate higher Sharpe ratios and lower volatility, indicating stronger resilience in turbulent markets. The results suggest that ESG integration not only fulfills ethical and compliance objectives but also enhances economic value, thereby supporting sustainable finance and the development of Vietnam's green capital market.

• Key words: *ESG; responsible investment; sustainable finance; stock returns; Markowitz model; portfolio optimization; Vietnamese stock market.*

Ngày nhận bài: 11/11/2025
Ngày gửi phản biện: 23/01/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.18

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu chuyển hướng mạnh mẽ sang phát triển bền vững, các yếu tố Môi trường, Xã hội và Quản trị (Environmental, Social and Governance - ESG) đã trở thành tiêu chuẩn trọng yếu trong hoạt động đầu tư. Theo Global Sustainable Investment Alliance (2023), tổng tài sản đầu tư theo chiến lược ESG đã vượt 35 nghìn tỷ USD, chiếm gần 40% tổng tài sản được quản lý toàn cầu, phản ánh xu thế gắn kết yếu tố phi tài chính với quyết định đầu tư.

Tại Việt Nam, thị trường chứng khoán sau hơn hai thập kỷ phát triển đã đóng góp tích cực cho tăng trưởng kinh tế, song vẫn đối mặt với thách thức về minh bạch thông tin, quản trị doanh nghiệp và tính bền vững. Trong bối cảnh Việt Nam cam kết đạt phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, Bộ Tài chính và Ủy ban Chứng khoán Nhà nước đã ban hành nhiều hướng dẫn về công bố thông tin bền vững, xây dựng bộ chỉ số ESG và thúc đẩy thị trường vốn xanh. Tuy nhiên, việc tích hợp ESG vào chiến lược đầu tư vẫn ở giai đoạn sơ khởi, chủ yếu dừng ở mức báo cáo hình thức, thiếu cơ sở định lượng và ứng dụng thực tế.

Nghiên cứu này nhằm phân tích toàn diện tác động của ESG đến hiệu quả đầu tư cổ phiếu tại Việt Nam thông qua hai hướng tiếp cận: (i) kiểm định mối quan hệ giữa điểm số ESG và lợi suất vượt trội bằng mô hình hồi quy dữ liệu bảng, và (ii) xây dựng mô hình danh mục Markowitz có ràng buộc ESG để đánh giá hiệu quả điều chỉnh rủi ro. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng

** Học viện Tài chính; email: caominhtien@hvtc.edu.vn*
*** Đại học Phương Đông*
**** Trường Đại học Giao thông Vận tải*

bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho mối quan hệ ESG - hiệu quả tài chính trong bối cảnh thị trường mới nổi, đồng thời cung cấp luận cứ giúp nhà đầu tư, doanh nghiệp và cơ quan quản lý thúc đẩy tài chính bền vững và phát triển thị trường vốn xanh tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết

2.1. Cơ sở lý thuyết về ESG và hiệu quả tài chính

Khái niệm ESG lần đầu tiên được phổ biến bởi Liên Hợp Quốc thông qua sáng kiến UN Principles for Responsible Investment (UNPRI) năm 2006, nhấn mạnh vai trò của ba trụ cột: Môi trường (Environmental), Xã hội (Social) và Quản trị doanh nghiệp (Governance). Theo đó, các doanh nghiệp thực hiện tốt các tiêu chí ESG có khả năng quản trị rủi ro tốt hơn, duy trì danh tiếng tích cực, giảm chi phí vốn và nâng cao giá trị doanh nghiệp trong dài hạn.

Từ góc độ lý thuyết tài chính, mối quan hệ giữa ESG và lợi suất đầu tư có thể được lý giải dựa trên ba cách tiếp cận: (i) Cách tiếp cận tín hiệu (Signaling Approach) cho rằng các hoạt động ESG cung cấp tín hiệu tích cực về chất lượng doanh nghiệp, giúp giảm bất cân xứng thông tin; (ii) Cách tiếp cận rủi ro (Risk-based Approach) cho rằng doanh nghiệp có ESG cao thường ít rủi ro về pháp lý, uy tín, qua đó giảm biến động lợi nhuận; và (iii) Cách tiếp cận giá trị cổ đông (Shareholder Value Approach) nhấn mạnh việc thực hiện ESG giúp cải thiện hiệu quả hoạt động, tăng lợi nhuận và giá trị cổ đông.

Trên thị trường tài chính quốc tế, hàng loạt nghiên cứu đã chỉ ra mối tương quan tích cực giữa ESG và hiệu quả tài chính. Friede et al. (2015) tổng hợp hơn 2.000 công trình nghiên cứu và nhận thấy hơn 60% kết quả chứng minh mối quan hệ thuận chiều giữa ESG và hiệu quả tài chính. Liu et al. (2025) khẳng định rằng các danh mục tích hợp ESG có tỷ suất Sharpe cao hơn và khả năng phòng thủ tốt hơn trong giai đoạn thị trường biến động. Broadstock et al. (2021) khi nghiên cứu thị trường Trung Quốc trong thời kỳ COVID-19 cũng phát hiện rằng các doanh nghiệp có ESG cao chịu ảnh hưởng tiêu cực ít hơn trong giai đoạn khủng hoảng.

Tại Việt Nam, ESG mới được quan tâm trong vài năm trở lại đây. Các nghiên cứu của Nguyễn & Lê (2024), Phạm (2024) và Trần & Bùi (2023) đều chỉ ra xu hướng tích cực giữa ESG và hiệu quả cổ phiếu, nhưng mức độ tác động chưa ổn định do hạn chế dữ liệu và sự chưa đồng nhất trong công bố thông tin. Vì vậy, việc mở rộng dữ liệu và kết hợp ESG vào mô hình danh mục đầu tư là cần thiết để cung cấp bằng chứng rõ ràng hơn.

2.2. Mô hình hóa tác động của ESG đến lợi suất cổ phiếu

Mối quan hệ giữa ESG và lợi suất cổ phiếu thường được tiếp cận qua hai hướng: (1) hồi quy lợi suất vượt trội theo điểm ESG, và (2) mô hình hóa danh mục đầu tư có ràng buộc ESG. Mô hình hồi quy dữ liệu bảng giúp xác định tác động cận biên của điểm ESG sau khi đã kiểm soát các yếu tố đặc thù của doanh nghiệp như quy mô, đòn bẩy tài chính, khả năng sinh lời. Trong khi đó, mô hình Markowitz với ràng buộc ESG cho phép đánh giá hiệu quả tổng thể của danh mục trong điều kiện tối ưu hóa rủi ro - lợi nhuận.

Theo lý thuyết danh mục hiện đại, việc thêm ràng buộc ESG có thể làm giảm không gian đầu tư khả thi (feasible set), nhưng lại giúp giảm rủi ro hệ thống thông qua việc loại bỏ các cổ phiếu có rủi ro phi tài chính cao. Nếu ESG thực sự mang thông tin về chất lượng doanh nghiệp, việc tích hợp tiêu chí ESG sẽ giúp cải thiện tỷ suất Sharpe và độ ổn định của danh mục. Ngược lại, nếu ESG chỉ mang tính hình thức, danh mục ESG có thể kém hiệu quả do mất tính đa dạng hóa. Việc kiểm định hai giả thuyết này trong bối cảnh Việt Nam là mục tiêu quan trọng của nghiên cứu.

2.3. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Từ cơ sở lý thuyết và thực tiễn, nghiên cứu này xây dựng hai giả thuyết chính:

Giả thuyết H1: Doanh nghiệp có điểm số ESG cao sẽ tạo ra lợi suất vượt trội cao hơn sau khi đã kiểm soát các yếu tố quy mô, đòn bẩy và khả năng sinh lời.

Giả thuyết H2: Danh mục đầu tư có ràng buộc ESG tối thiểu mang lại hiệu quả điều chỉnh rủi ro cao hơn và khả năng chống chịu tốt hơn trong giai đoạn thị trường biến động.

Hai giả thuyết này sẽ được kiểm định bằng mô hình hồi quy dữ liệu bảng và mô hình tối ưu hóa danh mục Markowitz tích hợp ESG, được trình bày chi tiết ở phần tiếp theo.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng bộ dữ liệu bảng (panel data) bao gồm 180 công ty phi tài chính niêm yết liên tục trên hai Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) và Hà Nội (HNX) trong giai đoạn 2016-2024. Việc lựa chọn mẫu loại trừ các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực tài chính (ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán) nhằm đảm bảo tính đồng nhất trong cấu trúc tài chính và báo cáo kế toán. Dữ liệu về giá cổ phiếu, tổng tài sản, nợ phải trả, lợi nhuận sau thuế và các biến kiểm soát được thu thập từ Refinitiv Eikon, FiinPro, và báo cáo thường niên của doanh nghiệp.

Điểm số ESG của từng công ty được tổng hợp từ hai nguồn chính: (i) dữ liệu công bố công khai theo Báo cáo phát triển bền vững, Báo cáo thường niên, và Bộ chỉ số VNSI (Vietnam Sustainability Index) do HOSE xây dựng; và (ii) cơ sở dữ liệu Refinitiv ESG - hệ thống chấm điểm ESG quốc tế có tiêu chuẩn thống nhất theo

hướng dẫn của Global Reporting Initiative (GRI).

Sau khi làm sạch dữ liệu, tổng số quan sát đạt 2.700 (180 công ty × 9 năm). Để giảm thiểu ảnh hưởng của các giá trị ngoại lai, tất cả biến định lượng được winsorize ở mức 1% và 99%. Các biến nghiên cứu được mô tả trong Bảng 1.

Bảng 1. Mô tả các biến nghiên cứu

Nhóm biến	Ký hiệu	Diễn giải	Kỳ vọng dấu
Biến phụ thuộc	ER	Lợi suất vượt trội (lợi suất cổ phiếu - lợi suất VN-Index)	-
Biến độc lập chính	ESG	Điểm tổng hợp ESG (0-100)	+
Biến kiểm soát	SIZE	Quy mô công ty (log tổng tài sản)	-
	LEV	Đòn bẩy tài chính (Tổng nợ/Tổng tài sản)	-
	ROA	Tỷ suất sinh lời trên tài sản	+
Hiệu ứng kiểm soát	μ_i, λ_t	Hiệu ứng doanh nghiệp và năm	-

3.2. Mô hình hồi quy dữ liệu bảng

Để kiểm định giả thuyết H1, mô hình hồi quy được xây dựng như sau:

$$ER_{it} = \alpha + \beta_1 ESG_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}$$

Trong đó:

ER_{it}: lợi suất vượt trội của công ty i tại thời điểm t,

ESG_i: điểm ESG tổng hợp,

μ_i: hiệu ứng cố định của doanh nghiệp,

λ_t: hiệu ứng thời gian (năm)

ε_{it}: sai số ngẫu nhiên.

Mô hình được ước lượng bằng Phương pháp tác động cố định (FE) và Phương pháp tác động ngẫu nhiên (RE). Kết quả kiểm định Hausman cho thấy mô hình FE phù hợp hơn ($p < 0,05$). Ngoài ra, nghiên cứu kiểm tra độ tin cậy bằng sai số chuẩn Driscoll-Kraay để khắc phục tự tương quan và phụ thuộc chéo, đồng thời chạy kiểm định Fama-MacBeth để đảm bảo tính ổn định theo chuỗi thời gian.

3.3. Mô hình danh mục tối ưu hóa có ràng buộc ESG

Để kiểm định giả thuyết H2, nghiên cứu xây dựng mô hình danh mục đầu tư theo khung Markowitz (1952) với ràng buộc ESG tối thiểu. Gọi wiw là trọng số của cổ phiếu i, μi là lợi suất kỳ vọng, và Σ là ma trận hiệp phương sai lợi suất. Mục tiêu của nhà đầu tư là tối đa hóa tỷ suất Sharpe (SR), tức là:

$$\max_{f0} wSR = w'\mu - rfw'\Sigma w \text{ với các ràng buộc: } \sum i = 1Nwi = 1, wi \geq 0, ESGi \geq \overline{ESG}$$

Trong đó $\overline{ESG}$ là ngưỡng điểm ESG tối thiểu (50th hoặc 75th percentile). Lợi suất kỳ vọng được tính dựa trên dữ liệu 3 năm gần nhất, lãi suất phi rủi ro là lợi suất trái phiếu Chính phủ 1 năm (~3,5%/năm).

Các danh mục được tái cân bằng hàng năm và so sánh về: Lợi suất trung bình năm (%), Biến động (σ), Tỷ suất Sharpe, Mức giảm tối đa (Max Drawdown, MDD), Tỷ lệ luân chuyển (Turnover).

3.4. Quy trình ước lượng

Nghiên cứu tiến hành theo ba bước chính: Phân tích mô tả: xác định đặc trưng trung bình, độ lệch chuẩn và phân phối của các biến. Kiểm định hồi quy: ước lượng mô hình FE, RE, Driscoll-Kraay, Fama-MacBeth. Xây dựng danh mục tối ưu: tối ưu hóa bằng lập trình bậc hai (quadratic programming) trong MATLAB, đánh giá hiệu quả ngoài mẫu (out-of-sample test).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 2. trình bày thống kê mô tả của các biến chính trong giai đoạn 2016-2024

Biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Min	Max
ER (%)	6,2	18,0	-52,1	73,4
ESG	54,3	13,7	20,1	85,9
SIZE (log)	14,8	1,2	12,0	17,6
LEV	0,41	0,19	0,05	0,82
ROA (%)	7,4	6,5	-12,4	32,0

Kết quả cho thấy ESG trung bình của các công ty Việt Nam là 54,3 điểm, thấp hơn so với mức trung bình khu vực ASEAN (khoảng 63 điểm). Điều này phản ánh giai đoạn đầu trong quá trình phát triển ESG tại Việt Nam. Các biến SIZE và LEV có độ biến thiên lớn, chứng tỏ sự đa dạng về quy mô và cấu trúc tài chính trong mẫu nghiên cứu.

4.2. Kết quả hồi quy dữ liệu bảng

Bảng 3. Trình bày kết quả ước lượng mô hình hồi quy giữa điểm số ESG và lợi suất vượt trội

Biến	FE	RE
ESG	0,087***	0,065***
SIZE	-0,542*	-0,461*
LEV	-2,487**	-2,131**
ROA	0,312***	0,298***
Hiệu ứng doanh nghiệp	Có	Không
Hiệu ứng năm	Có	Có
R^2	0,27	0,19
Số quan sát	2.700	2.700

, **, * tương ứng p < 0,10; 0,05; 0,01*

Hệ số ESG dương và có ý nghĩa thống kê cao trong cả hai mô hình, cho thấy điểm ESG cao góp phần cải thiện lợi suất vượt trội. Cụ thể, khi điểm ESG tăng 10 điểm, lợi suất cổ phiếu trung bình tăng 0,87 điểm phần trăm mỗi năm. Biến SIZE và LEV có tác động âm, phù hợp với kỳ vọng rằng doanh nghiệp quy mô lớn và sử dụng đòn bẩy cao có tốc độ tăng trưởng thấp hơn. Ngược lại, ROA có tác động dương và mạnh mẽ, phản ánh hiệu quả sinh lời đóng vai trò quyết định đối với lợi suất cổ phiếu.

Khi kiểm định riêng từng trụ cột, trụ cột Quản trị (G) có hệ số 0,052 ($p < 0,05$), trụ cột Môi trường (E) đạt 0,037 ($p < 0,10$), trong khi trụ cột Xã hội (S) không có ý nghĩa thống kê. Điều này cho thấy vai trò nổi bật của yếu tố quản trị trong việc hình thành niềm tin của nhà đầu tư Việt Nam - nơi minh bạch và hiệu quả quản lý là vấn đề trọng yếu.

4.3. Hiệu quả danh mục đầu tư có ràng buộc ESG

Bảng 4. So sánh hiệu quả danh mục đầu tư ESG và danh mục thông thường

Loại danh mục	Lợi suất TB (%)	Biến động (%)	Sharpe	MDD (%)	Turnover (%)
Không ESG	11,2	21,5	0,42	-34,1	72
ESG ≥ p50	13,2	19,1	0,55	-27,1	58
ESG ≥ p75	12,6	17,8	0,53	-25,2	49

Kết quả cho thấy danh mục có ràng buộc ESG đạt lợi suất trung bình cao hơn, độ biến động thấp hơn và tỷ suất Sharpe cao hơn so với danh mục thông thường. Mức giảm tối đa (MDD) của danh mục ESG chỉ ở mức -27,1%, thấp hơn đáng kể so với -34,1% của danh mục không ESG. Điều này khẳng định khả năng phòng thủ tốt hơn của danh mục ESG trong giai đoạn thị trường biến động mạnh.

Đặc biệt, trong giai đoạn khủng hoảng COVID-19 (2020-2021), danh mục ESG giảm trung bình 2,3%, trong khi danh mục không ESG giảm 7,6%, thể hiện khả năng chống chịu vượt trội.

Kiểm định ngoài mẫu cho thấy tỷ suất Sharpe trung bình của danh mục ESG tăng 0,13 đơn vị so với danh mục thường, mức chênh lệch này có ý nghĩa thống kê (CI95% [0,06; 0,21]). Ngoài ra, tỷ lệ luân chuyển danh mục giảm từ 72% xuống 58%, giúp giảm chi phí giao dịch và nâng cao hiệu quả thực tế.

5. Thảo luận và hàm ý chính sách

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả thực nghiệm khẳng định rằng ESG là yếu tố có ý nghĩa kinh tế và tài chính quan trọng trong việc xác định hiệu quả đầu tư cổ phiếu tại Việt Nam. Hệ số hồi quy dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% cho thấy các doanh nghiệp có điểm ESG cao thường đạt lợi suất vượt trội và danh mục đầu tư tương ứng có hiệu quả điều chỉnh rủi ro tốt hơn. Kết quả này phù hợp với các bằng chứng quốc tế (Liu et al., 2025; Chau et al., 2025), khẳng định ESG là yếu tố cấu trúc trong phân tích đầu tư hiện đại, không chỉ là xu hướng ngắn hạn.

Trong ba trụ cột, yếu tố Quản trị (G) có tác động mạnh nhất, phản ánh vai trò trọng yếu của minh bạch và chất lượng quản trị trong việc củng cố niềm tin của nhà đầu tư Việt Nam. Hai yếu tố Môi trường (E) và Xã hội (S) cũng thể hiện xu hướng ảnh hưởng gia tăng trong giai đoạn 2020-2024, phù hợp với chính sách quốc gia về tăng trưởng xanh.

Phân tích danh mục đầu tư theo mô hình Markowitz cho thấy việc tích hợp ràng buộc ESG giúp tăng tỷ suất Sharpe và giảm biến động, nhờ loại bỏ các cổ phiếu rủi ro cao. Đặc biệt, trong giai đoạn khủng hoảng COVID-19, danh mục ESG chỉ giảm 2,3%, thấp hơn đáng kể so với mức 7,6% của danh mục thông thường. Điều này chứng minh rằng ESG không chỉ mang ý nghĩa đạo đức mà còn là "lá chắn tài chính" giúp danh mục đầu tư duy trì ổn định trong bối cảnh bất định.

5.2. Hàm ý đối với nhà đầu tư và doanh nghiệp

Đối với nhà đầu tư, kết quả nghiên cứu khẳng định ESG là một yếu tố đầu tư độc lập, tương tự như quy mô hoặc giá trị trong các mô hình định giá tài sản. Các quỹ đầu tư, đặc biệt là quỹ hưu trí và công ty bảo hiểm, nên tích hợp điểm ESG vào quy trình sàng lọc và tối ưu hóa danh mục. Chiến lược "Best-in-class ESG" - lựa chọn các doanh nghiệp dẫn đầu về ESG trong từng ngành - giúp duy trì hiệu quả đầu tư và giảm rủi ro danh mục.

Đối với doanh nghiệp niêm yết, việc nâng cao thực hành ESG không chỉ đáp ứng yêu cầu tuân thủ mà còn là công cụ tạo giá trị. Doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống quản trị rủi ro ESG, công bố thông tin theo chuẩn quốc tế (GRI, SASB), và áp dụng các chỉ tiêu phát triển bền vững. Minh bạch hóa thông tin ESG sẽ giúp giảm chi phí vốn, mở rộng cơ hội huy động đầu tư và nâng cao uy tín trên thị trường.

6. Kết luận và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu *"Chiến lược đầu tư cổ phiếu trong bối cảnh nhận thức ESG gia tăng: Trường hợp thị trường Việt Nam"* kết hợp phân tích thực nghiệm và mô hình danh mục để đánh giá tác động của ESG đến hiệu quả đầu tư giai đoạn 2016-2024. Kết quả cho thấy ESG có mối tương quan dương và có ý nghĩa thống kê với lợi suất cổ phiếu; trong đó, trụ cột Quản trị (G) có ảnh hưởng mạnh nhất. Các danh mục có ràng buộc ESG đạt tỷ suất Sharpe cao hơn và khả năng chống chịu tốt hơn trong thời kỳ khủng hoảng, khẳng định giá trị thực tiễn của đầu tư bền vững.

Tuy nhiên, nghiên cứu còn hạn chế về tính đồng nhất dữ liệu ESG, phạm vi tài sản và giả định mô hình tuyến tính. Trong tương lai, cần mở rộng theo ba hướng: (i) xây dựng mô hình ESG động phản ánh biến động theo thời gian; (ii) ứng dụng học máy (Machine Learning) để dự báo điểm ESG và lợi suất; và (iii) mở rộng nghiên cứu ESG trong trái phiếu xanh và tài sản thay thế, góp phần hoàn thiện khung tài chính bền vững tại Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T. W., & Wang, X. (2021). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. Finance Research Letters, 38, 101716. https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101716

Chau, T., Li, F., & Wong, M. (2025). Market pricing of corporate sustainability: A cross-country nonlinear analysis. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 85, 101844. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2024.101844

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. Journal of Sustainable Finance & Investment, 5(4), 210-233. https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917

Liu, Y., Zhang, D., & Chen, H. (2025). ESG-themed investments and portfolio efficiency. Journal of Sustainable Finance & Investment, 15(1), 45-67. https://doi.org/10.1080/20430795.2023.2246759

Vu, H. T., Vo, D. H., & Hoang, T. (2025). Does ESG rating predict stock returns? Evidence from international markets. International Review of Financial Analysis, 92, 103973. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.103973

Bộ Tài chính. (2023). Hướng dẫn công bố thông tin phát triển bền vững đối với doanh nghiệp niêm yết. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

Phạm, N. T. (2024). Mối quan hệ giữa thực hành ESG và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán, 210(5), 45-55.

Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (UBCKNN). (2024). Báo cáo thường niên về phát triển thị trường vốn bền vững Việt Nam. Hà Nội.

QUẢN LÝ TÀI SẢN CÔNG TRONG CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN

TS. Nguyễn Phi Hùng* - Viengnakhone KHANTRY - Wellcome SINTHAVONG**
Souned VILAVONGSA****

Trong tiến trình tự chủ đại học, quản lý tài sản, thiết bị và cơ sở vật chất đang trở thành trụ cột quan trọng của quản trị đại học (ĐH) hiện đại, phản ánh năng lực tài chính, tính minh bạch và trách nhiệm xã hội của cơ sở công lập. Bài báo phân tích quy trình quản lý tài sản công trên cơ sở Luật Quản lý, sử dụng tài sản công năm 2017 và các quy định liên quan. Kết quả nghiên cứu cho thấy giá trị tài sản công của các trường ĐH công lập tăng bình quân 6-8%/năm, song hiệu suất sử dụng chỉ đạt khoảng 75-80%, cho thấy dư địa lớn để cải thiện quản trị thông qua chuyển đổi số, chuẩn hóa quy trình và tăng cường giải trình. Từ đó góp phần hoàn thiện cơ sở khoa học cho quản lý tài sản công trong giáo dục ĐH, đồng thời gợi mở hướng xây dựng văn hóa sử dụng tài sản công tiết kiệm, minh bạch và bền vững.

• Từ khóa: *quản lý tài sản công; cơ sở vật chất; trường ĐH công lập.*

In the process of promoting university autonomy, the management of assets, equipment, and facilities has become a crucial pillar of modern university governance, reflecting the financial capacity, transparency, and social responsibility of public institutions. This paper analyzes the procedures for managing public assets based on the 2017 Law on Management and Use of Public Assets and related legal documents. The research results indicate that the total value of public assets at public universities has increased by an average of 6–8% per year; however, the utilization efficiency remains only around 75–80%, revealing significant potential for improvement through digital transformation, process standardization, and enhanced accountability. These findings contribute to strengthening the scientific foundation for public asset management in higher education, while also suggesting directions for fostering a culture of economical, transparent, and sustainable use of public assets.

• Key words: *public asset management; facilities; public universities.*

Ngày nhận bài: 20/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.19

Mở đầu

Trong hơn một thập niên qua, tiến trình đổi mới căn bản và toàn diện giáo dục đại học ở Việt Nam, khởi nguồn từ Nghị quyết số 29-NQ/TW năm 2013 đã mở ra bước ngoặt lịch sử: chuyển từ mô hình quản lý hành chính sang quản trị ĐH hiện đại, tự chủ và trách nhiệm giải trình. Trong đó, tự chủ tài chính và quản lý tài sản công được xem là trụ cột vật chất của tự chủ ĐH, đồng thời là phép thử năng lực quản trị và hiệu quả sử dụng nguồn lực công.

Theo Bộ Tài chính (2024), tổng giá trị tài sản công tại 237 cơ sở giáo dục ĐH công lập ước đạt 410.000 tỷ đồng, trong đó hơn 70% là tài sản cố định hữu hình như đất đai, công trình và thiết bị giảng dạy, nghiên cứu. Đây là nguồn lực công to lớn, giữ vai trò nền tảng cho đào tạo, khoa học và phục vụ cộng đồng. Tuy nhiên, hiệu suất sử dụng còn thấp: chỉ khoảng 75-80% công suất phòng học và 60% thiết bị thí nghiệm được khai thác thường xuyên, trong khi chi phí bảo trì, duy tu tăng trung bình 10%/năm (Kiểm toán Nhà nước, 2023).

Thực tế ấy phản ánh khoảng cách giữa quy mô tài sản và hiệu quả sử dụng, giữa quản lý hành chính truyền thống và quản trị hiện đại - minh bạch - số hóa. Trong bối cảnh triển khai cơ chế tự chủ toàn diện theo Nghị định 60/2021/NĐ-CP, năng lực quản lý tài sản công đã trở thành tiêu chí cốt lõi của năng lực quản trị và tính bền vững thể chế.

Vì vậy, việc hoàn thiện quy trình quản lý tài sản, thiết bị và cơ sở vật chất trong các trường ĐH công lập là yêu cầu cấp thiết và khách quan, không chỉ nhằm nâng cao hiệu quả đầu tư công, bảo toàn và phát triển giá trị tài sản quốc gia, mà còn góp phần hình thành văn hóa sử dụng tài sản công tiết kiệm, minh bạch và có trách nhiệm.

** Học viện Tài chính*
*** Học viên cao học khóa 32, Học viện Tài chính*

Cơ sở lý luận về quản lý tài sản công trong các cơ sở giáo dục ĐH

Theo Luật Quản lý, sử dụng tài sản công năm 2017, tài sản công là toàn bộ tài sản thuộc sở hữu toàn dân do Nhà nước thống nhất quản lý, nhằm phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh và đời sống nhân dân. Trong các trường đại học công lập (ĐHCL), tài sản công có tính đặc thù kép: vừa phục vụ nhiệm vụ công (đào tạo, nghiên cứu, phục vụ cộng đồng), vừa là nguồn lực vật chất cốt lõi bảo đảm cho cơ chế tự chủ đại học.

Tài sản công trong khối ĐHCL thường được chia thành ba nhóm: (1) Hạ tầng đào tạo - nghiên cứu: giảng đường, phòng học, thư viện, phòng thí nghiệm, ký túc xá, khu thể thao; (2) Thiết bị chuyên dùng: máy móc thí nghiệm, phần mềm mô phỏng, hệ thống công nghệ thông tin; (3) Tài sản phục vụ quản trị: phương tiện vận tải, thiết bị văn phòng, hạ tầng CNTT và an ninh.

Theo OECD (2020) và World Bank (2021), quản lý tài sản công trong giáo dục đại học là một bộ phận của quản trị nguồn lực công, bao gồm toàn bộ quá trình lập kế hoạch - sử dụng - bảo dưỡng - tối ưu hóa vòng đời tài sản nhằm đạt hiệu quả tài chính - xã hội cao nhất. Tài sản công vì thế không chỉ là phương tiện vật chất, mà còn là thước đo năng lực cạnh tranh, uy tín và chất lượng giáo dục quốc gia.

Công tác quản lý tài sản công trong các trường ĐHCL hướng tới ba mục tiêu chính: Hiệu quả quản trị, sử dụng đúng mục đích, tiết kiệm, phát huy tối đa giá trị phục vụ đào tạo và nghiên cứu. Bền vững tài chính, bảo toàn, phát triển giá trị tài sản và tối ưu hóa chi phí vòng đời. Trách nhiệm xã hội, phòng ngừa thất thoát, lãng phí, tham nhũng; hình thành văn hóa sử dụng tài sản công minh bạch, liêm chính.

Theo Luật số 15/2017/QH14, việc quản lý tài sản công phải bảo đảm các nguyên tắc: công khai - minh bạch - tiết kiệm - hiệu quả - có trách nhiệm giải trình. Trong thời đại chuyển đổi số, các nghiên cứu mới (Trần Minh Đức, 2023; OECD, 2020) bổ sung nguyên tắc "số hóa và tích hợp thông tin", coi ứng dụng công nghệ là điều kiện tiên quyết để đảm bảo minh bạch và ra quyết định chính xác, kịp thời.

Quy trình quản lý tài sản công hiện đại thường vận hành theo chu trình PDCA (Plan - Do - Check - Act), bảo đảm cải tiến liên tục và thống nhất dữ liệu quản lý. Gồm sáu bước cơ bản:

(1) Lập kế hoạch và dự toán: xác định nhu cầu đầu tư, sửa chữa, mua sắm theo chiến lược phát triển, tiêu chuẩn định mức và khả năng ngân sách.

(2) Mua sắm và đầu tư xây dựng: thực hiện đấu thầu công khai, minh bạch theo Luật Đấu thầu và Luật Đầu tư công.

(3) Đăng ký, hạch toán và cập nhật dữ liệu: ghi nhận thông tin tài sản vào sổ kế toán và hệ thống quản lý tập trung.

(4) Sử dụng và khai thác: phân bổ, điều chuyển, giám sát hiệu suất vận hành và mức độ sử dụng thực tế.

(5) Bảo trì, kiểm kê, đánh giá lại: tiến hành định kỳ nhằm duy trì chất lượng, cập nhật giá trị còn lại.

(6) Thanh lý, xử lý tài sản hết hạn sử dụng: thực hiện minh bạch, đúng thẩm quyền, tránh lãng phí nguồn lực.

Xu hướng quản lý hiện đại

Hiện nay, nhiều cơ sở ĐHCL đang chuyển từ "quản lý tài sản" sang "quản lý vòng đời tài sản" theo dõi, phân tích và tối ưu hóa mọi giai đoạn từ đầu tư, sử dụng đến thanh lý bằng dữ liệu số hóa. Cách tiếp cận này giúp nâng cao tính chủ động, tiết kiệm chi phí, minh bạch hóa thông tin, đồng thời biến tài sản công trở thành nguồn lực chiến lược, góp phần thúc đẩy tự chủ đại học và phát triển bền vững.

Thực trạng quản lý tài sản, thiết bị tại các trường ĐHCL

Những năm gần đây, cùng với tiến trình tự chủ đại học, quy mô và giá trị tài sản công tại các trường ĐHCL Việt Nam tăng nhanh, phản ánh nỗ lực đầu tư của Nhà nước, các bộ chủ quản và chính các cơ sở đào tạo. Theo số liệu tổng hợp giai đoạn 2020-2024, tổng giá trị tài sản công toàn khối đạt trên 400 nghìn tỷ đồng, tăng bình quân 6-8%/năm.

Cơ cấu tài sản chuyển dịch theo hướng ưu tiên cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, với nhóm đất đai, công trình kiến trúc chiếm 60-65%; thiết bị, máy móc chuyên dùng chiếm 20-25%; phần còn lại là hạ tầng công nghệ thông tin, phần mềm và phương tiện phục vụ quản lý. Sự gia tăng này cho thấy định hướng đúng đắn trong hiện đại hóa cơ sở vật chất, song cũng bộc lộ khoảng cách giữa quy mô đầu tư và hiệu quả sử dụng, đòi hỏi đổi mới công tác quản lý theo hướng chuyên nghiệp, gắn với mục tiêu phát triển bền vững.

Hiện phần lớn các trường đã xây dựng quy trình lập kế hoạch, mua sắm và đầu tư theo quy định của pháp luật về ngân sách, đấu thầu và quản lý tài sản

công. Tuy nhiên, công tác lập kế hoạch ở nhiều nơi còn thiếu tầm nhìn chiến lược, chủ yếu ngắn hạn và mang tính hình thức, chưa gắn với quy hoạch ngành học hay mô hình đào tạo tương lai. Một số dự án đầu tư thiết bị hiện đại có giá trị lớn nhưng hiệu quả khai thác thấp do thiếu nhân lực vận hành hoặc chưa gắn kết với chương trình đào tạo.

Quy trình mua sắm vẫn còn nặng về thủ tục hành chính, thiếu linh hoạt trong điều chỉnh danh mục và giá trị đầu tư, khiến nhiều dự án chậm tiến độ, phát sinh chi phí và giảm hiệu quả sử dụng vốn công. Trong vận hành, các trường bắt đầu chuyển từ tư duy "giữ tài sản" sang "khai thác tài sản", hình thành cơ chế khai thác có thu, liên kết với doanh nghiệp, tổ chức xã hội. Các mô hình cho thuê giảng đường, phòng thí nghiệm, khu thể thao hoặc đào tạo ngắn hạn bước đầu tạo nguồn thu bổ sung.

Tuy nhiên, hiệu suất khai thác vẫn thấp: giảng đường sử dụng 80-85%, phòng máy 70-75%, phòng thí nghiệm 60-70%. Nhiều thiết bị nghiên cứu giá trị lớn chưa được vận hành thường xuyên, do hạn chế nhân lực, thiếu kết nối giữa đơn vị trong cùng hệ thống và thiếu cơ chế chia sẻ tài nguyên. Bên cạnh đó, phân bổ và tái đầu tư nguồn thu từ khai thác tài sản công chưa thống nhất, làm giảm động lực duy tu, bảo dưỡng của các đơn vị.

Công tác bảo trì và kiểm kê được chú trọng hơn nhưng vẫn thiếu đồng bộ. Ở nhiều trường, việc kiểm kê còn thủ công, chưa tích hợp phần mềm kế toán hay hệ thống quản lý tài sản tập trung. Theo Kiểm toán Nhà nước (2023), khoảng 5-8% tài sản công đã xuống cấp hoặc không còn giá trị sử dụng, nhưng một phần ba chưa được xử lý kịp thời, gây lãng phí chi phí bảo trì. Kinh phí dành cho sửa chữa, bảo dưỡng tăng 8-10%/năm, song chưa phân bổ hợp lý giữa các nhóm tài sản, đặc biệt là thiết bị nghiên cứu và công nghệ thông tin, lĩnh vực đòi hỏi đầu tư duy trì liên tục.

Tổng thể cho thấy, công tác quản lý tài sản công trong các trường ĐHCL Việt Nam là bức tranh nhiều sắc màu: thể chế và nhận thức đã tiến bộ rõ rệt, song vẫn tồn tại khoảng trống lớn về hiệu quả, minh bạch và năng lực thực thi. Điều này đặt ra yêu cầu cấp bách phải hiện đại hóa quản trị tài sản công, ứng dụng chuyển đổi số và quản lý theo vòng đời tài sản, hướng tới một mô hình quản trị ĐH hiện đại, minh bạch và có trách nhiệm giải trình cao.

Giải pháp hoàn thiện quản lý tài sản, thiết bị

Hiệu quả quản lý tài sản công chỉ được bảo đảm khi đặt trong khuôn khổ thể chế đồng bộ, minh bạch và có tính thực thi cao. Các trường ĐH cần thường xuyên rà soát, cụ thể hóa quy định của Luật Quản lý, sử dụng tài sản công (2017), Nghị định 151/2017/NĐ-CP và Nghị định 60/2021/NĐ-CP về cơ chế tự chủ tài chính, để ban hành quy chế nội bộ thống nhất và khả thi.

Mỗi cơ sở giáo dục ĐH nên thiết lập quy trình quản lý tài sản công khép kín, bao trùm toàn bộ vòng đời tài sản (lập kế hoạch - đầu tư - sử dụng - bảo trì - thanh lý), vận hành theo chu trình PDCA (Plan - Do - Check - Act) nhằm bảo đảm tính liên tục và cải tiến thường xuyên. Cần xây dựng định mức, tiêu chuẩn sử dụng tài sản nội bộ, phù hợp với từng loại hình đào tạo và quy mô phát triển, tránh đầu tư dàn trải hoặc vượt quá nhu cầu thực tế.

Chuyển đổi số là giải pháp đột phá trong quản lý tài sản công. Các trường cần triển khai hệ thống quản lý tài sản tích hợp, liên thông với dữ liệu kế toán, tài chính và nhân sự; ứng dụng mã QR, RFID hoặc IoT để theo dõi tình trạng, vị trí và vòng đời tài sản theo thời gian thực. Dữ liệu này nên kết nối với Cơ sở dữ liệu quốc gia về tài sản công do Bộ Tài chính quản lý. Song song đó, cần số hóa bản đồ cơ sở vật chất, giúp quản lý, quy hoạch không gian và sử dụng đất hiệu quả. Về lâu dài, có thể nghiên cứu ứng dụng AI trong dự báo nhu cầu bảo trì, và blockchain để minh bạch hóa giao dịch, điều chuyển, thanh lý tài sản.

Bên cạnh công nghệ, yếu tố con người là then chốt. Các trường cần nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản lý tài sản, bảo đảm am hiểu cả tài chính - đầu tư - kế toán và kỹ năng quản trị số. Người đứng đầu đơn vị phải chịu trách nhiệm toàn diện về hiệu quả sử dụng, bảo toàn và phát triển tài sản được giao. Các chỉ tiêu KPI về hiệu suất khai thác, chi phí bảo trì và mức độ số hóa cần được đưa vào đánh giá hằng năm của cán bộ quản lý.

Công khai, minh bạch phải trở thành nguyên tắc cốt lõi. Các kế hoạch đầu tư, mua sắm, sửa chữa, thanh lý cần được đăng tải công khai trên website hoặc hệ thống thông tin nội bộ. Mỗi trường nên thành lập Hội đồng giám sát tài sản công, gồm đại diện lãnh đạo, công đoàn và các đơn vị sử dụng, nhằm tăng tính giám sát độc lập. Đồng thời, cần phát huy vai trò kiểm toán nội bộ, kiểm tra của cơ quan chủ quản và Kiểm toán Nhà nước, bảo đảm tính tuân thủ và hiệu quả chi tiêu.

Trong bối cảnh NSNN còn hạn chế, cần đa dạng hóa nguồn lực đầu tư. Các trường có thể huy động nguồn vốn xã hội hóa, hợp tác công - tư (PPP), hoặc

liên kết với doanh nghiệp trong đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ. Nên hình thành cơ chế khai thác tài sản công có thu, cho phép đơn vị giữ lại một phần nguồn thu để tái đầu tư, bảo trì, nâng cấp cơ sở vật chất. Ngoài ra, việc chia sẻ hạ tầng dùng chung (phòng thí nghiệm, thư viện, trung tâm dữ liệu) giữa các trường trong cùng địa bàn sẽ góp phần giảm chi phí đầu tư và tăng hiệu quả sử dụng.

Cuối cùng, quản lý tài sản công không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là văn hóa trách nhiệm. Mỗi cán bộ, giảng viên, sinh viên cần ý thức rằng tài sản công là tài sản của nhân dân, được giao quản lý để phụng sự tri thức. Việc hình thành văn hóa tiết kiệm, tôn trọng và gìn giữ tài sản công cần được thúc đẩy qua các chiến dịch truyền thông nội bộ, phong trào thi đua "Sử dụng tài sản công hiệu quả", qua đó vun đắp tinh thần trách nhiệm và lòng tự trọng nghề nghiệp trong mỗi thành viên nhà trường.

Kiến nghị chính sách

Trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn về quản lý tài sản công trong các cơ sở giáo dục ĐHCL, có thể khẳng định rằng hoàn thiện cơ chế, chính sách và hạ tầng quản lý tài sản công là yêu cầu tất yếu, mang tính chiến lược cho sự phát triển bền vững của giáo dục ĐH Việt Nam.

Đối với Bộ Tài chính: Cần đẩy nhanh tiến độ xây dựng và vận hành Cơ sở dữ liệu quốc gia về tài sản công trong giáo dục ĐH, bảo đảm kết nối đồng bộ với hệ thống thông tin tài chính, kế toán và đầu tư công. Cho phép các trường cập nhật, khai thác dữ liệu trực tuyến nhằm nâng cao tính minh bạch và khả năng giám sát. Đồng thời, cần hoàn thiện cơ chế khai thác, cho thuê, liên doanh, liên kết tài sản công, tạo điều kiện để các trường huy động nguồn lực xã hội hóa nhưng vẫn bảo toàn vốn nhà nước. Nên hình thành bộ chỉ tiêu đánh giá hiệu quả quản lý tài sản công trong toàn hệ thống, làm căn cứ xếp loại và điều chỉnh cơ chế tự chủ tài chính.

Đối với Bộ GD&ĐT: Cần ban hành khung hướng dẫn đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản công, dựa trên các tiêu chí như công suất khai thác, suất đầu tư, chi phí bảo trì và mức độ phục vụ đào tạo, nghiên cứu. Nội dung này nên được tích hợp vào quy trình kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục, coi là tiêu chí bắt buộc trong đánh giá mức độ tự chủ. Đồng thời, Bộ GD&ĐT cần phối hợp với Bộ Tài chính để xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành, thống nhất trong đầu tư, khai thác và thanh lý tài sản công, tránh chồng chéo và phân tán nguồn lực.

Đối với các cơ sở giáo dục ĐHCL: Các trường cần coi quản lý tài sản công là cấu phần chiến lược trong quản trị đại học, gắn kết chặt chẽ với quản lý tài chính, nhân lực và học thuật. Cần đưa các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản công (hiệu suất, chi phí bảo trì, vòng đời sử dụng, mức độ số hóa) vào bộ tiêu chí đánh giá tự chủ hàng năm. Đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản lý tài sản, tích hợp dữ liệu vào hệ thống ERP hoặc phần mềm quản trị tổng thể. Cuối cùng, cần xây dựng văn hóa sử dụng tài sản công có trách nhiệm, coi đây là biểu hiện của đạo đức công vụ, tinh thần tự trọng và niềm tự hào nghề nghiệp trong môi trường học thuật.

Kết luận

Tài sản công trong các trường ĐHCL không chỉ là cơ sở vật chất hữu hình mà còn là kết tinh của trí tuệ, niềm tin và tâm huyết của nhiều thế hệ. Mỗi giảng đường, phòng thí nghiệm hay thiết bị giảng dạy đều phản chiếu tầm nhìn chiến lược của quốc gia về đầu tư cho tri thức và tương lai.

Quản lý tài sản công vì thế không đơn thuần là hoạt động kỹ thuật hay hành chính, mà là biểu hiện của văn hóa trách nhiệm và đạo đức công vụ, nơi tinh thần tiết kiệm, liêm chính và vì lợi ích cộng đồng phải được gìn giữ như giá trị cốt lõi.

Trong bối cảnh chuyển đổi số và tự chủ ĐH, đã đến lúc cần chuyển từ tư duy "quản lý" sang "quản trị" tài sản công từ cách làm bị động, tuân thủ sang cách tiếp cận chủ động, chiến lược và hướng tới giá trị gia tăng. Một hệ thống quản trị hiện đại, minh bạch, hiệu quả sẽ giúp từng đồng ngân sách được sử dụng đúng chỗ, từng mét vuông giảng đường được khai thác tối ưu, từng thiết bị trở thành công cụ lan tỏa tri thức.

Khi đó, quản lý tài sản công không chỉ là nhiệm vụ quản trị, mà còn là nguồn lực nội sinh thúc đẩy tự chủ ĐH, là thước đo phẩm chất và năng lực quản lý của mỗi cơ sở, góp phần hiện thực hóa mục tiêu cao đẹp: "Giáo dục là quốc sách hàng đầu - đầu tư cho giáo dục là đầu tư cho tương lai bền vững".

Tài liệu tham khảo:

Quốc hội. (2017). Luật Quản lý, sử dụng tài sản công (Số 15/2017/QH14). Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.

Chính phủ. (2021). Nghị định số 60/2021/NĐ-CP quy định cơ chế tự chủ tài chính của đơn vị sự nghiệp công lập. Hà Nội.

Bộ Tài chính. (2024). Báo cáo tổng hợp về quản lý, sử dụng tài sản công tại các cơ sở giáo dục đại học công lập giai đoạn 2020–2024. Hà Nội.

Kiểm toán Nhà nước. (2023). Báo cáo kết quả kiểm toán chuyên đề: Tài sản công trong lĩnh vực giáo dục đại học. Hà Nội.

Nguyễn Thị Hương. (2022). Quản lý tài sản công trong các trường đại học công lập theo cơ chế tự chủ. Tạp chí Quản lý Nhà nước, (9), 45–50.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). Public Asset Management in Higher Education Institutions. Paris: OECD Publishing.

NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN MỨC ĐỘ CÔNG BỐ THÔNG TIN ESG TRONG MỐI LIÊN HỆ VỚI HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH - NGHIÊN CỨU TẠI CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT Ở VIỆT NAM

TS. Nguyễn Văn Bảo* - ThS. Võ Tường Oanh*

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xem xét ảnh hưởng của các nhân tố đến mức độ công bố thông tin ESG và tác động của mức độ công bố thông tin ESG đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp. Tác giả đã thu thập dữ liệu của 150 doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam trong giai đoạn 2022 - 2024. Tiến hành chạy hồi quy và lựa chọn dạng mô hình phù hợp trong số các mô hình Pool OLS, FEM, REM. Kiểm định các khuyết tật có thể có và khắc phục chúng bằng mô hình GLS. Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến mức độ CBTT ESG.

• Từ khóa: *báo cáo thường niên, công bố thông tin, hiệu quả tài chính.*

This study aims to examine the influence of factors on the level of ESG information disclosure and the impact of ESG disclosure on the financial performance of enterprises. The author collected data from 150 listed companies in Vietnam during the period 2022-2024. Conducted regression analysis and selected the most appropriate model among Pooled OLS, FEM, and REM models. The study also performed tests for model deficiencies and addressed them using the GLS model. The research identified the factors and their degree of influence on the level of ESG information disclosure.

• Key words: *annual report, information disclosure, financial performance.*

Ngày nhận bài: 05/01/2026
Ngày gửi phản biện: 23/01/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.20

1. Giới thiệu

Nhu cầu được công bố thông tin (CBTT) một cách đầy đủ, hữu ích và phù hợp với các nhóm bên liên quan khác nhau đang dần tăng lên. Báo cáo thường niên (BCTN) và báo cáo tài chính (BCTC) là phương tiện mà qua đó các doanh nghiệp (DN) truyền tải thông tin hữu ích về các hoạt động của mình tới các bên liên quan - những người sử dụng thông tin mà DN công bố để đưa ra các quyết định kinh tế một cách thận trọng (Afeltra và cộng sự, 2023).

CBTT ESG ngày càng trở thành một phần quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của DN. Trong bối cảnh toàn cầu đang đối mặt với các thách thức về biến đổi khí hậu, bình đẳng xã hội và quản trị minh bạch, CBTT ESG đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy trách nhiệm DN và hướng tới một nền kinh tế bền vững. Việc CBTT ESG đang ngày càng trở thành chuẩn mực quốc tế, đặc biệt trong bối cảnh nhà đầu tư, cơ quan quản lý và công chúng đòi hỏi sự minh bạch và trách nhiệm xã hội cao hơn từ các DN. Hiện nay, phần lớn các DNNY tại Việt Nam mới chỉ CBTT ESG ở mức sơ khởi, không đồng nhất về cấu trúc, nội dung và độ sâu. Li và Qi (2008) cho rằng tự nguyện CBTT làm gia tăng danh tiếng trên thị trường, điều này tạo ra lợi thế cạnh tranh và dẫn tới gia tăng giá trị DN; hoặc thực hiện các sáng kiến về môi trường và xã hội, và công bố các thông tin này sẽ làm giảm chi phí hoạt động của DN từ đó tăng hiệu quả tài chính (HQTC). Vì vậy, việc tìm hiểu các thông tin về mức độ CBTT ESG và mối liên hệ của nó đến HQTC của DN là hết sức cần thiết.

2. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

2.1. Thông tin ESG và công bố thông tin ESG

Thông tin chính là hệ thống dữ liệu, tin tức được thể hiện ở các hình thức khác nhau và truyền đạt giữa mọi người bằng các phương tiện khác nhau. CBTT chính là việc các tổ chức, các DN khi tham gia thị trường phải có nghĩa vụ cung cấp "đầy đủ, trung thực, kịp thời những thông tin liên quan đến tình hình hoạt động" của mình cho các bên liên quan. CBTT ESG là quá trình DN tiết lộ các thông tin liên quan đến: (1) Môi trường; (2) Xã hội;

** Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh; email: nv.bao@hutech.edu.vn - vt.oanh@hutech.edu.vn*

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Công nghệ TP.HCM theo mã số 2025.19.TCTM

(3) Quản trị. Mục đích của CBTT ESG là: Minh bạch và tăng niềm tin với nhà đầu tư và các bên liên quan; Thu hút vốn đầu tư bền vững, đặc biệt từ các quỹ ESG hoặc các nhà đầu tư quốc tế; Tuân thủ quy định pháp luật; Định vị thương hiệu.

2.2. Hiệu quả tài chính: là khả năng quản lý và kiểm soát các nguồn lực của công ty (IAI, 2007). Theo Fatihudin (2018), HQTC là tình trạng tài chính của DN trong một khoảng thời gian nhất định bao gồm việc thu và sử dụng vốn. Orlitzky và cộng sự (2003) chia việc đo lường HQTC thành 3 nhóm cụ thể là: (1) dựa trên giá trị thị trường; (2) dựa trên giá trị sổ sách; và (3) các biện pháp đo lường nhận thức về HQTC. Trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn sẽ đo lường HQTC theo giá trị thị trường (P/B) của DN.

2.3. Các lý thuyết nền

Lý thuyết phân tích chi phí lợi ích (Cost-Benefit Analysis Theory): giải thích rằng việc phân tích chi phí - lợi ích là cần thiết trong quyết định công bố hoặc không CBTT tự nguyện, trong đó, DN thực hiện tính toán các lợi ích có được từ CBTT tự nguyện và so sánh chi phí bỏ ra để có được các lợi ích đó.

Lý thuyết tín hiệu (Signalling theory): Để tránh tình trạng bất lợi cho các nhà đầu tư, các DN CBTT một cách tự nguyện và đưa ra tín hiệu đến thị trường. Từ đó, giúp các DN nhận được lợi ích về hình ảnh, thương hiệu, danh tiếng, hay khả năng tiếp cận với các nguồn lực tài chính, điều này giúp DN cải thiện HQTC (Cheng và cộng sự, 2016).

Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder theory): Lý thuyết này yêu cầu các tổ chức phải chịu trách nhiệm về các hoạt động của mình do trách nhiệm giải trình dựa trên quyền và nghĩa vụ. Các thông tin này được công bố một cách tự nguyện, và nghiên cứu phân tích chúng chủ yếu tập trung vào động cơ đằng sau những công bố đó hoặc các thực hành CBTT tự nguyện, qua đó nâng cao trách nhiệm của các đối tượng với các bên liên quan.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình hồi quy: Trên cơ sở tổng quan kết quả các nghiên cứu trước đây về các nhân tố ảnh hưởng đến CBTT ESG, ảnh hưởng của CBTT ESG đến HQTC của DN; các lý thuyết nền nghiên cứu và cơ sở lý thuyết về CBTT. Tác giả đã tổng hợp và chọn ra các nhân tố phù hợp với tình hình thực tế tại các CTNY trên TTCK Việt Nam, và phù hợp với quy định CBTT hiện nay tại Việt Nam, từ đó ảnh hưởng đến HQTC của các DN này. Dựa trên các giả thuyết được đưa ra, mô hình hồi quy mẫu được đề nghị trong nghiên cứu này có dạng như sau:

$$Y1 = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \ldots + \beta nXn + \varepsilon 1 \quad (1)$$

$$Y2 = \alpha 0 + \alpha 1Y1 + \varepsilon 2 \quad (2)$$

Trong đó:

Y1: mức độ CBTT ESG; Y2: Hiệu quả tài chính; X1, X2, X3, ... Xn: các biến độc lập, kiểm soát trong mô hình; β0, α0: các tham số chặn; b1, β2, β3.... βn, α1: các tham số chưa biết; ε1, ε2: các sai số ngẫu nhiên.

3.2. Đo lường các biến trong mô hình

Bảng 1: Danh sách các biến sử dụng trong nghiên cứu

Loại biến	Mã biến	Tên gọi	Đo lường	Nghiên cứu cơ sở
Biến độc lập	dacdiem	Đặc điểm hoạt động	Số lượng công ty con, công ty liên kết	Haniffa & Cooke (2002)
	cocau	Cơ cấu HĐQT	Tỷ lệ thành viên độc lập không điều hành	Haniffa & Cooke (2002)
	kiemtoan	Chủ thể kiểm toán	= 1 nếu công ty kiểm toán thuộc nhóm BigFour; = 0 nếu không thuộc nhóm BigFour	Mohamed Moustafa Soliman (2013)
	nuocngoai	Tỷ lệ sở hữu cổ đông nước ngoài	Tỷ lệ sở hữu cổ đông nước ngoài	Xiao và Yuang (2007)
	donbay	Đòn bẩy tài chính	Tỷ lệ nợ/tổng tài sản	Patricia T. L. và Lucia L. R. (2007)
	thanhtoan	Khả năng thanh toán	Tài sản ngắn hạn / Nợ ngắn hạn	Aljifri và Alzarouni (2013)
Biến kiểm soát	thoigian	Thời gian hoạt động	Thời gian DN bắt đầu thành lập	Aljifri và Alzarouni (2013)
	quymo	Quy mô công ty	Lấy Ln của Tổng tài sản.	Aljifri và Alzarouni (2013)
Biến phụ thuộc	mucdo	Mức độ công bố thông tin ESG	$I_j = \frac{\sum_{i=1}^{nj} d_{ij}}{n_j}$	Aljifri và Alzarouni (2013)
	hieuqua	Hiệu quả tài chính	Giá trị thị trường/ Giá trị sổ sách.	Alajlani (2019)

Nguồn: tác giả tự tổng hợp.

3.3. Mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập dữ liệu

Tác giả chọn mẫu theo công thức kinh nghiệm của Nguyễn Đình Thọ (2012) khi sử dụng mô hình hồi quy bội để nghiên cứu: n^3 50+ 8p. Trên trang Web của SGDCK Tp.HCM và SGDCK Hà Nội, tác giả chọn ngẫu nhiên 150 DN theo các tiêu chí sau: (1) CTNY trước ngày 31/12/2021; (2) Không thuộc các DN tài chính; (3) BCTC đã được kiểm toán; (4) Tổng nguồn vốn lớn hơn 50tỷ; (5) Phải công bố BCTN và tiến hành tải 03 bộ BCTN năm 2022, 2023 và 2024 của các DN được chọn về. Lựa chọn những dữ liệu cần thiết, tính toán các biến, kết quả sẽ được và xử lý bằng phần mềm Stata 13.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Trước tiên, thực hiện phân tích mô hình (1) theo Pooled OLS, kết quả cho thấy R^2 hiệu chỉnh (Adj

R-squared) = 0.5125. Ngoài ra, hệ số F = 34.13 và P-value > F = 0.0000 nên hàm có độ tin cậy cao. Điều này chứng tỏ sử dụng mô hình OLS là phù hợp. Tiếp tục phân tích theo dạng mô hình FEM và thực hiện đồng thời kiểm định F, kết quả cho thấy F = 11.23 và P-value > F = 0.0000 < 0.05. Mô hình FEM được cho là phù hợp hơn so với mô hình OLS. Tiếp theo, hồi quy theo dạng mô hình REM và dùng kiểm định Breusch Pagan để lựa chọn giữa Pool OLS và REM. Kết quả cho thấy chibar2 (01) = 188.61 và Prob > chibar2 = 0.0000. Vì vậy, mô hình REM được cho là phù hợp hơn mô hình OLS. Cuối cùng, tác giả sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn giữa FEM và REM. Kết quả cho thấy giá trị chi2 = 94.55 và Prob= 0.0000. Vì vậy, mô hình FEM là phù hợp hơn mô hình REM.

Để kiểm tra đa cộng tuyến, tác giả dùng nhân tử phóng đại phương sai VIF. Kết quả cho thấy các hệ số VIF đều nhỏ hơn 10 (lớn nhất là 2.12) và trung bình là 1.58, nên không xảy ra đa cộng tuyến. Để phát hiện phương sai sai số thay đổi, tác giả dùng kiểm định Modified Wald. Kết quả cho thấy chi 2 = 96341.28 và P-value > chi2 = 0.0000 < 0.05. Từ đó cho thấy mô hình có hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Để kiểm tra tự tương quan giữa các sai số, tác giả dùng kiểm định Wooldridge. Kết quả cho thấy giá trị F = 17.485 và P-value >F = 0.0001 < 0.05 cho nên mô hình hồi quy có tự tương quan. Để kiểm tra vấn đề phần dư có phân phối chuẩn, tác giả dùng phương pháp kiểm định số học. Kết quả cho thấy giá trị P-value >chi2 = 0.76443, chứng tỏ phần dư có phân phối chuẩn.

Do mô hình có 2 khuyết tật là phương sai thay đổi và tự tương quan nên để giải quyết chúng, tác giả tiến hành hồi quy theo phương pháp bình phương bé nhất tổng quát - GLS (Generalized Least Squares). Kết quả hồi quy được thể hiện trong bảng 2.

Tiếp theo, tác giả tiến hành thực hiện phân tích mô hình (2) theo Pooled OLS, kết quả cho thấy F = 227.84 và Prob > F = 0.0000. Điều này chứng tỏ việc sử dụng mô hình Pooled OLS là phù hợp. Tiến hành phân tích theo dạng mô hình FEM và thực hiện đồng thời kiểm định F, kết quả cho thấy F = 50.11 và Prob > F = 0.0000. Điều này chứng tỏ mô hình FEM là phù hợp hơn mô hình OLS. Tiếp tục tiến hành hồi quy theo dạng mô hình REM, sau đó thực hiện kiểm định Breusch Pagan. Kết quả cho thấy chibar2 = 383.53, Prob > chibar2 = 0.0000. Vì vậy, mô hình REM được cho là phù hợp hơn mô hình Pooled OLS. Sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn mô hình phù hợp giữa FEM và REM. Kết quả cho thấy giá trị chi2 (1) = 2.59 và Prob > chi2 = 1.1075 >0.05. Vì vậy, mô hình REM là phù hợp hơn mô hình FEM.

Bảng 2: Kết quả hồi quy đa biến mô hình (1) bằng GLS

Cross-sectional time-series FGLS regression

Coefficients: generalized least squares

Panels: heteroskedastic

Correlation: common AR(1) coefficient for all panels

Estimated covariances	= 150	Number of obs	= 450
Estimated autocorrelations	= 1	Number of groups	= 150
Estimated coefficients	= 9	Time periods	= 3
		Wald chi2(8)	= 612.21
		P-value > chi2	= 0.0000

mucdo	Coef.	Std. Err.	z	P>z	[95% Conf.	Interval]
dacdiem	0.028752	0.003112	3.62	0.003	0.004352	0.01612
cocau	0.023205	0.001630	2.34	0.024	0.002167	0.01314
kiemtoan	0.014256	0.002253	2.85	0.008	0.005621	0.01410
nuocngoai	0.032561	0.001281	2.12	0.000	0.002891	0.00718
donbay	0.022617	0.005427	6.11	0.000	0.035389	0.05612
thanhtoan	0.026281	0.001354	2.78	0.312	0.003752	0.03129
thoigian	0.011167	0.000844	2.03	0.000	0.008497	0.02134
quymo	0.012190	0.000128	3.72	0.000	0.001514	0.03215
_cons	0.425132	0.018321	4.16	0.003	0.042819	0.02314

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng phần mềm Stata13

Bảng 3: Kết quả kiểm định mô hình (2) bằng phương pháp OLS, FEM, REM

BIẾN	OLS	FEM	REM
mucdo	0.05216984***	0.06145251***	0.06020365***
_cons	-0.03295565***	-0.03992772***	-0.03898972***
chi2			773.93561
N	450	450	450
rank	2	2	2

*Ghi chú: ***, **, * có mức ý nghĩa thống kê lần lượt là 1%, 5% và 10%.*

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm Stata13.

Dựa vào kết quả hồi quy được trình bày ở bảng 2 và bảng 3, phương trình hồi quy được viết như sau:

mucdo = .425132 + .032561*nuocngoai
+ .028572*dacdiem + .023025*cocau
+ .022617*donbay + .014256*kiemtoan
+ .012190*quymo + .011167*thoigian

hieuqua = -.0389897 + .0602037*mucdo

4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy Khả năng thanh toán không ảnh hưởng đến mức độ CBTT ESG. Lý do là vì nó phản ánh năng lực tài chính ngắn hạn, còn CBTT ESG mang tính chiến lược dài hạn, hướng đến uy tín, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. DN dù có thanh khoản cao hay thấp đều có thể lựa chọn mức độ CBTT ESG khác

nhau tùy vào mục tiêu truyền thông và áp lực từ các bên liên quan. Do đó, yếu tố này không phải là động lực chính chi phối việc CBTT ESG.

Các nhà đầu tư nước ngoài thường quan tâm cao đến tính minh bạch, trách nhiệm xã hội và quản trị DN theo chuẩn mực quốc tế. Khi tỷ lệ sở hữu nước ngoài tăng, DN có xu hướng nâng cao chất lượng và mức độ CBTT ESG để đáp ứng kỳ vọng của họ, thu hút vốn đầu tư và cải thiện hình ảnh trên thị trường; Các DN có mạng lưới hoạt động phức tạp phải quản lý nhiều đơn vị thành viên, nên chịu áp lực minh bạch và trách nhiệm giải trình cao hơn. Đồng thời, họ thường có hệ thống quản trị và báo cáo chuyên nghiệp, dễ dàng triển khai công bố ESG một cách toàn diện.; Với vai trò giám sát và tính khách quan cao, các thành viên độc lập giúp nâng cao tính minh bạch, giảm xung đột lợi ích và thúc đẩy việc tuân thủ các chuẩn mực báo cáo phi tài chính; DN có đòn bẩy cao thường đối mặt với áp lực giám sát từ các chủ nợ và tổ chức tài chính, từ đó có động lực CBTT ESG minh bạch hơn nhằm củng cố niềm tin và giảm chi phí vốn; Các công ty kiểm toán thuộc nhóm Big Four thường có quy trình kiểm soát nghiêm ngặt, chuyên môn cao và uy tín toàn cầu, từ đó tạo áp lực và hỗ trợ DN CBTT minh bạch, tuân thủ chuẩn mực quốc tế, bao gồm cả thông tin ESG.

Mức độ CBTT ESG có tác động tích cực đến HQTC của DN. Việc công bố đầy đủ và minh bạch các thông tin liên quan đến môi trường, xã hội và quản trị giúp DN nâng cao uy tín, thu hút nhà đầu tư và khách hàng, đồng thời cải thiện khả năng tiếp cận vốn. Ngoài ra, minh bạch ESG còn góp phần giảm thiểu rủi ro pháp lý và chi phí kiểm soát nội bộ, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động tổng thể và giá trị DN trong dài hạn.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Dựa vào 2 mô hình nghiên cứu được đề xuất, tác giả đã thu thập dữ liệu của 150 CTNY ở Việt Nam trong giai đoạn 2022 - 2024. Với sự hỗ trợ của phần mềm Stata13, tác giả đã tiến hành chạy hồi quy và lựa chọn dạng mô hình phù hợp trong số các mô hình Pool OLS, FEM, REM. Kiểm định các khuyết tật có thể có của mô hình và khắc phục nó bằng mô hình GLS. Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của chúng đến mức độ CBTT ESG. Đồng thời nghiên cứu cũng cho thấy hệ quả của mức độ CBTT ESG là có tác động tích cực đến HQTC của DN. Tuy dữ liệu đã được tiến hành phân tích theo cả không gian và thời gian, đạt yêu cầu về mẫu trong nghiên cứu định lượng nhưng không bao quát hết các CTNY ở Việt Nam, thời gian nghiên cứu còn hạn hẹp. Do đó các nghiên cứu sau có thể lấy số liệu trong nhiều năm, mở rộng số lượng DN khảo sát nhiều hơn nữa.

5.2. Kiến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, ngoài những nhân tố được đưa vào nghiên cứu, mức độ CBTT ESG còn chịu ảnh hưởng bởi các quy định của pháp luật và các yếu tố khác. Vì vậy, để nâng cao mức độ CBTT ESG, DN cần coi đây như một phần thiết yếu trong chiến lược phát triển bền vững và quản trị DN. Việc xây dựng hệ thống báo cáo ESG theo các chuẩn mực quốc tế như GRI hoặc IFRS Sustainability Standards không chỉ đảm bảo tính minh bạch mà còn nâng cao tính so sánh và độ tin cậy của thông tin công bố. Đồng thời, DN cần tăng cường đào tạo chuyên môn cho nhân sự chịu trách nhiệm quản lý và báo cáo ESG, cũng như tích hợp báo cáo ESG vào hệ thống BCTC và BCTN. Cơ quan quản lý nhà nước cần ban hành khung pháp lý rõ ràng và cụ thể về việc CBTT ESG, đặc biệt áp dụng đối với các CTNY và các ngành có tác động lớn đến môi trường và xã hội. Việc xây dựng các quy định bắt buộc hoặc hướng dẫn chi tiết về công bố ESG sẽ tạo ra cơ sở pháp lý vững chắc nhằm thúc đẩy tính minh bạch và trách nhiệm giải trình của DN. Thiết lập hệ thống đánh giá, giám sát và xếp hạng ESG cấp quốc gia sẽ giúp nâng cao chất lượng thông tin công bố, đồng thời tạo động lực cạnh tranh tích cực trong cộng đồng DN. Hơn nữa, cơ quan quản lý cần triển khai các chương trình hỗ trợ kỹ thuật và tài chính nhằm giúp DN, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ, nâng cao năng lực báo cáo ESG, góp phần thúc đẩy phát triển bền vững và tăng cường HQTC.

Tài liệu tham khảo:

Afeltra, G., Korca, B., Costa, E., & Tettamanzi, P. (2023, March). The quality of voluntary and mandatory disclosures in company reports: a systematic literature network analysis. In Accounting forum (pp. 1-34). Routledge.

Aljifri và Alzarouni, 2013. The association between firm characteristics and corporate financial disclosures: evidence from UAE companies. The International Journal of Business and Finance research.

Alajlani, S. E. (2019). Establishing the Relation between Market-based performance measure and Accounting performance measure. Research Journal of Finance and Accounting, 10(20), 43-49.

Cheng, S., Lin, K. Z., & Wong, W. (2016). Corporate social responsibility reporting and firm performance: evidence from China. Journal of Management & Governance, 20(3), 503-523.

Fatihudin, D. (2018). How measuring financial performance. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET), 9(6), 553-557.

Haniffa, R.M. and Cooke, T.E. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. ABACUS, 38 (3), 317-350.

Li, H. & Qi, A. (2008). Impact of corporate governance on voluntary disclosure in Chinese listed companies. Corporate Ownership and Control, vol. 5, Issue. 2: 360-366.

Mohamed Moustafa Soliman, 2013. Firm characteristics and the Extent of Voluntary Disclosure: The Case of Egypt. Research Journal of Finance and Accounting.

Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. Organization studies, 24(3), 403-441.

Patricia Teixeira Lopes và Lucia Lima Rodrigues, 2007. Accounting for Financial Instruments: An Analysis of the Determinants of Disclosure in the Portuguese Stock Exchange. The International Journal of Accounting, 42(1), 25-26.

Xiao và Yuang, 2007. Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China. Managerial Auditing Journal, 22(6), 604-619.

TÀI TRỢ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI VIETCOMBANK

TS. Đặng Thị Ngọc Lan*

Toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế quốc tế và tự do hóa thương mại đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của hoạt động thương mại quốc tế (TMQT), từ đó làm gia tăng nhu cầu về tài trợ thương mại (TTTM). Trong lĩnh vực này, ngân hàng thương mại (NHTM) đóng vai trò trung gian quan trọng trong thanh toán, bảo lãnh, cung ứng vốn và quản trị rủi ro. Nghiên cứu này tập trung phân tích hoạt động TTTM quốc tế tại Vietcombank (VCB) trong giai đoạn đến tháng 6/2025, thông qua phương pháp thống kê mô tả, phân tích, tổng hợp và khảo sát khách hàng. Kết quả cho thấy Vietcombank duy trì vị thế dẫn đầu thị trường với nhiều sản phẩm tài trợ thương mại hiện đại, song vẫn tồn tại những hạn chế về phân khúc khách hàng, cơ cấu sản phẩm và chất lượng nhân lực. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động TTTM tại VCB và khuyến nghị chính sách đối với Ngân hàng Nhà nước.

• Từ khóa: *tài trợ thương mại, ngân hàng thương mại, Vietcombank, thanh toán quốc tế, hội nhập kinh tế.*

Globalization, international economic integration, and trade liberalization have strongly promoted the development of international trade activities, thereby increasing the demand for trade finance. In this field, commercial banks play a crucial intermediary role in payment, guarantees, capital provision, and risk management. This study focuses on analyzing international trade finance activities at Vietcombank (VCB) up to June 2025, using descriptive statistics, analysis, synthesis, and customer surveys. The results show that Vietcombank maintains its leading market position with many modern trade finance products, but still faces limitations in customer segmentation, product structure, and human resource quality. The study proposes solutions to improve the efficiency of trade finance activities at VCB and recommends policy solutions for the State Bank of Vietnam.

• Key words: *trade finance, commercial bank, Vietcombank, international payment, economic integration.*

JEL codes: G21, F23, F36

Ngày nhận bài: 20/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.21

Giới thiệu nghiên cứu

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, tài trợ thương mại quốc tế đã trở thành một nghiệp vụ trọng yếu của các ngân hàng thương mại (NHTM), giúp thúc đẩy xuất nhập khẩu, giảm thiểu rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Tại Việt Nam, Vietcombank là ngân hàng tiên phong và giữ thị phần dẫn đầu trong nhiều năm liền về thanh toán quốc tế và TTTM, chiếm khoảng 16-20% thị phần các NHTM Việt Nam. Tuy nhiên, hoạt động này đòi hỏi sự chính xác, chuyên môn cao và thường xuyên chịu tác động từ biến động kinh tế, chính trị, xã hội. Bài báo khoa học này nhằm phân tích thực trạng hoạt động TTTM tại VCB, chỉ ra thành tựu, hạn chế, cơ hội và thách thức; từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động trong thời gian tới, đáp ứng yêu cầu cấp bách đang đặt ra trong thực tiễn hiện nay, có tính tham khảo tích cực cho các NHTM khác của Việt Nam.

Nội dung nghiên cứu

1. Cơ sở lý thuyết về tài trợ thương mại quốc tế của ngân hàng thương mại

1.1. Một số khái niệm

Tài trợ thương mại (TTTM) là hình thức khác của cho vay thương mại, liên quan đến giao dịch thương mại trong nước và quốc tế. Là giao dịch thương mại mà trung gian khác nhau như ngân hàng và tổ chức tài chính có thể tạo điều kiện cho bên mua và bên bán trao đổi hàng hóa thông qua các phương thức thanh toán quốc tế bằng nguồn tài trợ của ngân hàng và tổ chức tài chính để doanh nghiệp có thể mở rộng sản xuất kinh doanh (DS Rawatvà Kalpesh. J. Mehta, 2018).

1.2. Các hình thức tài trợ thương mại quốc tế của ngân hàng thương mại

Các hình thức tài trợ thương mại quốc tế của ngân hàng thương mại đối với doanh nghiệp (DN) xuất nhập khẩu (XNK) khá đa dạng, có thể khái quát có các hình thức chủ yếu sau (Rawat, D. S., & Mehta, K. J, 2018):

- Tài trợ trước khi giao hàng (Pre-shipment Finance): Cho vay thu mua, sản xuất hàng xuất khẩu; Chiết khấu bộ chứng từ xuất khẩu dự kiến.

** Trường Đại học Cửu Long; email: ngoclan29ufm@gmail.com*

- Tài trợ sau khi giao hàng (Post-shipment Finance): Chiết khấu bộ chứng từ đã xuất trình theo L/C; Bao thanh toán quốc tế (factoring, forfaiting); Cho vay ứng trước khi chờ thanh toán từ người nhập khẩu.

- Tài trợ nhập khẩu: Cho vay thanh toán tiền hàng nhập khẩu; Phát hành L/C nhập khẩu; Cho vay trả chậm (deferred payment).

2. Thực trạng tài trợ thương mại quốc tế của ngân hàng thương mại nghiên cứu thực nghiệm tại Vietcombank

2.1. Tổng quan hoạt động kinh doanh của Vietcombank đến thời điểm gần nhất

Trong nhiều năm qua và cho đến hiện nay, Vietcombank là NHTM có quy mô tổng tài sản, quy mô vốn huy động và quy mô dư nợ cho vay đứng thứ 3 trong số các NHTM Việt Nam, sau Agribank và BIDV. Tuy nhiên, Vietcombank luôn đứng đầu về mảng kinh doanh quốc tế: thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại tệ, thẻ tín dụng quốc tế, dư nợ các DN FDI tại Việt Nam, tài trợ thương mại quốc tế, quy mô lợi nhuận, ROA, ROE và giá cổ phiếu trên Thị trường chứng khoán trong toàn bộ các NHTM Việt Nam.

Có thể dẫn chứng nhận xét trên bằng các số liệu kinh doanh chủ yếu của Vietcombank đến thời điểm gần nhất, đó là hết tháng 6/2025.

Về lợi nhuận, trong 6 tháng đầu năm 2025, lợi nhuận trước thuế hợp nhất của Vietcombank đạt gần 21.894 tỷ đồng, tăng khoảng 5,1% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, riêng quý II/2025, lợi nhuận trước thuế đạt gần 11.034 tỷ đồng, tăng xấp xỉ 9,2% so với cùng kỳ năm trước. Mục tiêu năm 2025 được đặt ra là lợi nhuận riêng ngân hàng mẹ khoảng 42.734 tỷ đồng, hợp nhất khoảng 43.714 tỷ đồng, tức là tăng lợi nhuận tối thiểu xấp xỉ 3,5-5% (Vietcombank, 2025).

Về quy mô và tăng trưởng tài sản của Vietcmbank. Tổng tài sản tính tới cuối quý II/2025 đạt hơn 2,2 triệu tỷ đồng, tăng xấp xỉ 6% so với đầu năm. Dư nợ cho vay khách hàng và tiền gửi khách hàng cũng tăng, lần lượt xấp xỉ 7% và xấp xỉ 8% (Vietcombank, 2025).

Về chất lượng tín dụng: Tỷ lệ nợ xấu của Vietcombank từ đầu năm 2025 đến tháng 6/2025 tăng nhẹ, tỷ lệ nợ xấu/dư nợ từ xấp xỉ 0,96% đầu năm lên khoảng 1% đến quý II/2025. Về số tuyệt đối, nợ xấu tuyệt đối tăng (ví dụ: "tổng nợ xấu" xấp xỉ 15.576 tỷ đồng tại thời điểm nào đó trong 6 tháng đầu, tăng xấp xỉ 12% so với đầu năm 2025) (Vietcombank, 2025).

2.2. Thực trạng tài trợ thương mại quốc tế đối với doanh nghiệp thực nghiệm tại Vietcombank

2.2.1. Các chính sách về tài trợ thương mại đang áp dụng tại Vietcombank

Hoạt động tài trợ TMQT là hoạt động kinh doanh đối ngoại trên thị trường quốc tế của Vietcombank, do đó hoạt động này ngoài chịu sự điều chỉnh của các văn bản pháp lý trong nước còn chịu sự điều chỉnh của các thông lệ và tập quán mang tính chất quốc tế.

Luật của Tổ chức Tín dụng: Căn cứ Luật của TCTD số 47/2010/QH12 ngày 16/06/2010 và căn cứ Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật các TCTD số 17/2017/QH14 ngày 20/11/2017; có qui định về nghiệp vụ chiết khấu hối phiếu và/hoặc bộ chứng từ xuất khẩu theo phương thức Tín dụng và nhờ thu chứng từ, cho vay xuất nhập khẩu, bảo lãnh, bao thanh toán... Luật Công cụ chuyển nhượng: số 49/2005/QH11 ngày 29/11/2005 và Thông tư số 04/2013/TT-NHNN ngày 04/03/2013 (Vietcombank, 2025).

Các thông lệ và tập quán quốc tế, bao gồm: Quy tắc thực hành thống nhất về tín dụng chứng từ (UCP600). Tập quán ngân hàng tiêu chuẩn quốc tế để kiểm tra chứng từ theo UCP600 - ISPB phiên bản 745 năm 2013 được ban hành bởi ICC. Các quy tắc thống nhất về nhờ thu ấn bản ICC số 522, sửa đổi năm 1995. Các quy định khác có liên quan. (International Chamber of Commerce (ICC), 2007.

2.2.2. Thực trạng tài trợ thương mại quốc tế tại Vietcombank phân tích theo chỉ tiêu định lượng

2.2.2.1. Các hoạt động tài trợ thương mại quốc tế chủ yếu

Về bảo lãnh vay vốn hoạt động XNK của VCB đến hết tháng 6/2025: 2.177.533 triệu VND tăng mạnh so với con số hết tháng 12/2024: 286.899 triệu VND, mức tăng mạnh (gấp xấp xỉ 7,6 lần). Điều đó cho thấy VCB đẩy mạnh bảo lãnh cho khách hàng vay vốn XNK, mở rộng tín dụng gián tiếp.

Về cam kết mua, bán ngoại tệ và giao dịch hoán đổi phòng ngừa rủi ro tỷ giá cho các DN XNK, đến hết tháng 6/2025, VCB có cam kết mua ngoại tệ: 2.286.862 USD, so với con số cuối năm 2024 là 2.420.843 (giảm nhẹ xấp xỉ 6%); Tương tự, cam kết bán ngoại tệ: 2.258.717 USD so với con số 2.429.276 USD (giảm nhẹ xấp xỉ 7%). Cam kết giao dịch hoán đổi: 233.255.464 USD so với con số cuối năm 2024 là 340.865.305 (giảm 32%) (Vietcombank, 2025).

Các cam kết ngoại tệ và hoán đổi ngoại tệ đối với các DN XNK của VCB giảm đáng kể. Điều đó cho thấy hoạt động phòng ngừa rủi ro tỷ giá và kinh doanh phái sinh của VCB đang thu hẹp quy mô so với cuối 2024.

Về bảo lãnh khác cho các DN XNK đến hết tháng 6/2025 là 85.302.515 triệu VND**,** giảm so với con số hết tháng 12/2024 là 98.052.470 triệu VND**,** tức giảm 13%**.** Điều đó cho thấy VCB giảm các cam kết bảo lãnh ngoài vay vốn, có thể nhằm hạn chế rủi ro (Vietcombank, 2025).

2.2.2.2. Tăng trưởng thị phần cung cấp sản phẩm TTTM

Trong hơn 60 năm qua, VCB luôn được đánh giá là NHTM hàng đầu tại Việt Nam về thanh toán xuất nhập khẩu, nắm giữ 15% - 25% thị phần trong lĩnh vực này. Trong giai đoạn 2022 - 2025, thị phần TTTM quốc tế của VCB tăng trưởng khá, riêng năm 2022 ghi nhận con số tăng trưởng ấn tượng của VCB trong lĩnh vực TTQT-TTTM, khi thị phần nắm giữ ở mức 18,3% và đến hết năm 2024 tăng lên 21,1%, nguyên nhân chủ yếu là do uy tín của VCB trên thị trường quốc tế cũng như uy tín đối với các DN XNK tại Việt Nam. VCB tập trung duy trì các khách hàng cũ và tiếp cận được một số khách hàng mới góp phần tăng trưởng tín dụng XNK và TTQT, mua bán ngoại tệ kể từ đó phát triển hoạt động tài trợ thương mại. (Vietcombank, 2019-2024)

2.3. Đánh giá thực trạng tài trợ thương mại quốc tế tại Vietcombank

2.3.1. Những điểm mạnh

Trong thời gian qua, VCB đạt Doanh số TTTM có xu hướng tăng đều qua các năm, thị phần luôn giữ vị trí ổn định, trên 15% trong giai đoạn từ 2019-2022 và tăng mạnh trong giai đoạn 2022 - 2025, cho thấy chỗ đứng vững vàng của VCB trên thị trường về hoạt động TTTM mà trong đó VCB có những đóng góp rất lớn.

Chất lượng dịch vụ của VCB, luôn đạt yêu cầu tốt trong những năm vừa qua do những cải tiến trong chất lượng dịch vụ TTQT-TTTM như hình thành lực lượng chuyên trách bán hàng sản phẩm TTQT-TTTM (Trade Sales), đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng yêu cầu của từng đối tượng khách hàng; đặt trọng tâm vào nhóm khách hàng FDI; sử dụng linh hoạt các gói phí cạnh tranh kết hợp cho vay để tiếp cận và thu hút khách hàng có hoạt động thanh toán quốc tế từ các đối thủ, chú trọng tối ưu hóa quy trình.

Về sản phẩm, dựa trên các phương thức thanh toán quốc tế truyền thống như: chuyển tiền, thư tín dụng chứng từ, nhờ thu chứng từ, bao thanh toán, bảo lãnh, VCB đã tiên phong nghiên cứu và xây dựng thêm các sản phẩm chuyên biệt. Sản phẩm TTTM trực tuyến của VCB hiện đại, có nhiều tính năng ưu việt hơn so với thị trường; Sản phẩm chiết khấu nhanh trên thị trường có duy nhất VCB và VPB cung ứng, sản phẩm của VCB (chiết khấu trong 1h) ưu việt hơn VPB (chiết khấu trong 3h),… Danh mục sản phẩm của VCB đa dạng, đầy đủ các sản phẩm chuẩn theo thông lệ quốc tế đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng bao gồm KHDN, Ngân hàng và Non-Bank FI. (Vietcombank, 2019-2024)

Về công nghệ, Vietcombank được trao nhiều giải thưởng trong việc đi đầu về đổi mới công nghệ, đặc biệt trong lĩnh vực tài trợ thương mại. Dịch vụ Tài trợ thương mại trực tuyến, là một trong 3 ngân hàng đầu tiên triển khai thí điểm giao dịch TTTM trên nền tảng Blockchain

2.3.2. Hạn chế

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ TTTM giảm, danh mục khách hàng chưa đa dạng: Tỷ trọng doanh số TTQT -TTTM của VCB chủ yếu tập trung ở nhóm KHBB (chiếm 87% doanh số), trong đó nhiều Tập đoàn/Tổng công ty/Doanh nghiệp đứng đầu quy mô thanh toán XNK. Ngoài ra, VCBcũng chưa tiếp cận được các doanh nghiệp FDI đa quốc gia lớn (MNCs), trong khi đây là động lực tăng trưởng KNXNK của cả nước. (Vietcombank, 2019-2024)

Chất lượng đội ngũ Quản lý khách hàng doanh nghiệp (Relationship manager - RM) chưa đồng đều. Tuy Vietcombank sở hữu đội ngũ cán bộ am hiểu nghiệp vụ, đạt chứng chỉ quốc tế về TTTM nhiều nhất Việt Nam, nhưng qua bảng khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng, có thể thấy chất lượng đội ngũ Quản lý khách hàng doanh nghiệp (KHDN) tại VIETCOMBANK là một vấn đề cần cải thiện trong quá trình thực hiện tài trợ thương mại.

Doanh số từ các sản phẩm TTTM khác còn chưa cao. Có thể thấy doanh số hoạt động TTTM tại VIETCOMBANK phần lớn vẫn là từ phương thức L/C, chiếm khoảng 80% trong tổng doanh số, doanh số theo phương thức nhờ thu chiếm khảong 13%, còn lại là doanh số từ các sản phẩm TTTM khác như Chiết khấu Bộ chứng từ, Bảo lãnh, Bao thanh toán, Điện chuyển tiền,… (Vietcombank, 2019-2024).

2.3.2. Nguyên nhân của hạn chế

2.3.2.1. Nguyên nhân chủ quan

Nguồn khách hàng chưa được phân khúc rõ ràng, chưa đẩy mạnh phát triển khách hàng mới. VCB chưa thực sự phân khúc rõ khách hàng theo nhóm ngành nghề, rõ ràng chỉ ưu tiên tập trung vào các doanh nghiệp truyền thống, doanh nghiệp nhà nước.

Chưa có định hướng đào tạo nâng cao chất lượng RM. Chất lượng đội ngũ Quản lý KHDN (RM) chưa đồng đều. Mức độ quản lý và đào tạo của ngân hàng đối với các RM cũng có thể ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Nếu ngân hàng không cung cấp đào tạo đầy đủ và không có quy trình quản lý hiệu quả, có thể dẫn đến sự không đồng đều trong cách làm việc và chất lượng dịch vụ của các manager.

Chưa có định hướng mở rộng thu hút được khách hàng sử dụng các sản phẩm TTTM khác. Bên cạnh đặc tính và nhu cầu kinh doanh khiến cho một số khách hàng có nhu cầu thường xuyên sử dụng L/C để bảo đảm thanh toán và giao nhận hàng hóa, có một số nguyên nhân khác dẫn đến sự chênh lệch trong việc sử dụng sản phẩm L/C và các sản phẩm TTTM khác.

2.3.2.2. Nguyên nhân khách quan

Hành lang pháp lý chưa hoàn thiện. Hành lang pháp lý về công nghệ Blockchain cũng chưa được hoàn

thiện khiến VIETCOMBANK cũng chưa thể đẩy mạnh công nghệ này. Mặc dù tiềm năng phát triển của hệ sinh thái blockchain được nhận định là rất lớn, nhưng việc phát triển công nghệ blockchain ở Việt Nam cũng đang gặp nhiều thách thức và VCB không nằm ngoài những rủi ro mà công nghệ này mang lại.

Môi trường kinh tế trong và ngoài nước có nhiều biến động. Hoạt động tài trợ thương mại còn bị hạn chế một phần là đo các đối tượng vi phạm phòng chống rửa tiền có thông tin liên quan, tương tự với các bên tham gia xuất nhập khẩu, gây trở ngại khó khăn trong quá trình điều tra thông tin, tác động gây tâm lí khó chịu từ phía KH.

Sự cạnh tranh gay gắt từ các NHTM khác. Trong những năm gần đây, thương mại quốc tế tăng trưởng mạnh dẫn tới sự bùng nổ của các sản phẩm tài trợ thương mại từ phía các ngân hàng.

3. Khuyến nghị giải pháp

Từ những nội dung phân tích và đánh giá ở trên, để góp phần phát triển hoạt động tài trợ thương mại quốc tế đối với DN XNK của Vietcombank và có thể tham khảo tích cực cho các NHTM khác của Việt Nam, bài viết xin đề xuất một số khuyến nghị giải pháp sau đây:

Một là, Vietcombank cần tập trung vào các phân khúc khách hàng nhất định kết hợp với phát triển khách hàng mới. Vietcombank cần xây dựng mô hình phân khúc khách hàng chi tiết theo ngành nghề, quy mô, nhu cầu tài trợ thương mại (TTTM). Vietcombank cũng cần thành lập bộ phận phân tích dữ liệu khách hàng để xác định thị trường tiềm năng, trong đó đẩy mạnh tiếp cận khách hàng FDI là các tập đoàn lớn đang hoạt động tại Việt Nam.

Hai là, Vietcombank cần chú trọng nâng cao chất lượng đội ngũ RM (Relationship Manager)

Vietcombank cần khẩn trương xây dựng khung năng lực chuẩn cho RM về kỹ năng tài chính, kỹ thuật sản phẩm TTTM, ngoại ngữ và am hiểu thương mại quốc tế. Cần triển khai chương trình đào tạo định kỳ (online & offline), cập nhật xu hướng quốc tế (như Blockchain, e-L/C, SWIFT GPI).

Ba là, Vietcombank cần đẩy mạnh đa dạng hóa sản phẩm TTTM

Ngoài dịch vụ L/C, Vietcombank cần đẩy mạnh các sản phẩm khác như: UPAS L/C, Forfaiting, Bao thanh toán (Factoring), Bảo lãnh quốc tế, tài trợ chuỗi cung ứng. Kết hợp với đó, VCB cần tổ chức chương trình đào tạo cho khách hàng để nâng cao nhận thức về các sản phẩm này.

Bốn là, Vietcombank cần tăng cường đầu tư mạnh vào nghiên cứu - phát triển công nghệ (Fintech partnership, Sandbox Blockchain), gắn với thường xuyên đào tạo công nghệ cho đội ngũ nhân sự trong lĩnh vực TTTM quốc tế. Vietcombank cần chủ động tham gia liên minh quốc tế để chuẩn hóa giao dịch quốc tế.

Năm là, Vietcombank cần chủ động các phương án ứng phó môi trường kinh tế biến động.

VCB cần phát triển giải pháp quản lý rủi ro TTTM theo chuẩn Basel III, tăng cường cảnh báo sớm. VCB chủ động cung cấp dịch vụ tư vấn phòng ngừa rủi ro tỷ giá, rủi ro quốc gia cho khách hàng. VCB cũng nên linh hoạt trong việc cơ cấu sản phẩm và phí để hỗ trợ khách hàng trong bối cảnh khó khăn, như Covid-19 trước đây và xung đột quân sự Nga - Ucraina, xung đột tại Trung Đông.

Sáu là, Vietcombank cần tăng cường năng lực cạnh tranh trước các NHTM khác

Vietcombank cần nhanh cóng rà soát và điều chỉnh biểu phí TTTM linh hoạt theo từng khách hàng/nhóm khách hàng. Triển khai chính sách ưu đãi phí theo mức độ giao dịch. VCB cần có sự khác biệt hóa bằng chất lượng dịch vụ & công nghệ: cung cấp dịch vụ nhanh hơn, minh bạch hơn, hỗ trợ 24/7 một cách cụ thể hơn cho khách hàng XNK.

Bảy là, các cơ quan chức năng cần khẩn trương hoàn thiện hành lang pháp lý, phát triển công nghệ trong lĩnh vực thương mại điện tử, thương mại quốc tế, kinh tế số. Chính phủ cần chỉ đạo và đảm bảo sự chủ động phối hợp giữa NHNN và Bộ Công Thương trong các dự án thí điểm Blockchain và số hóa TTTM, chứng từ điện tử, chữ ký số, quản lý rủi ro về công nghệ và lừa đảo trên không gian mạng.

Kết luận: Kết quả nghiên cứu sự phát triển của hoạt động TTTM tại Vietcombank trong giai đoạn đến năm 2025, là công trình nghiên cứu hoạt động này trong bối cảnh có nhiều biến động nền kinh tế toàn cầu, đặc biệt là hoạt động thương mại quốc tế. Dựa trên các phân tích về thực trạng hoạt động và bối cảnh kinh tế kém tích cực, tác giả đã chỉ ra những thành tựu và tồn tại của VCBtrong hoạt động TTTM, từ đó đưa ra những giải pháp và kiến nghị cụ thể cho từng tồn tại hiện hữu. Tác giả tiếp đó đã đưa ra các kiến nghị tới cơ quan nhà nước để có thể nâng cao chất lượng hoạt động TTTM và phát triển hoạt động này mạnh mẽ hơn nữa.

Tài liệu tham khảo:

Murphy, C. B. (2018). Trade finance definition. Investopedia. Retrieved from https://www.investopedia.com

Rawat, D. S., & Mehta, K. J. (2018). International trade finance: An overview. International Journal of Commerce and Management Research, 4(2), 45-52.

International Chamber of Commerce (ICC). (2007). UCP 600: Uniform Customs and Practice for Documentary Credits. ICC Publication No. 600.

International Chamber of Commerce (ICC). (1995). URC 522: Uniform Rules for Collections. ICC Publication No. 522.

International Chamber of Commerce (ICC). (2010). URDG 758: Uniform Rules for Demand Guarantees. ICC Publication No. 758.

International Chamber of Commerce (ICC). (1998). ISP98: International Standby Practices. ICC Publication No. 590.

Quốc hội Việt Nam. (2010, sửa đổi 2017). Luật các tổ chức tín dụng. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.

Quốc hội Việt Nam. (2005). Luật Thương mại. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.

Vietcombank (2019-2024): Báo cáo thường niên hợp nhất hàng năm của Vietcombank đã được kiểm toán, các năm 2019-2020, bản cứng, Vietcombank, Hà Nội.

Vietcombank (2025): Báo cáo tài chính 6 tháng đầu năm 2025 đã được kiểm toán, tháng 8/2025, bản cứng, Vietcombank, Hà Nội

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHÍNH SÁCH CỔ TỨC CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN SÀN CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Nguyễn Trọng Nguyên* - ThS. Nguyễn Thị Thu Hậu - TS. Lê Thị Bảo Như***

Nghiên cứu sử dụng phương pháp SGMM trên dữ liệu 218 doanh nghiệp công nghiệp niêm yết tại Việt Nam giai đoạn 2020-2024. Kết quả cho thấy khả năng thanh khoản và tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước tác động tích cực đến chính sách cổ tức, trong khi tăng trưởng tài sản, khả năng sinh lời và GDP có tác động ngược chiều. Tài sản thế chấp và đòn bẩy tài chính không có ý nghĩa thống kê. Nghiên cứu đề xuất giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách xây dựng chính sách cổ tức hiệu quả.

• Từ khóa: *chính sách cổ tức, công nghiệp, công ty niêm yết, Việt Nam.*

The study employs the SGMM estimation method using data from 218 industrial firms listed in Vietnam during 2020-2024. The results indicate that liquidity and the previous year's dividend payout ratio have a positive impact on dividend policy, while asset growth, profitability, and GDP exert a negative influence. Collateral assets and financial leverage are statistically insignificant. The study offers several recommendations to help firms and policymakers develop more effective dividend policies.

• Key words: *dividend policy, industrial firms, listed companies, Vietnam.*

JEL codes: M49, G35, C33

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 30/01/2026
Ngày duyệt đăng: 02/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.22

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, các doanh nghiệp niêm yết ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế. Trong đó, chính sách cổ tức là quyết định tài chính chiến lược, phản ánh hiệu quả hoạt động và tiềm lực phát triển bền vững của doanh nghiệp. Chính sách này chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố nội tại và bên ngoài, quyết định mức lợi nhuận phân phối cho cổ đông.

Dù đã được nhiều học giả quốc tế quan tâm, tại Việt Nam, đặc biệt trong ngành công nghiệp, các nghiên cứu chuyên sâu vẫn còn hạn chế. Theo Wahjudi (2020), tài sản đảm bảo, tăng trưởng tài sản, khả năng thanh khoản, đòn bẩy tài chính và lợi nhuận có ảnh hưởng đáng kể đến chi trả cổ tức của doanh nghiệp sản xuất, gợi mở hướng tiếp cận phù hợp cho bối cảnh Việt Nam.

Trước những biến động kinh tế và chính sách hiện nay, việc phân tích các nhân tố tài chính và vĩ mô ảnh hưởng đến chính sách cổ tức giúp doanh nghiệp hoạch định chiến lược tài chính hiệu quả và hỗ trợ nhà đầu tư tối ưu hóa lợi nhuận. Nghiên cứu này nhằm cung cấp góc nhìn toàn diện và thực tiễn về quyết định chi trả cổ tức của các doanh nghiệp công nghiệp niêm yết tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Chính sách cổ tức là một quyết định tài chính quan trọng nhằm tối đa hóa giá trị doanh nghiệp và bảo vệ quyền lợi cổ đông. Quyết định này không chỉ phản ánh khả năng sinh lời và sức mạnh tài chính của doanh nghiệp mà còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố nội tại và vĩ mô như lợi nhuận, thanh khoản, cơ cấu nợ, tăng trưởng kinh tế và điều kiện thị trường vốn.

Về cơ sở lý thuyết, Miller & Modigliani (1961) cho rằng trong thị trường hoàn hảo, chính sách cổ tức không làm thay đổi giá trị doanh nghiệp; tuy nhiên trong thực tế, các yếu tố như thuế, chi phí giao dịch và rủi ro tài chính khiến cổ tức trở thành một công cụ ảnh hưởng đến giá trị doanh nghiệp. Lý thuyết chi phí đại diện của Jensen & Meckling (2019) nhấn mạnh việc trả cổ tức giúp giảm xung đột lợi ích giữa nhà quản lý và cổ đông khi hạn chế phần lợi nhuận giữ lại. Trong khi đó, lý thuyết tín hiệu của John & Williams (1985) cho rằng doanh nghiệp sử dụng chính sách cổ tức để truyền tải tín hiệu về tình hình tài chính và triển vọng tăng trưởng cho nhà đầu tư.

** Trường Đại học Sài Gòn; email: ltbnhu@sgu.edu.vn*
*** Trường Đại học Bạc Liêu*

Từ các luận điểm trên, có thể thấy chính sách cổ tức của các doanh nghiệp công nghiệp niêm yết tại Việt Nam chịu sự chi phối đồng thời bởi các yếu tố tài chính nội tại và điều kiện kinh tế vĩ mô, phù hợp với bối cảnh thị trường đang phát triển và ngày càng tiệm cận chuẩn mực quản trị quốc tế.

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết cũng như các nghiên cứu thực nghiệm trước đây, chính sách cổ tức của doanh nghiệp có thể chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố tài chính nội tại và điều kiện kinh tế vĩ mô. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả xây dựng các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Tài sản hữu hình đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra giá trị thế chấp, giúp doanh nghiệp giảm chi phí sử dụng nợ và rủi ro thanh khoản. Khi khả năng tiếp cận vốn vay được cải thiện, doanh nghiệp có điều kiện duy trì hoặc gia tăng tỷ lệ chi trả cổ tức. Các nghiên cứu trước cũng ghi nhận mối quan hệ thuận chiều giữa tỷ lệ tài sản cố định và cổ tức.

Giả thuyết H1: Tài sản thế chấp có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

Tăng trưởng tài sản ròng phản ánh nhu cầu đầu tư và cơ hội mở rộng của doanh nghiệp. Theo lý thuyết của Miller & Modigliani (1961), doanh nghiệp có nhiều cơ hội đầu tư thường giữ lại lợi nhuận thay vì phân phối cổ tức. Fama & French (2001) và Wahjudi (2020) cũng cho thấy các doanh nghiệp tăng trưởng cao thường duy trì mức cổ tức thấp hơn nhằm tài trợ cho đầu tư tương lai.

Giả thuyết H2: Tăng trưởng tài sản ròng có ảnh hưởng tiêu cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

Thanh khoản thể hiện khả năng đáp ứng nghĩa vụ tài chính ngắn hạn. Khi dòng tiền ổn định và rủi ro thanh khoản thấp, doanh nghiệp có thể duy trì chính sách cổ tức cao hơn. Kết quả nghiên cứu của Amidu & Abor (2006) và Fama & French (2001) đều cho thấy doanh nghiệp có tính thanh khoản tốt sẽ chi trả cổ tức cao và ổn định hơn.

Giả thuyết H3: Hệ số thanh khoản có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

Đòn bẩy tài chính gia tăng áp lực thanh toán và chi phí kiệt quệ tài chính, buộc doanh nghiệp ưu tiên dòng tiền cho nghĩa vụ nợ thay vì chi trả cổ tức. Quan điểm này được củng cố bởi các nghiên cứu của Jensen & Meckling (2019), Fama & French (2001).

Giả thuyết H4: Đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tiêu cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

Khả năng sinh lời là nguồn gốc tạo ra dòng tiền nội bộ. Doanh nghiệp có lợi nhuận cao thường duy trì mức cổ tức lớn để truyền tín hiệu tích cực ra thị trường. Các nghiên cứu của Lintner (1956), Fama & French (2001) đều xác nhận tác động tích cực này.

Giả thuyết H5: Khả năng sinh lời có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

Theo Lintner (1956), cổ tức mang tính điều chỉnh dần và phụ thuộc vào mức chi trả trong quá khứ để tránh tín hiệu bất ổn. Kết quả của Fama & French (2001) cũng cho thấy tính bền vững và quán tính của chính sách cổ tức qua thời gian.

Giả thuyết H6: Tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức năm hiện tại.

Cuối cùng, chính sách cổ tức mang tính chu kỳ kinh tế. Khi tăng trưởng GDP cao, lợi nhuận và dòng tiền doanh nghiệp thường cải thiện, thúc đẩy tăng phân phối cổ tức. Nghiên cứu của Fama & French (2001) ghi nhận mối quan hệ thuận chiều giữa tăng trưởng kinh tế và tỷ lệ chi trả cổ tức.

Giả thuyết H7: Tăng trưởng kinh tế vĩ mô có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chính sách cổ tức của các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam, nhóm tác giả dựa vào nghiên cứu của (Wahjudi, 2020). Đồng thời, kế thừa các nghiên cứu trước, nhóm tác giả bổ sung biến LDPR (Tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước) (García-Amate và cộng sự, 2025; Sharma & Bakshi, 2019) và GDP (Tốc độ tăng trưởng kinh tế vĩ mô) (Fama & French, 2001; Lotto, 2020). Mô hình nghiên cứu như sau:

$$DPR = \beta_0 + \beta_1 LDPR + \beta_2 COLLAS + \beta_3 GROWTH + \beta_4 CR + \beta_5 LEV + \beta_6 ROA + \beta_7 GDP + \varepsilon_{i,t}$$

Bảng 1: Mô tả các biến

Mã biến	Tên biến	Cách tính	Nguồn tham khảo
Biến phụ thuộc			
DPR	Tỷ lệ chi trả cổ tức	Cổ tức trên mỗi cổ phiếu / Lợi nhuận trên mỗi cổ phiếu	Wirama và cộng sự (2024), García-Amate và cộng sự (2025)
Biến độc lập			
LDPR	Tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước	Cổ tức trên mỗi cổ phiếu năm trước / Lợi nhuận trên mỗi cổ phiếu năm trước	Fama & French (2001), Sharma & Bakshi (2019), García-Amate và cộng sự (2025)
COLLAS	Tài sản thế chấp	Tổng tài sản cố định / Tổng tài sản	Fama & French (2001)
GROWTH	Tăng trưởng tài sản ròng	Tốc độ tăng trưởng tài sản	Wahjudi (2020), Sharma & Bakshi (2019)
CR	Hệ số thanh khoản	Tài sản ngắn hạn / Nợ ngắn hạn	Wahjudi (2020), Wirama và cộng sự (2024), García-Amate và cộng sự (2025)
LEV	Đòn bẩy tài chính	Tổng nợ phải trả / Tổng vốn chủ sở hữu	Wahjudi (2020), Wirama và cộng sự (2024), García-Amate và cộng sự (2025),
ROA	Khả năng sinh lời	Lợi nhuận sau thuế / Tổng tài sản	Wirama và cộng sự (2024), García-Amate và cộng sự (2025)
GDP	Tốc độ tăng trưởng kinh tế vĩ mô	Tốc độ tăng trưởng GDP	Fama & French (2001), Lotto (2020)

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Mẫu nghiên cứu gồm 218 công ty trong lĩnh vực công nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2020-2024. Các giá trị ngoại lai có thể làm kết quả hồi quy bị sai lệch và mất ý nghĩa thống kê. Để chuẩn hóa dữ liệu, nhóm tác giả tiến hành loại trừ các giá trị ngoại lai ở mức ý nghĩa 5%.

4. Kết quả thảo luận

Bảng 2: Thống kê mô tả

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
DPR	813	0.506	0.435	0.000	1.515
COLLAS	1,076	0.220	0.201	0.005	0.681
GROWTH	1,084	0.070	0.189	-0.188	0.553
CR	1,088	2.486	2.312	0.755	10.084
LEV	1,088	1.258	1.365	0.070	5.058
ROA	1,081	0.049	0.052	-0.017	0.180
GDP	1,090	5.240	2.305	2.600	8.500

Nguồn: Kết quả chạy Stata

Kết quả thống kê mô tả (Bảng 2) cho thấy số quan sát từ 813-1.090, đảm bảo độ tin cậy cho các phân tích. Tỷ lệ chi trả cổ tức (DPR) trung bình 0,506 và độ lệch chuẩn 0,435 phản ánh sự khác biệt đáng kể giữa các doanh nghiệp. Tài sản thế chấp (COLLAS) và tăng trưởng doanh thu (GROWTH) lần lượt đạt trung bình 0,220 và 0,070 cho thấy tốc độ tăng trưởng còn khiêm tốn. Đòn bẩy tài chính (LEV) trung bình 1,258 thể hiện mức sử dụng nợ cao, trong khi ROA 4,9% phản ánh hiệu quả sinh lời thấp. Biến vĩ mô GDP ổn định với độ lệch chuẩn thấp. Nhìn chung, dữ liệu có quy mô tốt và phù hợp cho các phân tích hồi quy tiếp theo.

Bảng 3: Ma trận tương quan

	DPR	LPDR	COLLAS	GROWTH	CR	LEV	ROA	GDP
DPR	1.000							
LPDR	0.451	1.000						
COLLAS	0.018	-0.009	1.000					
GROWTH	-0.265	-0.257	-0.081	1.000				
CR	0.117	0.139	-0.166	-0.133	1.000			
LEV	-0.091	-0.102	-0.301	0.217	-0.435	1.000		
ROA	-0.011	0.050	0.075	0.051	0.388	-0.456	1.000	
GDP	-0.027	0.014	-0.031	-0.044	0.057	-0.042	0.017	1.000

Nguồn: Kết quả chạy Stata

Kết quả ma trận tương quan cho thấy các hệ số tương quan giữa các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,8 cho thấy không xuất hiện đa cộng tuyến nghiêm trọng trong mô hình.

Bảng 4: Bảng kiểm định đa cộng tuyến VIF

Variable	VIF
LEV	1.73
CR	1.5
ROA	1.39
COLLAS	1.25
GROWTH	1.16
LPDR	1.08
GDP	1.01
Mean VIF	1.3

Nguồn: Kết quả chạy Stata

Dựa vào bảng trên, ta thấy không có VIF của biến độc lập nào lớn hơn 10, củng cố kết luận không tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng trong mô hình.

Trong phương trình nghiên cứu có biến LPDR là biến trễ của biến phụ thuộc PDR, có thể gây ra hiện tượng nội sinh. Để khắc phục hiện tượng này, nhóm tác giả dùng phương pháp ước lượng SGMM, kết quả hồi quy như sau:

Bảng 5: Kết quả hồi quy

DPR	Coefficient	z
LPDR	0.141**	2.18
COLLAS	0.050	0.51
GROWTH	-0.170**	-1.97
CR	0.023***	2.63
LEV	-0.014	-0.79
ROA	-1.353***	-3.48
GDP	-0.010*	-1.79
_cons	0.538***	6.51
Kiểm định AR2: Pr > z = 0.370		
Kiểm định Sargan: Prob > chi2 = 0.443		
Kiểm định Hansen: Prob > chi2 = 0.474		

** Mức ý nghĩa 10%, ** mức ý nghĩa 5%, *** mức ý nghĩa 1%*

Nguồn: Kết quả chạy Stata

Kết quả hồi quy (Bảng 5) cho thấy mô hình phù hợp và đáng tin cậy, khi các kiểm định AR(2), Hansen và Sargan đều đạt yêu cầu. Do đó, các ước lượng thu được có ý nghĩa và có thể dùng để đưa ra kết luận thực nghiệm.

Biến tài sản thế chấp (COLLAS) và đòn bẩy tài chính (LEV) không có ý nghĩa thống kê, trái với kỳ vọng ban đầu. Điều này cho thấy khả năng vay vốn và mức sử dụng nợ hiện tại chưa phải là yếu tố quyết định chính sách cổ tức của các doanh nghiệp công nghiệp tại Việt Nam. Nguyên nhân có thể xuất phát từ đặc thù ngành đòi hỏi vốn đầu tư lớn, khiến doanh nghiệp ưu tiên dòng tiền cho mở rộng sản xuất hơn là chi trả cổ tức, ngay cả khi sở hữu nhiều tài sản thế chấp hoặc sử dụng nợ vay cao. Vì vậy, giả thuyết H1 và H4 không được ủng hộ.

Đối với biến tăng trưởng tài sản (GROWTH), hệ số hồi quy mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, cho thấy các doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng cao sẽ ưu tiên giữ lại lợi nhuận nhằm tài trợ cho nhu cầu đầu tư, từ đó làm giảm tỷ lệ chi trả cổ tức. Kết quả này phù hợp với quan điểm của Miller & Modigliani (1961) và bằng chứng thực nghiệm từ Fama & French (2001) và Wahjudi (2020), qua đó ủng hộ giả thuyết H2.

Hệ số thanh khoản (CR) cho thấy tác động cùng chiều với tỷ lệ chi trả cổ tức và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, cho thấy các doanh nghiệp có khả năng thanh toán tốt sẽ có mức độ tự tin cao hơn trong việc phân phối lợi nhuận cho cổ đông. Kết quả này phù hợp lý thuyết chi phí đại diện của Jensen & Meckling (2019) và các nghiên cứu như Amidu & Abor (2006), qua đó chấp nhận giả thuyết H3.

Khả năng sinh lời (ROA) lại có ảnh hưởng tiêu cực đến tỷ lệ chi trả cổ tức và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, trái ngược với lý thuyết tín hiệu và nghiên cứu của Lintner (1956), Fama & French (2001). Điều này phản ánh nhiều doanh nghiệp công nghiệp tại Việt Nam trong giai đoạn nghiên cứu có xu hướng giữ lại phần lớn lợi nhuận để tái đầu tư nhằm duy trì sức cạnh tranh và mở rộng sản xuất, đặc biệt trong bối cảnh chịu tác động từ chu kỳ phục hồi kinh tế sau COVID-19. Do đó, giả thuyết H5 không được ủng hộ.

Tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước (LPDR) cho thấy tác động dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, hàm ý rằng chính sách cổ tức của doanh nghiệp có xu hướng duy trì sự ổn định theo thời gian. Điều này phù hợp với lý thuyết tín hiệu của John & Williams (1985) và mô hình của Lintner (1956) cho rằng các doanh nghiệp thường tránh biến động cổ tức quá lớn nhằm giảm thiểu tín hiệu tiêu cực gửi đến thị trường. Do đó, kết quả này củng cố giả thuyết H6.

Cuối cùng, tốc độ tăng trưởng kinh tế (GDP) có tác động âm lên tỷ lệ chi trả cổ tức ở mức ý nghĩa 10%, không phù hợp với các lập luận lý thuyết trước đây (Fama & French, 2001). Điều này cho thấy trong giai đoạn kinh tế tăng trưởng, doanh nghiệp thường ưu tiên mở rộng quy mô hoạt động và gia tăng đầu tư hơn là phân phối cổ tức. Ngoài ra, trong điều kiện kinh tế không thuận lợi, việc duy trì cổ tức có thể được xem như một hình thức trấn an nhà đầu tư, dẫn đến mối quan hệ nghịch chiều giữa GDP và DPR. Do đó, giả thuyết H7 không được ủng hộ.

5. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến chính sách cổ tức của doanh nghiệp công nghiệp niêm yết tại Việt Nam. Dựa trên mô hình của Wahjudi (2020) và bổ sung biến LPDR, GDP, kết quả hồi quy SGMM cho thấy tỷ lệ chi trả cổ tức năm trước, khả năng thanh khoản, tăng trưởng tài sản và tăng trưởng kinh tế có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến cổ tức, trong khi ROA ảnh hưởng ngược chiều do nhu cầu tái đầu tư cao; COLLAS và LEV không có tác động đáng kể. Những phát hiện này góp phần củng cố và mở rộng các lý thuyết về chính sách chi trả cổ tức, đặc biệt là lý thuyết tín hiệu và lý thuyết chi phí đại diện trong bối cảnh của thị trường mới nổi. Kết quả nghiên cứu đồng thời mang lại hàm ý quan trọng cho doanh nghiệp, nhà đầu tư và cơ quan quản lý trong việc hoạch định chính sách tài chính và đánh giá hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất các khuyến nghị sau:

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần tối ưu hóa cấu trúc vốn trên cơ sở cân nhắc kỹ lưỡng chi phí nợ vay, khả năng thanh toán và dòng tiền tạo ra từ hoạt động kinh doanh. Việc gia tăng đòn bẩy tài chính cần được đặt trong giới hạn phù hợp với đặc thù ngành nhằm tránh rủi ro mất cân đối tài chính và ảnh hưởng tiêu cực đến quyền lợi cổ đông.

Thứ hai, doanh nghiệp cần tăng cường quản lý vốn lưu động hiệu quả nhằm duy trì thanh khoản ổn định, đây là yếu tố đã được chứng minh có tác động tích cực lên chính sách cổ tức. Ban lãnh đạo cần theo dõi chặt chẽ các chỉ tiêu quản trị vốn lưu động như vòng quay hàng tồn kho, kỳ thu tiền bình quân và chu kỳ chuyển đổi tiền mặt để chủ động phân phối nguồn lực hợp lý giữa nhu cầu đầu tư và chi trả cổ tức.

Thứ ba, doanh nghiệp nên xem xét sự tương tác giữa đòn bẩy tài chính và quản trị vốn lưu động vì việc duy trì nợ vay cao có thể làm tăng áp lực thanh khoản và hạn chế khả năng chi trả cổ tức. Do đó, các quyết định về huy động vốn phải gắn chặt với dòng tiền hoạt động và khả năng đáp ứng nghĩa vụ tài chính.

Thứ tư, các cơ quan quản lý như Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục thúc đẩy tính minh bạch của doanh nghiệp niêm yết thông qua yêu cầu công bố đầy đủ các chỉ tiêu quan trọng như khả năng sinh lời, mức độ đòn bẩy và tình trạng thanh khoản. Điều này góp phần cải thiện tính hiệu quả của thị trường và hỗ trợ nhà đầu tư đưa ra quyết định chính xác hơn.

Nghiên cứu tương lai có thể mở rộng mẫu, kéo dài thời gian khảo sát hoặc xem xét thêm các yếu tố như cơ cấu sở hữu, quy mô hay cạnh tranh ngành nhằm nâng cao tính tổng quát của kết quả đối với thị trường Việt Nam và các quốc gia mới nổi khác.

Tài liệu tham khảo

Amidu, M., & Abor, J. (2006). Determinants of dividend payout ratios in Ghana. The Journal of Risk Finance, 7(2), 136-145.

Fama, E. F., & French, K. R. (2001). Disappearing dividends: changing firm characteristics or lower propensity to pay? Journal of Financial Economics, 60(1), 3-43.

García-Amate, A., Molero-González, L., Ramírez-Orellana, A., & Trinidad-Segovia, J. E. (2025). Dividend Puzzle: Global Evidence in Oil & Gas. Journal of Corporate Accounting & Finance.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (2019). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. In Corporate Governance (pp. 77-132): Gower.

John, K., & Williams, J. (1985). Dividends, dilution, and taxes: A signalling equilibrium. The Journal of Finance, 40(4), 1053-1070.

Lintner, J. (1956). Distribution of incomes of corporations among dividends, retained earnings, and taxes. The American Economic Review, 46(2), 97-113.

Lotto, J. (2020). On an ongoing corporate dividend dialogue: Do external influences also matter in dividend decision? Cogent Business & Management, 7(1), 1787734.

Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). Dividend policy, growth, and the valuation of shares. The Journal of Business, 34(4), 411-433.

Sharma, R. K., & Bakshi, A. (2019). An evident prescience of determinants of dividend policy of Indian real estate companies: An empirical analysis using co-integration regression and generalised method of moments. Journal of Financial Management of Property and Construction, 24(3), 358-384.

Wahjudi, E. (2020). Factors affecting dividend policy in manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange. Journal of Management Development, 39(1), 4-17.

Wirama, D. G., Krisnadewi, K. A., Artini, L. G. S., & Ardiana, P. A. (2024). Dividend policy and residual dividend theory: evidence from Indonesia. Asian Journal of Accounting Research, 9(3), 201-216.

VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA LỢI THẾ CẠNH TRANH ĐẾN SỰ GẮN BÓ CỦA DOANH NGHIỆP FDI TẠI TỈNH THÁI NGUYÊN: PHÂN TÍCH MÔ HÌNH SEM

TS. Đỗ Thị Hòa Nhã* - TS. Nguyễn Thị Nhung*

Nghiên cứu phân tích vai trò trung gian của năng lực cạnh tranh địa phương (CT) trong mối quan hệ giữa môi trường đầu tư và sự gắn bó của doanh nghiệp FDI (GB) tại tỉnh Thái Nguyên. Dữ liệu khảo sát 220 doanh nghiệp FDI được xử lý theo SEM, kết hợp CFA, đánh giá độ tin cậy - giá trị thang đo và kiểm định bootstrap cho tác động gián tiếp. Kết quả cho thấy, CT tác động tích cực và mạnh đến GB (β chuẩn hóa ≈ 0,53) và mô hình giải thích khoảng 80% biến thiên của GB. NL và LK tác động có ý nghĩa đến CT, trong khi TC và HT không đạt ý nghĩa ở mức 5% đối với CT. Tuy nhiên, TC, NL, HT và LK đều tác động trực tiếp có ý nghĩa đến GB. Bootstrap xác nhận CT trung gian một phần cho tác động của NL và LK lên GB. Kết quả gợi ý địa phương cần ưu tiên nâng chất lượng nhân lực và tăng cường liên kết chuỗi cung ứng để nâng CT, qua đó củng cố gắn bó của doanh nghiệp FDI.

• Từ khóa: *FDI, gắn bó doanh nghiệp; năng lực cạnh tranh địa phương; môi trường đầu tư; Thái Nguyên; SEM.*

This study examines the mediating role of local competitiveness (CT) in the relationship between the investment environment and foreign direct investment (FDI) enterprises' attachment (GB) in Thai Nguyen province. Survey data from 220 FDI firms were analyzed using SEM in conjunction with CFA, assessments of measurement reliability and validity, and bootstrap tests for indirect effects. The results show that CT has a positive and significant effect on GB (standardized β ≈ 0.53), and the model explains about 80% of the variance in GB. Human resources (NL) and linkages (LK) significantly influence CT, whereas institutions (TC) and infrastructure (HT) are not significant at the 5% level for CT. Nevertheless, TC, NL, HT, and LK all have significant direct effects on GB. Bootstrap results confirm that CT partially mediates the effects of NL and LK on GB. The findings suggest that local authorities should prioritize upgrading human resources and strengthening supply-chain linkages to enhance CT, thereby reinforcing FDI enterprises' attachment.

• Key words: *FDI; firm commitment; local competitive capacity; investment environment; Thai Nguyen; SEM.*

Ngày nhận bài: 20/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.23

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, thu hút FDI không còn là "cuộc đua số lượng" mà chuyển sang cạnh tranh về chất lượng môi trường đầu tư và khả năng giữ chân nhà đầu tư. Tại Thái Nguyên, áp lực cạnh tranh từ các tỉnh lân cận ngày càng lớn khi doanh nghiệp thường xuyên so sánh chi phí vận hành, nhân lực và thủ tục. Cấu hình các điều kiện kinh tế - thể chế có thể chi phối cả "dòng vào" lẫn "dòng ra", do đó địa phương cần quan tâm cả việc thu hút lẫn duy trì hiện diện FDI (Cui et al., 2020).

Ở góc độ hành vi, sự "gắn bó" phản ánh mức độ hấp dẫn thực chất của địa phương. Các nghiên cứu về "retention" cho thấy lợi thế vùng không chỉ ở quyết định đầu tư ban đầu mà còn ở khả năng giữ chân doanh nghiệp thông qua năng lực đổi mới và nguồn lực hỗ trợ (Tang & Beer, 2022). Tại Việt Nam, các yếu tố quyết định FDI có tính lan tỏa không gian, gợi ý rằng cạnh tranh giữa các địa phương là động lực quan trọng cần xem xét (Huynh, 2022).

Tuy nhiên, các nghiên cứu cấp tỉnh tại Việt Nam thường tập trung vào tác động trực tiếp của thể chế, hạ tầng đến kết quả đầu tư, trong khi cơ chế trung gian chuyển hóa các điều kiện này thành sự "gắn bó" chưa được kiểm định đầy đủ bằng mô hình cấu trúc. Bằng chứng quốc tế nhấn mạnh vai trò của chất lượng thể chế và cần mô hình hóa cơ chế tác động thay vì chỉ dừng ở quan hệ trực tiếp (Adegboye et al., 2020). Do tác động của FDI có thể khác nhau tùy bối cảnh thể chế và nhân lực địa phương (Le et al., 2021), nghiên cứu này sử dụng mô hình SEM với biến trung gian để làm rõ vai trò của năng lực cạnh tranh địa phương đối với sự gắn bó của doanh nghiệp FDI tại Thái Nguyên.

** ĐH Kinh tế & QTKD - ĐH Thái Nguyên; email: nhungnt@tueba.edu.vn*

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

2.1. Thể chế (TC)

Thể chế địa phương được hiểu là "chất lượng quản trị" và mức độ thuận lợi của môi trường hành chính. Trong bối cảnh FDI, thể chế tốt giúp giảm chi phí giao dịch và rủi ro, tạo điều kiện để doanh nghiệp duy trì hoạt động và mở rộng quy mô. Nhiều bằng chứng thực nghiệm khẳng định chất lượng thể chế có quan hệ mật thiết với dòng vốn FDI, đặc biệt khi đo lường qua hiệu lực quản trị, pháp quyền và chất lượng điều tiết (Chen et al., 2023).

2.2. Nhân lực (NL)

Chất lượng nhân lực là nền tảng cho năng suất và khả năng vận hành ổn định của doanh nghiệp FDI. Khi lựa chọn địa điểm, các đặc trưng lao động vừa tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động, vừa tạo lợi thế tương đối cho địa phương so với các lựa chọn thay thế. Tại Việt Nam, các nghiên cứu kinh tế lượng không gian gợi ý rằng đặc trưng dân số và điều kiện vùng liên quan chặt chẽ đến khả năng thu hút FDI, đồng thời tồn tại hiệu ứng lan tỏa giữa các địa phương lân cận (Huynh, 2022).

2.3. Hạ tầng (HT)

Hạ tầng được xem là "chi phí nền" của kinh doanh, bao gồm giao thông, điện, nước và dịch vụ logistics. Hạ tầng tốt giúp giảm gián đoạn vận hành, tiết kiệm chi phí vận tải và nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng, từ đó cải thiện sức hấp dẫn đối với nhà đầu tư. Các nghiên cứu gần đây tiếp tục khẳng định hạ tầng (đặc biệt là thông tin - viễn thông và kết nối) là yếu tố then chốt thúc đẩy FDI trong các nền kinh tế đang phát triển (Tsaurai, 2025).

2.4. Liên kết (LK)

Liên kết phản ánh khả năng doanh nghiệp FDI tìm kiếm nhà cung ứng phù hợp, đảm bảo chất lượng và tiến độ nội địa hóa đầu vào. Liên kết mạnh giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch, tăng tính linh hoạt và ổn định nguồn cung, tạo động lực duy trì và mở rộng hoạt động. Các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của cấu trúc liên kết và không gian công nghiệp trong việc hình thành cơ chế hợp tác giữa các chủ thể, có ý nghĩa quan trọng đối với kết quả phát triển công nghiệp và hoạt động FDI (Hai, 2022).

2.5. Năng lực cạnh tranh địa phương (CT)

Năng lực cạnh tranh địa phương được tiếp cận như mức độ hấp dẫn và lợi thế tương đối của một địa phương so với các địa phương khác dưới góc nhìn doanh nghiệp. Các nghiên cứu về cạnh tranh vùng/địa phương cho thấy nhiều cấu hình điều kiện (kinh tế và thể chế) có thể dẫn tới khả năng "thu hút và giữ chân" doanh nghiệp đa quốc gia, hàm ý CT có thể đóng vai trò cơ chế giải thích cho các quyết định duy trì hay rời bỏ địa điểm (Cui et al., 2020).

2.6. Gắn bó của doanh nghiệp FDI (GB)

Gắn bó của doanh nghiệp FDI thường được thể hiện qua ý định duy trì hoạt động dài hạn, mở rộng quy mô và ưu tiên địa điểm cho dự án đầu tư mới. Đây là một dạng "cam kết địa điểm" phản ánh mức độ hài lòng và đánh giá lợi ích tương đối của địa phương so với lựa chọn thay thế. Bằng chứng thực nghiệm cũng cho thấy các điều kiện vùng có thể làm tăng xác suất địa phương giữ được các dự án/chi nhánh nước ngoài theo thời gian (Tang & Beer, 2022).

2.7. Phát triển giả thuyết

Từ các lập luận trên, nghiên cứu giả định: (i) các yếu tố môi trường đầu tư (TC, NL, HT, LK) có thể góp phần hình thành CT như một lợi thế tương đối của địa phương; (ii) CT tác động tích cực đến GB; và (iii) CT có thể đóng vai trò trung gian, truyền dẫn ảnh hưởng của một số yếu tố môi trường đầu tư đến GB. Cụ thể:

H1: TC tác động dương đến CT.

H2: NL tác động dương đến CT.

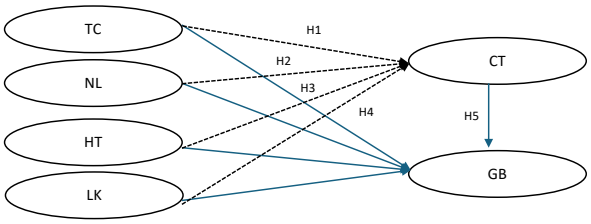
H3: HT tác động dương đến CT.

H4: LK tác động dương đến CT.

H5: CT tác động dương đến GB.

H6a-H6d: CT đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa TC/NL/HT/LK và GB.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu được thiết kế theo hướng định lượng, sử dụng khảo sát bằng bảng hỏi cấu trúc để thu thập dữ liệu sơ cấp từ doanh nghiệp FDI đang hoạt động tại tỉnh Thái Nguyên. Mô hình nghiên cứu kiểm định đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc, trong đó CT đóng vai trò biến trung gian giữa các yếu tố môi trường đầu tư và sự gắn bó của doanh nghiệp. Dữ liệu được đo lường theo thang Likert 5 mức với các phát biểu một hướng, bảo đảm tính nhất quán nội dung.

3.2. Đối tượng khảo sát, chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát là các doanh nghiệp FDI đang hoạt động tại Thái Nguyên; người trả lời ưu tiên là lãnh đạo, quản lý hoặc cán bộ phụ trách có hiểu biết về môi

trường đầu tư và quyết định duy trì hay mở rộng hoạt động của doanh nghiệp. Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện có kiểm soát, kết hợp điều kiện sàng lọc nhằm bảo đảm doanh nghiệp có thời gian hoạt động đủ để đánh giá các yếu tố thể chế, nhân lực, hạ tầng và liên kết tại địa phương.

3.3. Thang đo và biến nghiên cứu

Các thang đo được xây dựng trên cơ sở tổng quan nghiên cứu và điều chỉnh theo bối cảnh doanh nghiệp FDI tại Thái Nguyên. Thang đo gồm 6 nhân tố: TC, NL, HT, LK (biến độc lập), CT (biến trung gian) và GB (biến phụ thuộc), với tổng số 22 biến quan sát. Trước khi phân tích SEM, nghiên cứu đánh giá độ tin cậy và giá trị thang đo thông qua Cronbach's alpha, CR/AVE và giá trị phân biệt.

Bảng 1: Các cấu trúc, số lượng biến quan sát và nguồn thang đo

Nhân tố	Số biến quan sát	Mô tả	Nguồn thang đo
TC	4	Tham khảo các nghiên cứu về chất lượng thể chế và FDI.	Nguyen et al. (2024)
NL	4	Tham khảo nhóm nghiên cứu về nguồn lực lao động và FDI, điều chỉnh theo doanh nghiệp.	Huynh (2022)
HT	4	Tham khảo các nghiên cứu về hạ tầng và quyết định địa điểm.	Tsaurai (2025)
LK	4	ham khảo các nghiên cứu về liên kết công nghiệp và FDI.	Nguyen (2019)
CT	3	Tham khảo hướng tiếp cận cạnh tranh vùng và điều chỉnh theo cảm nhận DN.	Cui et al. (2020)
GB	3	Gắn bó (duy trì - mở rộng - ưu tiên địa điểm); tham khảo nghiên cứu về retention/commitment.	Tang & Beer (2022)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.4. Quy trình phân tích dữ liệu

Quy trình phân tích gồm bốn bước chính. Bước 1 là thống kê mô tả và kiểm tra tương quan để nhận diện đặc điểm dữ liệu và mối liên hệ sơ bộ giữa các biến. Bước 2 là kiểm định mô hình đo lường bằng CFA nhằm đánh giá độ phù hợp mô hình, độ tin cậy và giá trị hội tụ - phân biệt của thang đo. Bước 3 là ước lượng mô hình cấu trúc SEM để kiểm định các giả thuyết và xác định mức độ tác động trực tiếp giữa các nhân tố. Bước 4 sử dụng bootstrap để kiểm định tác động gián tiếp và kết luận vai trò trung gian của CT dựa trên khoảng tin cậy, đồng thời báo cáo R^2 để đánh giá năng lực giải thích của mô hình.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả các doanh nghiệp FDI được lựa chọn

Bảng 2. Hồ sơ doanh nghiệp FDI (n = 220)

Biến	Tần suất	(%)
Nguồn gốc vốn đầu tư		
Từ châu Á	115	52,27
Từ châu Âu	57	25,91
Từ châu Mỹ và các khu vực khác	48	21,82
Thời gian đầu tư		
Dưới 5 năm	39	17,73
Từ 5 năm đến 10 năm	84	38,18
Trên 10 năm	97	44,09
Lĩnh vực đầu tư		
Công nghiệp	158	71,82
Nông nghiệp	35	15,91
Dịch vụ	27	12,27
Số lượng lao động		
Dưới 300	46	20,91
Từ 300 đến 1.000	118	53,64
Trên 1.000	56	25,45

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 2 cho thấy mẫu khảo sát gồm 220 doanh nghiệp FDI, trong đó nguồn vốn đầu tư chủ yếu đến từ châu Á (52,27%), tiếp đến là châu Âu (25,91%) và châu Mỹ cùng các khu vực khác (21,82%). Về thời gian đầu tư, nhóm doanh nghiệp hoạt động trên 10 năm chiếm tỷ lệ cao nhất (44,09%), cho thấy mẫu có mức độ "trải nghiệm địa phương" tương đối tốt để đánh giá môi trường đầu tư. Theo lĩnh vực, doanh nghiệp FDI tập trung chủ yếu ở khu vực công nghiệp (71,82%), phù hợp với đặc điểm phát triển công nghiệp của địa phương. Về quy mô lao động, nhóm doanh nghiệp có số lao động từ 300 đến 1.000 chiếm tỷ trọng lớn nhất (53,64%), phản ánh cấu trúc mẫu thiên về các doanh nghiệp quy mô vừa - lớn.

4.2. Phân tích thống kê mô tả các nhân tố

Bảng 3. Thống kê mô tả và ma trận tương quan

Cấu trúc	Giá trị trung bình	SD	TC	NL	HT	LK	CT	GB
TC	3,062	0,710	1,000	0,279	0,292	0,253	0,293	0,438
NL	2,706	0,701	0,279	1,000	0,247	0,198	0,324	0,474
HT	2,808	0,665	0,292	0,247	1,000	0,227	0,280	0,399
LK	3,144	0,727	0,253	0,198	0,227	1,000	0,340	0,443
CT	3,161	0,710	0,293	0,324	0,280	0,340	1,000	0,665
GB	3,109	0,711	0,438	0,474	0,399	0,443	0,665	1,000

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 3 cho thấy điểm trung bình của các thang đo nằm ở mức trung bình-khá, phản ánh đánh giá tương đối tích cực của doanh nghiệp FDI đối với thể chế, nhân lực, hạ tầng, liên kết, năng lực cạnh tranh địa phương và gắn bó. Độ lệch chuẩn ở mức vừa phải, cho thấy dữ liệu không phân tán quá lớn. Các hệ số tương quan chủ yếu cùng chiều và ở mức thấp đến trung bình, phù hợp kỳ vọng lý thuyết về mối quan hệ giữa các khái niệm. Không xuất hiện tương quan quá cao hàm ý nguy cơ đa cộng tuyến nghiêm trọng là thấp.

4.3. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Bảng 4. Các chỉ số độ phù hợp mô hình CFA

Chỉ số	Giá trị CFA	Ngưỡng khuyến nghị	Kết luận
df	194	-	
p-value	0,313	> 0,05	Đạt
CMIN/DF	1,047	< 3,00	Đạt
CFI	0,996	> 0,90	Đạt
TLI	0,995	> 0,90	Đạt
RMSEA	0,015	< 0,08	Đạt
SRMR	0,036	< 0,08	Đạt
PCLOSE	1,000	> 0,05	Đạt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Các chỉ số phù hợp của CFA đạt ngưỡng tốt/rất tốt, cho thấy cấu trúc thang đo đề xuất phù hợp với dữ liệu khảo sát. Điều này hàm ý các biến quan sát phản ánh

nhất quán các khái niệm tiềm ẩn và mô hình đo lường có độ ổn định. Trên cơ sở mô hình đo lường được xác nhận, các kiểm định tiếp theo về mô hình cấu trúc SEM có thể được thực hiện với độ tin cậy cao hơn.

4.4. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của các cấu trúc

Bảng 5. Độ tin cậy và giá trị hội tụ

Nhân tố	Cronbach's α	CR	AVE
TC	0,857	0,858	0,602
NL	0,852	0,853	0,592
HT	0,836	0,837	0,562
LK	0,875	0,875	0,637
CT	0,870	0,871	0,693
GB	0,817	0,816	0,597

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 5 cho thấy các thang đo nhìn chung đạt độ tin cậy tốt, thể hiện qua Cronbach's alpha và CR đáp ứng các ngưỡng tham khảo thông dụng. Giá trị AVE của các nhân tố đạt/tiệm cận ngưỡng cho thấy thang đo có giá trị hội tụ chấp nhận được, tức các biến quan sát hội tụ về đúng khái niệm cần đo.

4.5. Giá trị phân biệt (HTMT)

Bảng 6. Giá trị phân biệt

	TC	NL	HT	LK	CT	GB
TC	1,000	0,325	0,346	0,292	0,338	0,522
NL	0,325	1,000	0,289	0,228	0,376	0,568
HT	0,346	0,289	1,000	0,267	0,329	0,484
LK	0,292	0,228	0,267	1,000	0,389	0,526
CT	0,338	0,376	0,329	0,389	1,000	0,789
GB	0,522	0,568	0,484	0,526	0,789	1,000

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Các giá trị HTMT giữa các cặp nhân tố đều nằm dưới ngưỡng khuyến nghị, qua đó khẳng định giá trị phân biệt giữa các khái niệm trong mô hình. Kết quả này cho thấy các thang đo không bị chồng lấn nội dung, giúp diễn giải tác động trong SEM rõ ràng hơn. Mặc dù CT và GB có liên hệ tương đối cao, HTMT vẫn trong ngưỡng chấp nhận, phù hợp với lập luận CT là cơ chế giải thích cho GB.

4.6. Các chỉ số độ phù hợp của SEM

Bảng 7. Các chỉ số độ phù hợp SEM

Chỉ số	Giá trị SEM	Ngưỡng khuyến nghị	Kết luận
df	198	-	
p-value	0,318	> 0,05	Đạt
CMIN/DF	1,045	< 3,00	Đạt
CFI	0,996	> 0,90	Đạt
TLI	0,996	> 0,90	Đạt
RMSEA	0,014	< 0,08	Đạt
SRMR	0,037	< 0,08	Đạt
PCLOSE	1,000	> 0,05	Đạt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả này hàm ý mô hình có khả năng giải thích cơ chế tác động từ các yếu tố môi trường đầu tư đến gắn bó của doanh nghiệp FDI thông qua biến trung gian CT. Với mức độ phù hợp đạt chuẩn, các ước lượng đường dẫn và kiểm định trung gian có thể được xem xét như bằng chứng thực nghiệm đáng tin cậy.

4.6. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Bảng 8. Kết quả mô hình cấu trúc (hệ số chuẩn hóa và CI 95% bootstrap)

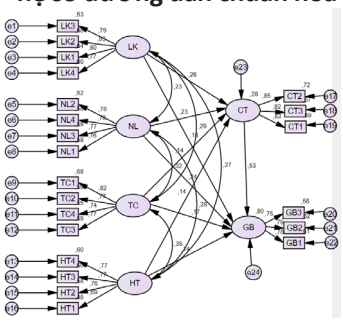
Đường tác động	β (chuẩn hóa)	p	CI 95% (Lower)	CI 95% (Upper)
LK → CT	0,259	0,002	0,097	0,417
NL → CT	0,233	0,003	0,089	0,382
TC → CT	0,144	0,059	-0,005	0,310
HT → CT	0,135	0,104	-0,026	0,286
LK → GB	0,182	0,010	0,043	0,318
NL → GB	0,236	0,002	0,089	0,382
TC → GB	0,166	0,002	0,058	0,285
HT → GB	0,138	0,038	0,008	0,264
CT → GB	0,529	0,001	0,331	0,722

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Ghi chú: CI 95% lấy theo Bootstrap Percentile (PC). β là hệ số chuẩn hóa (Standardized).

Bảng 8 cho thấy CT tác động tích cực và có ý nghĩa mạnh đến GB, khẳng định vai trò then chốt của năng lực cạnh tranh địa phương trong việc gia tăng gắn bó của doanh nghiệp FDI. Đối với CT, các yếu tố liên quan đến nhân lực và liên kết có tác động dương và có ý nghĩa, trong khi thể chế và hạ tầng không đạt ý nghĩa thống kê ở mức 5%, cho thấy CT được hình thành chủ yếu từ "nội lực" và mạng lưới liên kết. Đồng thời, các tác động trực tiếp từ các yếu tố nền tảng (TC, NL, HT, LK) đến GB vẫn có ý nghĩa, phản ánh GB chịu ảnh hưởng đa kênh. Các khoảng tin cậy bootstrap không chứa 0 củng cố độ vững của các ước lượng.

Hình 2: Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) với các hệ số đường dẫn chuẩn hóa



Ghi chú: Mô hình cấu trúc được ước lượng bằng SEM trong R (các gói lavaan và lavaan.survey), sơ đồ được trực quan hóa bằng IBM SPSS AMOS nhằm tăng độ rõ ràng khi trình bày.

Bảng 9. Tác động gián tiếp lên GB qua CT (Bootstrap PC 95%)

Tác động gián tiếp	β gián tiếp (chuẩn hóa)	CI 95% (Lower)	CI 95% (Upper)	Kết luận
TC → CT → GB	0,076	-0,007	0,158	Không (CI chứa 0)
NL → CT → GB	0,123	0,037	0,230	Có (CI ≠ 0)
LK → CT → GB	0,137	0,042	0,248	Có (CI ≠ 0)
HT → CT → GB	0,071	-0,011	0,182	Không (CI chứa 0)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Ghi chú: Tác động gián tiếp có ý nghĩa khi CI 95% không chứa 0.

Kết quả cho thấy NL và LK có tác động gián tiếp đến GB thông qua CT với CI95% không chứa 0, xác nhận CT đóng vai trò trung gian đối với hai yếu tố này. Ngược lại, tác động gián tiếp của TC và HT qua CT không có ý nghĩa, gợi ý CT không phải kênh truyền dẫn chủ đạo cho hai biến này. Như vậy, vai trò trung gian

của CT mang tính chọn lọc, tập trung vào nhóm yếu tố liên quan nguồn lực và liên kết.

Table 10. Tác động tổng hợp lên GB và R^2 của biến nội sinh

Chỉ tiêu	Ước lượng	CI 95% (Lower)	CI 95% (Upper)
TC → GB	0,242	0,095	0,385
NL → GB	0,359	0,237	0,491
LK → GB	0,319	0,188	0,440
HT → GB	0,209	0,075	0,340
CT → GB	0,529	0,343	0,737
R^2(CT) = 0.281			
R^2(GB) = 0.801			

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Ghi chú: Total effect = Direct + Indirect. R^2 trích từ Squared Multiple Correlations (SMC).

Bảng 10 cho thấy tác động tổng hợp lên GB phản ánh đầy đủ cả kênh trực tiếp và gián tiếp, qua đó xác định mức độ đóng góp tương đối của từng yếu tố. CT có tác động tổng nổi bật lên GB, đồng thời các yếu tố TC, NL, HT, LK vẫn giữ vai trò quan trọng khi xét tổng thể. Giá trị R^2 của GB ở mức cao cho thấy mô hình có năng lực giải thích mạnh đối với sự gắn bó của doanh nghiệp FDI. R^2 của CT ở mức trung bình gợi ý năng lực cạnh tranh địa phương còn chịu ảnh hưởng từ các yếu tố khác chưa đưa vào mô hình, mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo. Tổng thể, kết quả củng cố giá trị thực tiễn của mô hình trong việc xác định "đòn bẩy" tăng gắn bó thông qua nâng cao CT và cải thiện các yếu tố nền tảng.

5. Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu này xem xét cơ chế hình thành sự gắn bó của doanh nghiệp FDI trong bối cảnh cạnh tranh thu hút và giữ chân nhà đầu tư giữa các địa phương ngày càng gia tăng. Trọng tâm là vai trò trung gian của năng lực cạnh tranh địa phương (CT) trong mối quan hệ giữa các yếu tố môi trường đầu tư và sự gắn bó (GB) tại tỉnh Thái Nguyên. Dữ liệu khảo sát 220 doanh nghiệp FDI được phân tích bằng CFA và SEM, kết hợp bootstrap để kiểm định tác động gián tiếp.

Kết quả SEM cho thấy năng lực cạnh tranh địa phương (CT) tác động mạnh đến sự gắn bó (GB) của doanh nghiệp FDI ($\beta = 0,529$), đồng thời mô hình giải thích khoảng 80,1% biến thiên của GB. Vì vậy, chính sách cần chuyển trọng tâm từ "thu hút mới" sang giữ chân và khuyến khích mở rộng, bằng cách nâng CT như một "lợi thế tương đối" của Thái Nguyên so với các địa phương lân cận.

Thứ nhất, với nhân lực (NL), kết quả cho thấy NL vừa tác động trực tiếp đến GB, vừa tác động gián tiếp thông qua CT (trung gian một phần). Do đó, tỉnh cần ưu tiên các giải pháp nâng chất lượng lao động theo nhu cầu FDI: (i) mở rộng mô hình đào tạo theo đơn đặt hàng giữa doanh nghiệp-cơ sở đào tạo; (ii) tăng tỷ trọng đào tạo kỹ năng thực hành và kỷ luật công nghiệp (an toàn, 5S, quy trình); (iii) hỗ trợ doanh nghiệp đào tạo tại chỗ thông qua quỹ/Chương trình hỗ trợ đào tạo; (iv) phát triển dịch vụ thị trường lao động (kết nối tuyển dụng, dự báo nhu cầu kỹ năng). Các giải pháp này vừa tạo khác biệt cạnh tranh (nâng CT) vừa trực tiếp củng cố ý định duy trì và mở rộng của doanh nghiệp.

Thứ hai, với liên kết (LK), LK có tác động trực tiếp đến GB và có tác động gián tiếp qua CT (trung gian một phần). Vì vậy, cần thúc đẩy liên kết chuỗi cung ứng/công nghiệp hỗ trợ theo hướng đo được: (i) hình thành chương trình phát triển nhà cung ứng địa phương (supplier development) theo ngành chủ lực; (ii) tổ chức kết nối cung-cầu, chuẩn hóa tiêu chuẩn chất lượng, giao hàng đúng hạn; (iii) hỗ trợ doanh nghiệp nội địa nâng cấp quản trị chất lượng, chứng chỉ và năng lực sản xuất để tham gia chuỗi FDI; (iv) phát triển hạ tầng dịch vụ hỗ trợ (kiểm định, logistics, kho bãi, dịch vụ kỹ thuật). Khi liên kết tốt hơn, doanh nghiệp FDI giảm chi phí giao dịch, tăng ổn định đầu vào và gia tăng động lực gắn bó.

Thứ ba, với thể chế (TC) và hạ tầng (HT), hai biến này tác động trực tiếp có ý nghĩa đến GB nhưng không tác động có ý nghĩa đến CT ở mức 5%. Hàm ý là TC và HT có thể đang đóng vai trò "điều kiện nền" đối với quyết định gắn bó: nếu yếu sẽ gây cản trở rõ, nhưng khi đạt mức chấp nhận thì chưa đủ tạo khác biệt cạnh tranh tương đối. Vì vậy, chính sách nên tập trung vào giảm ma sát vận hành: (i) rút ngắn thời gian xử lý thủ tục theo cơ chế một cửa và chuẩn hóa quy trình; (ii) nâng chất lượng hỗ trợ sau cấp phép (aftercare) để xử lý nhanh vướng mắc; (iii) bảo đảm ổn định điện-nước và giảm gián đoạn; (iv) ưu tiên các nút thắt kết nối và logistics phục vụ khu công nghiệp. Cách tiếp cận này trực tiếp cải thiện trải nghiệm hoạt động và hỗ trợ quyết định duy trì/mở rộng.

Tổng thể, để nâng GB, Thái Nguyên cần một gói chính sách đồng bộ: nâng CT thông qua nhân lực và liên kết (đòn bẩy tạo khác biệt), đồng thời duy trì cải cách thể chế và đầu tư hạ tầng thiết yếu như điều kiện nền để giảm rủi ro và chi phí vận hành cho doanh nghiệp FDI.

Tài liệu tham khảo:

Adegboye, F. B., Osabohien, R., Olokoyo, F. O., Matthew, O., & Adediran, O. (2020). Institutional quality, foreign direct investment, and economic development in sub-Saharan Africa. Humanities and Social Sciences Communications, 7, 38. https://doi.org/10.1057/s41599-020-0529-x

Chen, F., et al. (2023). The impact of institutional quality on foreign direct investment. Economic Research-Ekonomska Istraživanja. https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2134903

Cui, L., Fan, D., Li, Y., & Choi, Y. (2020). Regional competitiveness for attracting and retaining foreign direct investment: A configurational analysis of Chinese provinces. Regional Studies, 54(5), 692-703. https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1636023

Hai, N. C. (2022). Linkages and development of local industrial space. Cogent Social Sciences. https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2109273

Huynh, T. N. (2022). Dynamic spatial effects of determinants of foreign direct investment: A case of the southern key economic region of Vietnam. Australian Economic Papers, 61(3), 436-454. https://doi.org/10.1111/1467-8454.12254

Le, Q. H., Do, Q. A., Pham, H. C., & Nguyen, T. D. (2021). The impact of foreign direct investment on income inequality in Vietnam. Economies, 9(1), 27. https://doi.org/10.3390/economies9010027

Nguyen, N. M., Sun, S., & Welters, R. (2024). The impact of FDI on R&D investment of small and medium-sized enterprises in Vietnam: The role of institutions. International Review of Economics & Finance, 95, 103519. https://doi.org/10.1016/j.iref.2024.103519

Nguyen, T. X. T., & Revilla Diez, J. (2019). Less than expected—The minor role of foreign firms in upgrading domestic suppliers—The case of Vietnam. Research Policy, 48(6), 1573-1585. https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.021

Tang, R. W., & Beer, A. (2022). Regional innovation and the retention of foreign direct investment: A place-based approach. Regional Studies, 56(10), 1757-1770. https://doi.org/10.1080/00343404.2021.2006173

Tsaurai, K. (2025). Impact of infrastructure development on foreign direct investment in BRICS countries. Journal of Risk and Financial Management, 18(3), 152. https://doi.org/10.3390/jrfm18030152

TÁC ĐỘNG CỦA NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ ĐẾN Ý ĐỊNH DUY TRÌ HỢP ĐỒNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI MỘT DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM HÀNG ĐẦU Ở VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Thanh Quý*

Nghiên cứu này phân tích tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ trong bối cảnh một doanh nghiệp bảo hiểm hàng đầu tại Việt Nam. Dữ liệu được thu thập từ 250 khách hàng thông qua bảng hỏi cấu trúc và được phân tích bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả CFA cho thấy mô hình đo lường phù hợp tốt với dữ liệu, các thang đo đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ, đồng thời đáp ứng giá trị phân biệt. Kết quả SEM khẳng định bốn nhân tố của nền tảng công nghệ gồm tính tiện lợi giao dịch số, sự minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật số đều tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến ý định duy trì hợp đồng. Trong đó, minh bạch thông tin có ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là an toàn-bảo mật. Mô hình giải thích 44,8% biến thiên của ý định duy trì, qua đó gợi ý ưu tiên quản trị nền tảng theo hướng minh bạch, bảo mật và tối ưu trải nghiệm.

• Từ khóa: *nền tảng công nghệ; bảo hiểm nhân thọ; ý định duy trì hợp đồng; minh bạch thông tin; SEM.*

This study examines how technological platforms influence customers' intention to maintain life insurance contracts in the context of a leading insurance enterprise in Vietnam. Data were collected from 250 customers through a structured questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the Confirmatory Factor Analysis (CFA) show that the measurement model fits the data well, and the scales meet the requirements of reliability, convergent validity, and discriminant validity. The SEM results indicate that four factors of the technological platform, including digital transaction convenience, information transparency, online support efficiency, and digital safety and security, have positive and statistically significant effects on the intention to maintain life insurance contracts. Among these factors, information transparency has the strongest impact, followed by safety and security. The model explains 44.8% of the variance in maintenance intention, suggesting that platform management should focus on enhancing transparency, strengthening security, and optimizing user experience.

• Key words: *technological platform, life insurance, contract maintenance intention, information transparency, SEM.*

Ngày nhận bài: 21/12/2025
Ngày gửi phản biện: 30/01/2026
Ngày duyệt đăng: 10/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.24

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang tái định hình hoạt động và cạnh tranh của ngành bảo hiểm, đặc biệt tại các điểm chạm như tư vấn, phát hành hợp đồng, chăm sóc sau bán và giải quyết quyền lợi. Nền tảng công nghệ tác động trực tiếp đến chất lượng dịch vụ cảm nhận thông qua tốc độ xử lý, mức độ minh bạch và tính an toàn của giao dịch số; hiệu quả phụ thuộc lớn vào năng lực thiết kế và quản trị trải nghiệm số của doanh nghiệp (Eckert & Osterrieder, 2020; Eckert et al., 2022).

Trong bảo hiểm nhân thọ, duy trì hợp đồng quyết định tính bền vững danh mục và hiệu quả tài chính dài hạn. Khách hàng có thể gián đoạn đóng phí khi trải nghiệm nền tảng kém, như thao tác phức tạp, thông tin thiếu nhất quán, hỗ trợ chậm hoặc lo ngại an toàn dữ liệu. Vì vậy, xác định các thuộc tính nền tảng công nghệ thúc đẩy ý định duy trì hợp đồng là yêu cầu quản trị cấp thiết tại Việt Nam.

Về mặt học thuật, các nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ tài chính số tại Việt Nam đã ghi nhận vai trò của lợi ích cảm nhận, niềm tin và rủi ro cảm nhận đối với hành vi tiếp tục sử dụng dịch vụ, đồng thời sử dụng phổ biến mô hình phương trình cấu trúc để kiểm định quan hệ giữa các khái niệm tiềm ẩn (Khuông, 2022; Đỗ & Trần, 2025). Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm cho bối cảnh bảo hiểm nhân thọ còn hạn chế, nhất là các nghiên cứu đặt trọng tâm vào nền tảng công nghệ như nhóm tiền tố trực tiếp của ý định duy trì hợp đồng.

Khoảng trống nghiên cứu thể hiện ở ba phương diện. Thứ nhất, còn thiếu các mô hình định lượng

** Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh - ĐH Thái Nguyên; email: thanhquynguyen@tueba.edu.vn*

tập trung vào trải nghiệm nền tảng công nghệ trong quá trình thực hiện nghĩa vụ hợp đồng bảo hiểm nhân thọ. Thứ hai, các thuộc tính nền tảng số liên quan đến minh bạch thông tin, hỗ trợ trực tuyến và an toàn bảo mật chưa được chuẩn hoá và kiểm định đồng thời trong một mô hình cấu trúc hướng đến hành vi duy trì. Thứ ba, còn thiếu các nghiên cứu trường hợp tại doanh nghiệp bảo hiểm với dữ liệu khách hàng đủ điều kiện thẩm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc bằng SEM. Một số bằng chứng gần đây về hành vi tái tục bảo hiểm tại Việt Nam cho thấy vai trò của hài lòng và rủi ro cảm nhận đối với ý định tái mua, gợi ý cần mở rộng sang bảo hiểm nhân thọ với trọng tâm là nền tảng công nghệ (Nguyễn, 2025).

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này phân tích tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ tại một doanh nghiệp bảo hiểm hàng đầu ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình phương trình cấu trúc để thẩm định mô hình đo lường và kiểm định các quan hệ cấu trúc giữa các thành tố của nền tảng công nghệ và ý định duy trì hợp đồng, qua đó cung cấp bằng chứng thực nghiệm phục vụ hàm ý quản trị.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu về số hoá trong bảo hiểm cho thấy các ứng dụng số tác động mạnh tới trải nghiệm khách hàng tại các điểm chạm then chốt của vòng đời hợp đồng, từ ký kết, điều chỉnh hợp đồng đến tương tác dịch vụ và xử lý yêu cầu. Vì vậy, việc tách các thành tố chất lượng của nền tảng công nghệ để kiểm định tác động đến hành vi hậu mua, đặc biệt là ý định duy trì hợp đồng, là hướng tiếp cận phù hợp cả về lý thuyết lẫn thực tiễn (Eckert & Osterrieder, 2022).

2.1. Tính tiện lợi của giao dịch số (CON)

Tính tiện lợi phản ánh mức độ khách hàng thực hiện nhanh và ít tốn công các thao tác liên quan hợp đồng trên nền tảng số. Trong bảo hiểm nhân thọ, tiện lợi thể hiện qua đóng phí, tra cứu hợp đồng, cập nhật thông tin và gửi yêu cầu dịch vụ một cách đơn giản. Khi nền tảng giảm nỗ lực sử dụng, khách hàng có xu hướng duy trì tương tác và giảm ý định gián đoạn; các bằng chứng tại Việt Nam cũng cho thấy tính hữu ích và dễ sử dụng là tiền tố quan trọng của ý định sử dụng (Pham, 2022).

2.2. Sự minh bạch của thông tin (TRA)

Minh bạch thông tin là mức độ rõ ràng, đầy đủ và nhất quán của thông tin về quyền lợi, nghĩa vụ, điều khoản và quy trình dịch vụ trên nền tảng số. Minh bạch giúp giảm bất cân xứng thông tin, củng cố niềm tin và ổn định ý định duy trì hợp đồng (Bach, 2020).

2.3. Hiệu quả hỗ trợ trực tuyến (SUP)

Hiệu quả hỗ trợ trực tuyến thể hiện khả năng phản hồi nhanh và giải quyết vấn đề đúng trọng tâm, nhất quán trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Hỗ trợ tốt giúp giảm trở ngại sử dụng và hạn chế nguy cơ gián đoạn hợp đồng; các nghiên cứu về chatbot dựa trên tri thức cũng cho thấy tác động tích cực đến hiệu quả dịch vụ (Ngai et al., 2021).

2.4. An toàn và bảo mật số (SEC)

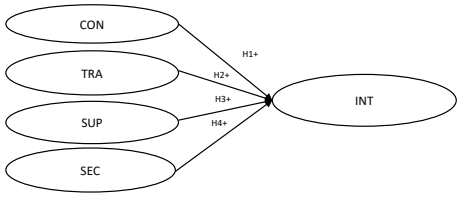
An toàn và bảo mật số phản ánh mức độ khách hàng tin rằng dữ liệu cá nhân và giao dịch được bảo vệ, qua đó hình thành và duy trì niềm tin khi tương tác số. Khi cảm nhận bảo mật cao, ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ số tăng, điều đã được ghi nhận trong bối cảnh FinTech tại Việt Nam (Nguyen et al., 2021).

2.5. Ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ (INT)

Ý định duy trì hợp đồng là khuynh hướng tiếp tục đóng phí và giữ hiệu lực hợp đồng trong các kỳ tiếp theo, đồng thời hạn chế chấm dứt sớm. Ý định này chịu ảnh hưởng mạnh bởi trải nghiệm dịch vụ và rủi ro cảm nhận; nghiên cứu tại Việt Nam về tái mua bảo hiểm cũng cho thấy vai trò then chốt của hài lòng và rủi ro cảm nhận (Nguyen, Dao & Pham, 2025).

2.6. Khung mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Hình 1: Khung nghiên cứu



Trên cơ sở các lập luận trên, nghiên cứu đề xuất mô hình trong đó tính tiện lợi, minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật của nền tảng công nghệ tác động trực tiếp đến ý định duy trì hợp đồng. Mô hình được kiểm định bằng SEM để đồng thời thẩm định mô hình đo lường và các quan hệ cấu trúc giữa các biến tiềm ẩn. Cách tiếp cận này phù hợp khi nghiên cứu các khái niệm trừu tượng và kiểm định quan hệ nhân quả trong một cấu trúc tổng thể (Dash & Paul, 2021).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng thiết kế định lượng, cắt ngang nhằm kiểm định tác động của các thuộc tính nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ. Mô hình khái niệm và các giả thuyết được đề xuất ở Mục 2.6 được kiểm định bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Bối cảnh nghiên cứu là một doanh

nghiệp bảo hiểm hàng đầu tại Việt Nam, hướng đến khách hàng đã có trải nghiệm giao dịch và sử dụng dịch vụ trên nền tảng số của doanh nghiệp. Nghiên cứu triển khai theo SEM phẳng.

3.2. Đối tượng khảo sát, chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát là khách hàng đã và đang sở hữu hợp đồng bảo hiểm nhân thọ tại doanh nghiệp nghiên cứu, đồng thời có trải nghiệm sử dụng nền tảng số cho các tác vụ liên quan hợp đồng. Dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi cấu trúc triển khai trên Google Form, trong đó người trả lời đánh giá mức độ đồng ý đối với các phát biểu đo lường theo thang đo Likert. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có kiểm soát điều kiện tham gia. Quá trình thu thập kết thúc khi đạt 250 phiếu hợp lệ. Dữ liệu được rà soát trước phân tích để loại các phiếu không hợp lệ.

3.3. Thang đo và biến nghiên cứu

Các biến tiềm ẩn gồm CON, TRA, SUP, SEC và biến phụ thuộc INT; tổng cộng 19 biến quan sát với số lượng biến theo từng nhân tố. Các mục hỏi được mã hoá thống nhất theo bộ thang đo. Tóm tắt cấu trúc thang đo và nguồn kế thừa được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1: Cấu trúc thang đo, số biến quan sát và nguồn tham khảo thang đo

Nhân tố	Số biến	Mô tả	Nguồn
CON	4	Mức độ khách hàng cảm nhận giao dịch số thuận tiện, dễ thao tác và tiết kiệm thời gian khi thực hiện các tác vụ liên quan hợp đồng (đóng phí, tra cứu, cập nhật thông tin, gửi yêu cầu).	Pham et al., 2022
TRA	4	Mức độ khách hàng cảm nhận thông tin trên nền tảng số rõ ràng, đầy đủ, nhất quán và dễ truy cập, giúp giảm bất cân xứng thông tin và tăng tin cậy khi ra quyết định liên quan hợp đồng.	Veltri et al., 2023
SUP	4	Mức độ khách hàng cảm nhận kênh hỗ trợ trực tuyến phản hồi nhanh, hướng dẫn hữu ích, giải quyết vấn đề đúng trọng tâm và có khả năng chuyển tiếp sang hỗ trợ con người khi cần.	Ngai et al., 2021
SEC	4	Mức độ khách hàng cảm nhận nền tảng số an toàn, bảo mật, bảo vệ dữ liệu cá nhân và giao dịch; giảm lo ngại rủi ro và củng cố niềm tin khi sử dụng dịch vụ số.	Balapour et al., 2020
INT	3	Khuynh hướng khách hàng tiếp tục duy trì hiệu lực hợp đồng trong tương lai, thể hiện qua ý định tiếp tục đóng phí và hạn chế hành vi rời bỏ.	Shahroodi et al., 2024

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.4. Quy trình phân tích dữ liệu

Quy trình phân tích gồm bốn bước. Bước 1, thống kê mô tả được sử dụng để kiểm tra đặc điểm mẫu và xu hướng dữ liệu. Bước 2, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được thực hiện để thẩm định mô hình đo lường, đánh giá mức độ phù hợp mô hình bằng các chỉ số phù hợp tổng quát như CFI, TLI, RMSEA và SRMR. Bước 3, kiểm định độ tin cậy và giá trị thang đo thông qua Cronbach's alpha, CR, AVE và giá trị phân biệt bằng HTMT trước khi kiểm định mô hình cấu trúc. Bước 4, ước lượng SEM để kiểm định các giả thuyết, báo cáo hệ số đường dẫn chuẩn hoá, mức ý nghĩa thống kê và mức độ giải thích của biến phụ thuộc (R^2).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả về người trả lời khảo sát

Bảng 2. Đặc điểm nhân khẩu học của người trả lời (n = 250)

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	114	45,6
Nữ	136	54,4
Độ tuổi		
Dưới 30 tuổi	67	26,8
31 - 45 tuổi	138	55,2
Trên 45 tuổi	45	18,0
Thu nhập hàng tháng		
Dưới 15 triệu VNĐ	82	16,8
15 - 30 triệu VNĐ	142	56,8
Trên 30 triệu VNĐ	26	10,4
Trình độ học vấn		
Dưới đại học	53	21,2
Đại học	176	70,4
Sau đại học	21	8,4
Thời gian tham gia bảo hiểm		
Dưới 5 năm	86	34,4
5 - 10 năm	122	48,8
Trên 10 năm	42	16,8

Nguồn: Tác giả tính toán

Mẫu khảo sát gồm 250 người trả lời, trong đó nữ chiếm 54,4% và nam chiếm 45,6%, cho thấy cơ cấu giới tính tương đối cân bằng nhưng nghiêng nhẹ về nữ. Về độ tuổi, nhóm 31-45 tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất (55,2%), tiếp đến là dưới 30 tuổi (26,8%) và trên 45 tuổi (18,0%), phản ánh mẫu tập trung vào nhóm khách hàng ở giai đoạn ổn định tài chính và nhu cầu bảo vệ gia đình cao. Về thu nhập, nhóm 15-30 triệu đồng/tháng chiếm đa số (56,8%), trong khi nhóm trên 30 triệu đồng chiếm 10,4%, cho thấy mẫu chủ yếu thuộc phân khúc thu nhập trung bình. Trình độ học vấn của người trả lời tương đối cao, với 70,4% có trình độ đại học, góp phần tăng độ tin cậy khi đánh giá trải nghiệm nền tảng số. Về thời gian tham gia bảo hiểm, nhóm 5-10 năm chiếm 48,8% và dưới 5 năm chiếm 34,4%, cho thấy phần lớn người trả lời có trải nghiệm đủ dài để hình thành nhận định về dịch vụ. Nhìn chung, đặc điểm mẫu phù hợp để phân tích các yếu tố nền tảng công nghệ tác động đến ý định duy trì hợp đồng trong bối cảnh bảo hiểm nhân thọ.

4.2. Phân tích thống kê mô tả các nhân tố

Bảng 3. Thống kê mô tả và ma trận tương quan (N = 250)

Nhân tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn	CON	TRA	SUP	SEC	INT
CON	3.061	0.689	1.000	0.265**	0.265**	0.188**	0.364**
TRA	2.696	0.704	0.265**	1.000	0.255**	0.198**	0.421**
SUP	2.795	0.660	0.265**	0.255**	1.000	0.173**	0.356**
SEC	3.103	0.723	0.188**	0.198**	0.173**	1.000	0.341**
INT	3.123	0.687	0.364**	0.421**	0.356**	0.341**	1.000

*Chú ý: ** $p < 0.01$*

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Thống kê mô tả cho thấy giá trị trung bình các nhân tố dao động 2,696-3,123, phản ánh mức đánh giá trung bình-khá; INT (3,123) và SEC (3,103) cao nhất, còn TRA thấp nhất (2,696). Độ lệch chuẩn 0,660-0,723 cho thấy mức phân tán vừa phải, phù hợp cho các phân tích tiếp theo. Các nhân tố độc lập đều tương quan dương và có ý nghĩa với INT ($p < 0,01$), với hệ số r từ 0,341 đến 0,421; trong đó TRA tương quan mạnh nhất ($r = 0,421$), tiếp theo là CON ($r = 0,364$) và SUP ($r = 0,356$). Tương quan giữa các biến độc lập ở mức thấp-trung bình (0,173-0,265), hàm ý nguy cơ đa cộng tuyến không lớn và có thể đưa vào mô hình SEM.

4.3. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Bảng 4. Các chỉ số độ phù hợp mô hình CFA

Chỉ số phù hợp	Giá trị	Ngưỡng	Kết luận
CMIN/DF	1.21	< 3.00	Tốt
Giá trị p	0.043	> 0.05	Cận ngưỡng; chấp nhận
CFI	0.986	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
TLI	0.983	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
RMSEA	0.029	≤ 0.08 (tốt ≤ 0.06)	Rất tốt
SRMR	0.039	≤ 0.08	Tốt
PCLOSE	0.993	> 0.05	Tốt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả CFA cho thấy mô hình đo lường đạt mức phù hợp tốt với dữ liệu, thể hiện qua CMIN/DF = 1,21 nhỏ hơn 3,0. Các chỉ số phù hợp gia tăng đều rất cao (CFI = 0,986; TLI = 0,983), vượt ngưỡng khuyến nghị 0,95, cho thấy mô hình giải thích tốt cấu trúc dữ liệu quan sát. RMSEA = 0,029 và SRMR = 0,039 đều thấp, phản ánh sai số xấp xỉ và sai số chuẩn hoá ở mức rất nhỏ. PCLOSE = 0,993 > 0,05 củng cố kết luận RMSEA là phù hợp và mô hình có độ khớp rất tốt. Mặc dù giá trị p = 0,04 thấp hơn 0,05, với cỡ mẫu 250 điều này vẫn thường gặp; tổng thể các chỉ số khác nhất quán khẳng định mô hình đo lường được chấp nhận để chuyển sang SEM.

4.4. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của các thang đo

Bảng 5. Độ tin cậy và giá trị hội tụ

Nhân tố	Số biến	Cronbach's α	CR	AVE
CON	4	0.851	0.852	0.590
TRA	4	0.859	0.860	0.606
SUP	4	0.837	0.839	0.567
SEC	4	0.884	0.885	0.658
INT	3	0.811	0.811	0.590

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả cho thấy các thang đo đạt độ tin cậy nội tại tốt, với Cronbach's alpha dao động từ 0,811 đến 0,884, đều vượt ngưỡng chấp nhận 0,70. Độ tin cậy tổng hợp CR nằm trong khoảng 0,811-0,885, khẳng định mức độ nhất quán của các biến quan sát trong từng nhân tố. Về giá trị hội tụ, AVE của các thang đo đạt từ 0,567 đến 0,658, đều cao hơn 0,50, cho thấy các biến quan sát giải thích được phần lớn phương sai của khái niệm tiềm ẩn. Nhân tố SEC thể hiện chất lượng thang đo nổi bật nhất ($\alpha = 0,884$; CR = 0,885; AVE = 0,658). Nhìn chung, các thang đo đáp ứng đồng thời tiêu chí độ tin cậy và giá trị hội tụ, đủ điều kiện để tiếp tục kiểm định mô hình cấu trúc.

4.5. Giá trị phân biệt (HTMT)

Bảng 6. Giá trị phân biệt (HTMT)

	CON	TRA	SUP	SEC	INT
CON	1.000	0.310	0.313	0.217	0.436
TRA	0.310	1.000	0.298	0.226	0.504
SUP	0.313	0.298	1.000	0.201	0.432
SEC	0.217	0.226	0.201	1.000	0.404
INT	0.436	0.504	0.432	0.404	1.000

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả HTMT cho thấy tất cả các cặp nhân tố đều có giá trị thấp (0,201-0,504) và nhỏ hơn ngưỡng khuyến nghị 0,85, do đó đạt giá trị phân biệt. Giá trị HTMT lớn nhất là TRA-INT = 0,504, vẫn ở mức an toàn, cho thấy hai khái niệm liên quan nhưng không trùng lặp. Các cặp còn lại giữa các nhân tố độc lập dao động khoảng 0,201-0,313, hàm ý sự khác biệt khái niệm rõ ràng. Như vậy, mô hình đo lường đáp ứng yêu cầu giá trị phân biệt, đủ điều kiện chuyển sang kiểm định mô hình cấu trúc SEM.

4.6. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình cấu trúc (SEM)

Bảng 7. Các chỉ số độ phù hợp mô hình SEM

Chỉ số phù hợp	Giá trị	Ngưỡng	Kết luận
CMIN/DF	1.205	< 3.00	Tốt
Giá trị p	0.048	> 0.05	Cận ngưỡng; chấp nhận
CFI	0.986	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
TLI	0.984	≥ 0.90 (tốt ≥ 0.95)	Rất tốt
RMSEA	0.029	≤ 0.08 (tốt ≤0.06)	Rất tốt
SRMR	0.039	≤ 0.08	Tốt
PCLOSE	0.995	> 0.05	Tốt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Các chỉ số độ phù hợp cho thấy mô hình cấu trúc SEM đạt mức phù hợp rất tốt với dữ liệu: CMIN/DF = 1,205 nhỏ hơn 3,0; CFI = 0,986 và TLI = 0,984 đều vượt ngưỡng 0,95. RMSEA = 0,029 và SRMR = 0,039 ở mức rất thấp, phản ánh sai số xấp xỉ và sai số chuẩn hoá nhỏ. PCLOSE = 0,995 > 0,05 củng cố kết luận mô hình phù hợp tốt theo tiêu chí RMSEA. Dù giá trị p = 0,048 hơi thấp hơn 0,05, tổng thể các chỉ số còn lại nhất quán cho phép chấp nhận mô hình để diễn giải các quan hệ nhân quả.

4.7. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

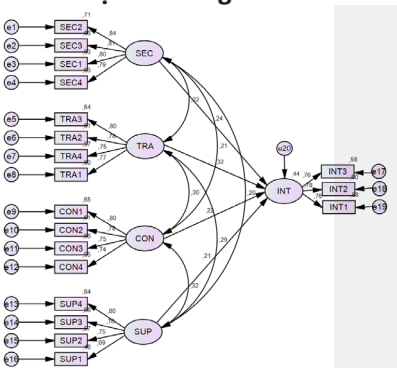
Bảng 8. Kết quả mô hình cấu trúc

Giả thuyết	Đường tác động	β	Sai số chuẩn (SE)	Giá trị p	Kết luận
H1	CON → INT	0.221	0.109	0.006	Chấp nhận
H2	TRA → INT	0.327	0.102	<0.001	Chấp nhận
H3	SUP → INT	0.211	0.088	0.001	Chấp nhận
H4	SEC → INT	0.238	0.092	<0.001	Chấp nhận
R^2(INT) = 0.448					

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả SEM cho thấy cả bốn giả thuyết H1-H4 đều được ủng hộ, vì các đường tác động từ CON, TRA, SUP và SEC đến INT đều có ý nghĩa thống kê ($p \leq 0,006$). Trong đó, minh bạch thông tin (TRA) có tác động mạnh nhất đến ý định duy trì hợp đồng ($\beta = 0,327$; $p < 0,001$), tiếp theo là an toàn-bảo mật (SEC) ($\beta = 0,238$; $p < 0,001$). Tính tiện lợi (CON) và hiệu quả hỗ trợ trực tuyến (SUP) cũng tác động tích cực với mức ảnh hưởng tương đương ($\beta = 0,221$ và 0,211), khẳng định vai trò của trải nghiệm giao dịch và hỗ trợ trên nền tảng số. Giá trị R^2(INT) = 0,448 cho thấy mô hình giải thích 44,8% biến thiên của ý định duy trì hợp đồng.

Hình 2: Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) với các hệ số đường dẫn chuẩn hoá



Hình 2 cho thấy mô hình SEM với các hệ số đường dẫn chuẩn hoá đều mang dấu dương, khẳng định các nhân tố nền tảng công nghệ thúc đẩy ý định duy trì hợp đồng (INT). Trong các tác động trực tiếp, TRA → INT là mạnh nhất ($\beta \approx 0,32$), tiếp theo là SEC → INT ($\beta \approx 0,24$), CON → INT ($\beta \approx 0,22$) và SUP → INT ($\beta \approx 0,21$), phù hợp với kết quả kiểm định giả thuyết. Các hệ số tải chuẩn hoá của biến quan sát lên các nhân tố nhìn chung ở mức khá cao (xấp xỉ từ ~0,69 đến ~0,84), cho thấy các thang đo đo lường tốt khái niệm tiềm ẩn. Mô hình giải thích khoảng 44% phương sai của INT ($R^2 \approx 0,44$), thể hiện năng lực giải thích khá tốt đối với hành vi duy trì hợp đồng. Đồng thời, các nhân tố độc lập có tương quan dương ở mức vừa phải, gợi ý chúng có liên hệ nhưng vẫn phân biệt, phù hợp để cùng đưa vào mô hình cấu trúc.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu kiểm định mô hình SEM về tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ với 250 khách hàng. Kết quả cho thấy bốn nhân tố gồm tính tiện lợi giao dịch số, sự minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật số đều tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến ý định duy trì hợp đồng. Trong đó, minh bạch thông tin là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là an toàn-bảo mật, tính tiện lợi và hiệu quả hỗ trợ trực tuyến. Mô hình giải thích được 44,8% biến thiên của ý định duy trì hợp đồng, khẳng định vai trò đáng kể của chất lượng nền tảng công nghệ đối với hành vi duy trì trong bảo hiểm nhân thọ.

Về hàm ý quản trị, doanh nghiệp bảo hiểm cần ưu tiên nâng cấp nền tảng theo hướng tăng minh bạch và khả năng tự kiểm chứng của khách hàng. Cụ thể, hệ thống cần hiển thị rõ ràng và nhất quán trạng thái hợp đồng, lịch sử đóng phí, quyền lợi, điều khoản liên quan và các thay đổi phát sinh; đồng thời chuẩn hoá nội dung, tần suất và thời điểm gửi thông báo trên App và email nhằm giảm bất cân xứng thông tin. Song song, doanh nghiệp cần củng cố an toàn-bảo mật bằng cơ chế xác thực mạnh, kiểm soát truy cập theo vai trò, cảnh báo giao dịch bất thường, và truyền thông rõ ràng về chính sách bảo vệ dữ liệu cá nhân để củng cố niềm tin số. Về mặt vận hành, cần tối giản hoá thao tác và rút ngắn quy trình số hoá đối với các nghiệp vụ cốt lõi như đóng phí, cập nhật thông tin, gửi yêu cầu dịch vụ và theo dõi tiến trình xử lý, từ đó giảm "ma sát dịch vụ" và hạn chế gián đoạn hợp đồng. Đồng thời, doanh nghiệp nên thiết kế chuẩn chất lượng hỗ trợ trực tuyến theo các cam kết thời gian phản hồi, nâng cao chất lượng hướng dẫn, và bảo đảm cơ chế chuyển tiếp nhanh sang nhân viên khi tình huống phức tạp; các giải pháp này giúp cải thiện trải nghiệm tại các điểm nghẽn và vướng mắc trong quá trình duy trì hợp đồng.

Tài liệu tham khảo:

Bach, N. (2020). Legal rationale of forming the duty to provide information in the pre-contractual insurance contract. VNUHCM Journal of Economics, Law and Management, 4(4). https://doi.org/10.32508/stdjelm.v4i4.665

Balapour, A., Reychav, I., Sabherwal, R., & Azuri, J. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. International Journal of Information Management, 52, 102063. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102063

Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. Technological Forecasting and Social Change, 173, 121092. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092

Eckert, C., & Osterrieder, K. (2020). How digitalization affects insurance companies: Overview and use cases of digital technologies. Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft, 109, 333–360. https://doi.org/10.1007/s12297-020-00475-9

Eckert, C., Neunsinger, C., & Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: Digital applications for insurance companies. The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice, 47, 569–602. https://doi.org/10.1057/s41288-021-00257-z

Jafri, J. A., Amin, S. I. M., Rahman, A. A., & Nor, S. M. (2024). A systematic literature review of the role of trust and security on Fintech adoption in banking. Heliyon, 10(1), e22980. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22980

Khuong, N. V., Phuong, N. T. T., Liem, N. T., Thuy, C. T. M., & Son, T. H. (2022). Factors affecting the intention to use financial technology among Vietnamese youth: Research in the time of COVID-19 and beyond. Economies, 10(3), 57. https://doi.org/10.3390/economies10030057

Ngai, E. W. T., Lee, M. C. M., Luo, M., Chan, P. S. L., & Liang, T. (2021). An intelligent knowledge-based chatbot for customer service. Electronic Commerce Research and Applications, 50, 101098.

Nguyen, D. D., Nguyen, T. D., Nguyen, T. D., & Nguyen, H. V. (2021). Impacts of perceived security and knowledge on continuous intention to use mobile FinTech payment services: An empirical study in Vietnam. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(8), 287–296. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0287

Nguyen, K. X., Dao, H. D., & Pham, H. D. (2025). Factors driving the intention to repurchase personal auto insurance in Vietnam: The role of satisfaction and perceived risk. Insurance Markets and Companies, 16(2), 67–84. https://doi.org/10.21511/ins.16(2).2025.06

Pham, Q. T. (2022). Investigating factors for using insurance apps by customers: A study of a developing country. Asian Journal of Business Ethics. https://doi.org/10.1007/s42786-022-00046-9

Shahroodi, K., Avakh Darestani, S., Soltani, S., & Eisazadeh Saravani, A. (2024). Developing strategies to retain organizational insurers using a clustering technique: Evidence from the insurance industry. Technological Forecasting and Social Change, 201, 123217. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123217

Veltri, G. A., Lupiáñez-Villanueva, F., Folkvord, F., Theben, A., & Gaskell, G. (2023). The impact of online platform transparency of information on consumers' choices. Behavioural Public Policy, 7(1), 55–82. https://doi.org/10.1017/bpp.2020.11

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA CÁC HỢP TÁC XÃ CHÈ TẠI THÁI NGUYÊN

ThS. Lưu Thị Thùy Linh* - TS. Dương Hoài An* - TS. Vũ Thị Hiền* - TS. Hồ Lương Xinh*

Nghiên cứu đánh giá hiệu quả kinh tế và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất giá trị gia tăng trên chi phí trung gian (VA/IC) của các hợp tác xã (HTX) chè tại tỉnh Thái Nguyên. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát 131 HTX đang hoạt động ổn định tại 9 đơn vị hành chính trong năm 2025. Mô hình hồi quy Log-Linear được ước lượng bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất (OLS) với sai số chuẩn vững để đảm bảo độ tin cậy của kết quả. Kết quả cho thấy, quy mô và địa bàn hoạt động có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả kinh tế; việc mở rộng quy mô từ siêu nhỏ lên nhỏ giúp cải thiện khả năng tối ưu chi phí và gia tăng giá trị. Tuy nhiên, chi phí trung gian có xu hướng tăng trong ngắn hạn ở các HTX đạt chứng nhận chất lượng cao hoặc cung cấp đa dạng dịch vụ, làm giảm tạm thời tỷ suất VA/IC. Điều này cho thấy hiệu quả kinh tế bền vững phụ thuộc vào năng lực quản trị chi phí và mức độ liên kết nội bộ.

• Từ khóa: *hiệu quả kinh tế, giá trị gia tăng, hợp tác xã chè, mô hình log-linear, Thái Nguyên.*

This study evaluates the economic efficiency and examines factors affecting the value-added to intermediate cost ratio (VA/IC) of tea cooperatives in Thai Nguyen province, Vietnam. Data were collected from a survey of 131 actively operating cooperatives across nine administrative units in 2025. A log-linear regression model was estimated using the ordinary least squares (OLS) method with robust standard errors to ensure the reliability of the estimates. The results indicate that cooperative size and operating location significantly influence economic efficiency; expanding from micro to small scale improves cost optimization and value creation. However, intermediate costs tend to increase in the short term among cooperatives with high-quality certifications or diversified service provision, temporarily reducing the VA/IC ratio. These findings suggest that sustainable economic efficiency depends not only on quality certification but also on cost management capacity and internal linkage strength.

• Key words: *economic efficiency, value added, tea cooperatives, log-linear model, Thai Nguyen.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 19/02/2026
Ngày duyệt đăng: 10/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.25

1. Đặt vấn đề

Ngành chè là một trong những ngành kinh tế chủ lực của tỉnh Thái Nguyên, đóng góp quan trọng vào xuất khẩu và sinh kế của người sản xuất. Trong bối cảnh tái cơ cấu nông nghiệp, mô hình hợp tác xã (HTX) được xem là giải pháp tổ chức sản xuất phù hợp nhằm liên kết các hộ nhỏ lẻ, hình thành vùng nguyên liệu tập trung và nâng cao giá trị gia tăng thông qua áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng như VietGAP, hữu cơ và ISO (Thắng & cộng sự, 2017). Nghiên cứu trước đây cho thấy kinh tế tập thể cải thiện khả năng tiếp cận đầu vào, công nghệ và thị trường (Huong, Hung, Song, & Ha, 2021).

Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm về hiệu quả kinh tế HTX chè còn hạn chế. Phần lớn nghiên cứu tập trung vào sản lượng hoặc thu nhập, trong khi hiệu quả sử dụng chi phí - đặc biệt qua chỉ tiêu Giá trị gia tăng trên Chi phí trung gian (VA/IC) theo hệ thống tài khoản quốc gia (SNA) - chưa được phân tích đầy đủ. Đồng thời, tác động ngắn hạn của chiến lược chuẩn hóa chất lượng đến chi phí và hiệu quả vẫn chưa được làm rõ.

Xuất phát từ các khoảng trống trên, nghiên cứu này nhằm định lượng hiệu quả kinh tế của các HTX chè tại tỉnh Thái Nguyên và xác định các nhân tố tác động. Nghiên cứu sử dụng chỉ tiêu VA/IC làm thước đo trung tâm, kết hợp mô hình hồi quy log-linear với sai số chuẩn vững, đồng thời kiểm định thực nghiệm tác động của các chứng nhận chất lượng đến hiệu quả kinh tế. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng cung cấp luận cứ khoa học cho việc điều chỉnh chính sách hỗ trợ phát triển HTX chè theo hướng hiệu quả và bền vững.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập thông tin

Theo Liên minh HTX tỉnh Thái Nguyên (2025), toàn tỉnh có 179 HTX chè. Sau khi áp dụng tiêu chí hoạt động ổn định ≥ 3 năm, 157 HTX đủ điều kiện khảo sát. Nghiên cứu phỏng vấn trực tiếp toàn

** Trường Đại học Nông Lâm - Đại học Thái Nguyên; Tác giả liên hệ: duonghoaian@tuaf.edu.vn*

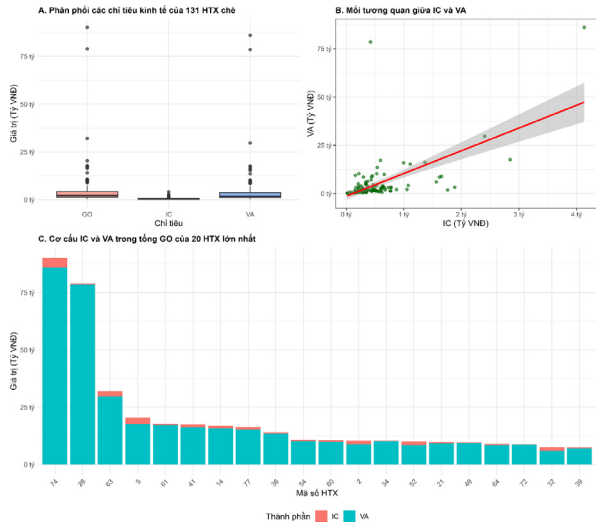
bộ 157 đơn vị (3-6/2025), thu về 131 phiếu hợp lệ (83,4%). Mẫu bao phủ 9 đơn vị hành chính, phản ánh đặc thù đa dạng về địa lý của ngành chè Thái Nguyên. Do hạn chế dữ liệu chuỗi thời gian, nghiên cứu sử dụng dữ liệu cắt ngang năm 2025 cho cả hai giai đoạn: ước lượng hiệu quả DEA và phân tích hồi quy nhân tố ảnh hưởng..

2.2. Mô tả thống kê các chỉ tiêu kinh tế

Hiệu quả kinh tế được đo bằng tỷ suất VA/IC, trong đó VA = GO - IC. Kết quả khảo sát 131 HTX cho thấy sự khác biệt lớn về quy mô hoạt động. Biểu đồ Boxplot trong Hình 1 cho thấy phân phối của GO, IC và VA đều lệch phải, phản ánh thực tế phần lớn HTX hoạt động ở quy mô vừa và nhỏ, song tồn tại một nhóm HTX có quy mô và năng lực tài chính vượt trội (các giá trị ngoại lệ). Sự phân hóa này cho thấy mức độ tập trung khác nhau trong tiếp cận công nghệ và thị trường, đồng thời là cơ sở để sử dụng logarit tự nhiên của VA/IC làm biến phụ thuộc trong các phân tích hồi quy tiếp theo.

Đường xu hướng hồi quy dương cho thấy VA có xu hướng tăng khi IC gia tăng; tuy nhiên, mức độ phân tán lớn quanh đường hồi quy phản ánh sự khác biệt đáng kể về năng suất nhân tố tổng hợp giữa các HTX. Các đơn vị nằm phía trên đường hồi quy được xem là có hiệu quả sử dụng chi phí cao hơn mức trung bình của mẫu.

Hình 1. Phân phối, mối tương quan IC-VA và cơ cấu IC, VA của các HTX chè



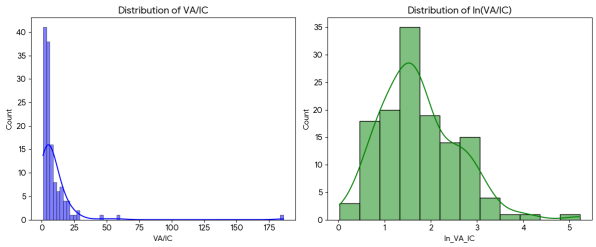
Khi VA/IC > 1, HTX hoạt động có hiệu quả. Phân tích cấu trúc cột chồng của nhóm HTX có quy mô lớn nhất (Top 20) cho thấy tỷ trọng VA trong GO thường ổn định và cao hơn, phản ánh lợi thế quy mô và quy trình sản xuất tương đối chuẩn hóa, giúp giảm thiểu lãng phí chi phí trung gian.

2.3. Lựa chọn biến số cho mô hình hồi quy

2.3.1. Biến phụ thuộc

Trong nghiên cứu này, hiệu quả kinh tế được đo lường bằng tỷ suất giá trị gia tăng trên chi phí trung gian (VA/IC). So với chỉ tiêu giá trị sản xuất trên chi phí (GO/IC), vốn chưa loại trừ phần giá trị vật chất và dịch vụ chuyển dịch từ các ngành khác, VA/IC phản ánh chính xác hơn khả năng tạo ra giá trị mới của hợp tác xã (Long & cộng sự, 2019). Chỉ tiêu này được xem là thước đo cốt lõi trong phân tích hiệu quả kinh tế nông nghiệp vì phản ánh trực tiếp phần thu nhập thực tế dành cho lao động và lợi nhuận của tổ chức (Thắng & cộng sự, 2017; UN, 2008).

Hình 2. Phân phối chỉ tiêu VA/IC trước (bên trái) và sau (bên phải) khi logarit hóa tự nhiên



Kết quả thống kê mô tả (Hình 2) cho thấy phân phối của VA/IC có độ lệch phải rất lớn, với hệ số bất đối xứng (Skewness) đạt 8,20. Điều này phản ánh thực tế rằng phần lớn các hợp tác xã trong mẫu có mức hiệu quả kinh tế thấp, trong khi chỉ một số ít đơn vị đạt hiệu quả vượt trội, tạo ra các giá trị ngoại lệ ở phía bên phải. Kiểm định phân phối chuẩn tiếp tục xác nhận rằng VA/IC vi phạm nghiêm trọng giả định phân phối chuẩn ($p < 0,001$). Để xử lý hiện tượng này, nghiên cứu áp dụng phép biến đổi logarit tự nhiên cho biến phụ thuộc. Sau khi biến đổi, hệ số bất đối xứng của ln(VA/IC) giảm xuống còn 0,84, cho thấy mức độ lệch nhẹ và nằm trong ngưỡng chấp nhận được đối với các mô hình kinh tế lượng.

2.3.2. Biến độc lập

Từ lược khảo tài liệu, nghiên cứu ban đầu xác định 31 biến độc lập tiềm năng. Tuy nhiên, với 131 quan sát, việc đưa toàn bộ biến vào mô hình có thể gây quá khớp. Phân tích tương quan và chỉ số VIF được sử dụng để xử lý đa cộng tuyến và dư thừa thông tin.

Kết quả cho thấy Z29 (sử dụng năng lượng mặt trời) và Z30 (tiết kiệm điện từ năng lượng mặt trời) có tương quan rất cao (0,99), nên chỉ giữ Z29. Tương tự, Z13 (chứng nhận chất lượng) và Z18 (yêu cầu chứng nhận từ khách hàng) tương quan 0,98 nên giữ Z13. Biến Z14 (bán hàng trực tiếp) có VIF rất lớn (~160) và được loại bỏ do chồng lấn với các

kênh bán hàng khác. Đối với Z6 (tuổi đời HTX) và Z2 (kinh nghiệm quản lý) (r = 0,81), so sánh AIC cho thấy mô hình sử dụng Z6 có khả năng giải thích tốt hơn, nên Z6 được lựa chọn.

Biến địa bàn (Z7) được mã hóa dạng biến giả với Đồng Hỷ làm nhóm đối chứng nhằm kiểm soát khác biệt không gian. Sau sàng lọc, phương pháp Stepwise được áp dụng cho 27 biến còn lại để lựa chọn tập biến tối ưu.

Danh mục các biến độc lập được giữ lại trong mô hình cuối cùng được trình bày tại Bảng 1.

Trên cơ sở các biến độc lập được sàng lọc bằng quy trình Stepwise (Z3, Z4, Z6, Z7, Z9, Z10, Z11, Z13, Z19, Z22 và Z28), nghiên cứu xây dựng mô hình hồi quy Log-Linear nhằm định lượng tác động của các nhân tố đến hiệu quả kinh tế của các hợp tác xã (HTX) chè, với dạng tổng quát:

$$ln\left(\frac{VA}{IC}\right)_i = \beta_0 + \sum_{j=1}^{k} \beta_1 Z_{1i} + \varepsilon_i$$

Trong đó, biến phụ thuộc là logarit tự nhiên của tỷ suất giá trị gia tăng trên chi phí trung gian; Z_{ij} phản ánh các đặc điểm về năng lực quản lý, điều kiện sản xuất và thị trường của HTX thứ i; β_j là các hệ số cần ước lượng và ε_i là sai số ngẫu nhiên.

Dạng hàm Log-Linear cho phép diễn giải trực tiếp các hệ số hồi quy dưới dạng mức thay đổi tương đối, trong đó β_j thể hiện phần trăm thay đổi của hiệu quả kinh tế (VA/IC) khi biến Z_j thay đổi một đơn vị. Đối với các biến định tính (như chứng nhận chất lượng hoặc chính sách hỗ trợ), hệ số ước lượng phản ánh mức chênh lệch hiệu quả giữa nhóm HTX có và không có đặc điểm nghiên cứu. Cách tiếp cận này đồng thời giúp ổn định phân phối dữ liệu và cung cấp kết quả dưới dạng độ co giãn, phù hợp với phân tích hiệu quả trong nông nghiệp.

Bảng 1. Danh mục các biến độc lập và kỳ vọng tác động trong mô hình hồi quy

Mã biến	Tên biến	Đơn vị tính	Kỳ vọng
Z3	Tuổi của Giám đốc	Tuổi	+/-
Z4	Giới tính của Giám đốc	1 = nam	+/-
Z6	Tuổi của HTX	Năm	+
Z7	Địa bàn của HTX	1 = Đồng hỷ; 2 = Phú Bình; 3 = Định Hoá; 4 = Phú Lương; 5 = TP Thái Nguyên; 6 = TP Sông Công; 7 = Đại Từ; 8 = Phổ Yên; 9 = Võ Nhai	+/-
Z9	Quy mô HTX	1 = siêu nhỏ, 2 = nhỏ	+
Z10	Diện tích chè hữu cơ của HTX	Ha	+
Z11	Diện tích chè VietGap của HTX	Ha	+
Z13	HTX đạt chứng nhận tiên tiến	1 = ISO/VietGAP/Hữu cơ	+
Z19	Chênh lệch giá bán khi có chứng nhận	VNĐ	+
Z22	Tỷ lệ phụ phẩm chè bán ra thị trường	Lần	+
Z28	HTX cung cấp các dịch vụ cho thành viên	1 = có	+

Mô hình được ước lượng bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất (OLS) kết hợp với sai số chuẩn vững (Robust Standard Errors) nhằm khắc phục hiện tượng phương sai thay đổi thường gặp trong dữ liệu thực địa do sự khác biệt về quy mô và đặc điểm hoạt động giữa các HTX. Việc áp dụng sai số chuẩn vững giúp đảm bảo độ tin cậy của các thống kê t và giá trị p, qua đó nâng cao tính chính xác của các kết luận về ý nghĩa thống kê của các nhân tố ảnh hưởng.

2.3.3 Kiểm soát các khuyết tật của mô hình hồi quy

Nhằm đảm bảo độ tin cậy của ước lượng, nghiên cứu kiểm soát ba khuyết tật phổ biến gồm chệch, đa cộng tuyến và nội sinh. Đa cộng tuyến được xử lý thông qua phân tích tương quan, kiểm tra VIF và kỹ thuật Stepwise để loại bỏ biến dư thừa (Hair, 2009).

Để hạn chế nội sinh và sai số do thiếu biến, mô hình đưa vào các biến kiểm soát về đặc điểm quản lý, năng lực tổ chức và biến giả địa phương nhằm hấp thụ yếu tố không quan sát theo không gian (Wooldridge, 2016). Sai số chuẩn vững được sử dụng để khắc phục phương sai thay đổi, đảm bảo tính vững của các kiểm định thống kê (Greene, 2000).

2.3.4. Kiểm định tính nhạy (Sensitivity Tests)

Để đảm bảo tính vững của kết quả, nghiên cứu thực hiện kiểm định độ nhạy theo tiếp cận của Leamer (1983), nhằm xác nhận rằng ước lượng không phụ thuộc vào dạng hàm hay các quan sát ngoại lệ (Saltelli et al., 2008). Ba nhóm kỹ thuật được áp dụng: (i) so sánh mô hình Log-Linear với mô hình tuyến tính gốc; (ii) kiểm soát ngoại lệ bằng cách loại bỏ quan sát có sai số lớn hoặc sử dụng hồi quy phân vị; và (iii) thay thế, bổ sung biến kiểm soát nhằm giảm rủi ro thiếu biến (Angrist & Pischke, 2009; Wooldridge, 2010). Kết quả kiểm định khẳng định tác động ổn định và có ý nghĩa của quy mô HTX và địa bàn hoạt động đến hiệu quả kinh tế (VA/IC).

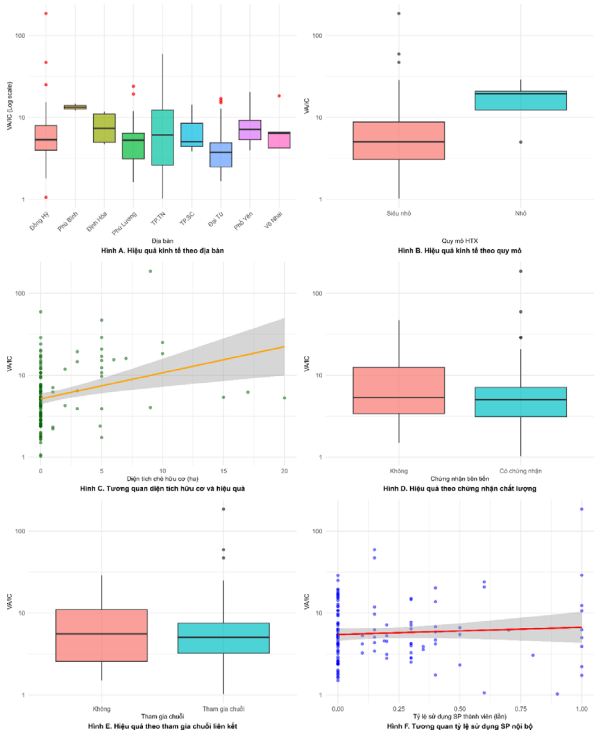
3. Kết quả và thảo luận

3.1. Hiệu quả kinh tế các hợp tác xã chè

Hiệu quả kinh tế của các HTX chè tại Thái Nguyên, đo lường bằng chỉ số VA/IC, phản ánh rõ sự tương tác giữa điều kiện địa lý, quy mô tổ chức và định hướng phát triển bền vững (Hình 3). Kết quả tại Hình 3A cho thấy sự khác biệt đáng kể về VA/IC giữa các đơn vị hành chính; các địa bàn có truyền thống sản xuất chè và hạ tầng tương đối đồng bộ như Đại Từ, Đồng Hỷ và thành phố Thái Nguyên duy trì mức hiệu quả ổn định, trong khi một số địa phương khác xuất hiện các giá trị ngoại lệ cao, cho thấy vai trò của lợi thế vị trí và năng lực quản trị vượt trội ở một bộ phận HTX.

Xét theo quy mô (Hình 3B), các HTX quy mô nhỏ đạt VA/IC trung bình cao hơn và phân bố rộng hơn so với nhóm siêu nhỏ, phản ánh lợi thế kinh tế theo quy mô thông qua tối ưu hóa chi phí đầu vào và khả năng áp dụng các quy trình kỹ thuật, quản trị tiên tiến. Bên cạnh đó, Hình 3C cho thấy mối tương quan thuận chiều giữa diện tích chè hữu cơ và hiệu quả kinh tế; dù chi phí trung gian ban đầu cao hơn, giá trị thương hiệu và mức giá bán chênh lệch đã góp phần bù đắp chi phí, qua đó củng cố hiệu quả của chiến lược chuyển đổi sang nông nghiệp xanh. Phân tích Hình 3D cho thấy các HTX đạt chứng nhận chất lượng tiên tiến (ISO, VietGAP, hữu cơ) có tỷ suất VA/IC cao hơn so với nhóm chưa đạt chuẩn, phản ánh vai trò của chứng nhận như một điều kiện kỹ thuật quan trọng giúp HTX tiếp cận các kênh phân phối hiện đại và phân khúc thị trường có giá trị gia tăng cao.

Hình 3. So sánh hiệu quả kinh tế (VA/IC) theo các nhóm nhân tố môi trường sản xuất



Tại Hình 3E, các HTX tham gia chuỗi liên kết đạt hiệu quả kinh tế cao và ổn định hơn so với các đơn vị hoạt động độc lập, cho thấy liên kết chuỗi góp phần giảm rủi ro thị trường, ổn định đầu ra và kiểm soát tốt chi phí trung gian. Đồng thời, Hình 3F khẳng định mối quan hệ đồng biến giữa mức độ nội bộ hóa sản phẩm của thành viên và hiệu quả kinh tế, nhấn mạnh vai trò của liên kết nội tại trong việc giảm phụ thuộc vào trung gian và gia tăng phần giá trị gia tăng giữ lại cho HTX.

Tổng hợp kết quả phân tích mô tả và hồi quy cho thấy hiệu quả kinh tế (VA/IC) của các HTX chè tại Thái Nguyên chịu tác động tổng hợp của địa bàn hoạt động, quy mô tổ chức và chiến lược chuẩn hóa chất lượng. Các HTX quy mô nhỏ, có chứng nhận chất lượng và tham gia chuỗi liên kết giá trị đạt VA/IC cao hơn, qua đó khẳng định vai trò của lợi thế quy mô và năng lực quản trị trong tối ưu hóa chi phí trung gian, phù hợp với nhận định của Long et al. (2019). Đóng góp mới của nghiên cứu là bằng chứng thực nghiệm cho thấy canh tác hữu cơ và mức độ nội bộ hóa sản phẩm không chỉ mang ý nghĩa bền vững mà còn trực tiếp cải thiện tỷ suất sinh lợi, góp phần bổ sung khoảng trống tri thức về vai trò của "năng lực xanh" và "liên kết nội bộ" trong phân tích hiệu quả kinh tế HTX.

3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của các hợp tác xã chè

Kết quả ước lượng từ mô hình hồi quy Log-Linear (Bảng 2) cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế (ln(VA/IC)) của 131 HTX chè tại tỉnh Thái Nguyên, trong đó nổi bật là vai trò của quy mô HTX và đặc điểm địa bàn hoạt động. Quy mô HTX (Z9) có tác động dương mạnh và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (β = 0,935; p = 0,006), khẳng định sự tồn tại của lợi thế quy mô trong sản xuất chè. Việc chuyển đổi từ quy mô siêu nhỏ sang quy mô nhỏ giúp HTX cải thiện đáng kể hiệu quả kinh tế thông qua tối ưu hóa chi phí cố định và nâng cao năng lực đàm phán trong chuỗi cung ứng. Xét theo địa bàn (Z7), các HTX tại Phú Bình đạt hiệu quả kinh tế cao hơn rõ rệt so với huyện đối chứng Đồng Hỷ (β = 0,757; p = 0,002), trong khi huyện Đại Từ lại có tác động âm (β = -0,502; p = 0,028). Kết quả này cho thấy, dù là vùng chè trọng điểm, Đại Từ có thể đang đối mặt với chi phí trung gian cao do yêu cầu thâm canh và cạnh tranh gay gắt, làm suy giảm tỷ suất VA/IC so với các khu vực mới phát triển như Phú Bình - nơi có lợi thế chi phí sản xuất thấp hơn. Các biến còn lại chưa đạt mức ý nghĩa thống kê 5% nhưng vẫn thể hiện những xu hướng kinh tế đáng chú ý. Tuổi của Giám đốc (Z3), diện tích chè hữu cơ (Z10) và VietGAP (Z11) đều mang dấu dương (p ≈ 0,11), phản ánh tiềm năng cải thiện hiệu quả từ năng lực quản lý và chuẩn hóa sản xuất, dù tác động hiện tại còn hạn chế do các HTX đang ở giai đoạn đầu của quá trình chuyển đổi và chuẩn hóa chất lượng.

Ngược lại, chứng nhận chất lượng nâng cao (Z13), cung cấp dịch vụ cho thành viên (Z28) và tuổi đời HTX (Z6) đều có hệ số âm, cho thấy trong ngắn hạn, việc duy trì các chứng nhận cao cấp hoặc

mở rộng dịch vụ làm gia tăng chi phí trung gian và chi phí quản lý, trong khi giá trị gia tăng chưa kịp bù đắp. Điều này phản ánh "bẫy chi phí ngắn hạn" và khả năng tồn tại sức ì đổi mới ở các HTX lâu năm.

Bảng 2. Kết quả hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế (ln(VA/IC)) của các hợp tác xã chè

Biến số	Coef.[a]	S.E.[b]	p-value
Hệ số chặn (Constant)	0.789	0.541	0.148
Tuổi của Giám đốc HTX (Tuổi)	0.013	0.008	0.107
Giới tính quản lý (Nam=1, Nữ=0)	-0.206	0.146	0.162
Tuổi của HTX (Năm)	-0.031	0.023	0.190
Địa điểm: Phú Bình (so với Đồng Hỷ)	0.757	0.245	0.002
Địa điểm: Định Hóa (so với Đồng Hỷ)	-0.062	0.354	0.861
Địa điểm: Phú Lương (so với Đồng Hỷ)	-0.157	0.261	0.549
Địa điểm: TP. Thái Nguyên (so với Đồng Hỷ)	-0.106	0.245	0.666
Địa điểm: TP. Sông Công (so với Đồng Hỷ)	-0.189	0.273	0.490
Địa điểm: Đại Từ (so với Đồng Hỷ)	-0.502	0.225	0.028
Địa điểm: Phổ Yên (so với Đồng Hỷ)	0.022	0.312	0.944
Địa điểm: Võ Nhai (so với Đồng Hỷ)	-0.187	0.238	0.432
Quy mô HTX (1=siêu nhỏ, 2=nhỏ)	0.935	0.332	0.006
Diện tích chè hữu cơ (ha)	0.057	0.035	0.110
Diện tích chè VietGAP (ha)	0.018	0.011	0.109
Chứng nhận chất lượng nâng cao (Có=1, Không=0)	-0.215	0.166	0.199
Chênh lệch giá do chứng nhận (VNĐ)	0.000	0.000	0.219
Bán phụ phẩm chè (Tần suất/Tỷ lệ)	1.783	1.258	0.159
Cung cấp dịch vụ cho thành viên (Có=1, Không=0)	-0.267	0.304	0.382

Ghi chú. [a]Coefficient - Hệ số, [b]Standard Error - Sai số chuẩn

Chênh lệch giá bán (Z19) và tỷ lệ tiêu thụ phụ phẩm (Z22) có tác động dương nhưng còn hạn chế, cho thấy tiềm năng nâng cao hiệu quả thông qua đa dạng hóa sản phẩm và khai thác giá trị gia tăng vẫn chưa được khai thác đầy đủ. Các kiểm định độ nhạy xác nhận tính ổn định về dấu và mức ý nghĩa của các hệ số ước lượng, đặc biệt đối với quy mô HTX (Z9) và địa bàn hoạt động (Z7), qua đó củng cố độ tin cậy của mô hình OLS với sai số chuẩn vững.

Kết quả hồi quy Log-Linear tiếp tục nhấn mạnh vai trò trung tâm của quy mô và yếu tố không gian đối với hiệu quả kinh tế. Tác động dương mạnh của quy mô HTX phù hợp với lý thuyết hiệu quả sản xuất (Coelli et al., 2005), trong khi sự khác biệt giữa các địa bàn cho thấy đánh đổi giữa mức độ thâm canh chi phí và khả năng thu hồi giá trị gia tăng. Đóng góp mới của nghiên cứu là làm rõ "bẫy chi phí ngắn hạn" trong giai đoạn đầu áp dụng chứng nhận chất lượng và mở rộng dịch vụ thành viên, khi chi phí trung gian tăng nhanh hơn giá trị đầu ra. Phát hiện này bổ sung và điều chỉnh các tiếp cận trước đây (Huong et al., 2021; Long et al., 2019), đồng thời gợi ý nhu cầu sử dụng dữ liệu bảng để phân tích động học hiệu quả và vai trò của quản trị chi phí trong quá trình chuyển đổi.

Kết luận

Nghiên cứu đã phân tích một cách hệ thống hiệu quả kinh tế của các HTX chè tại tỉnh Thái Nguyên thông qua chỉ tiêu giá trị gia tăng trên chi phí trung gian (VA/IC), dựa trên dữ liệu khảo sát 131 HTX đang hoạt động ổn định trong năm 2025. Kết quả cho thấy hiệu quả kinh tế của HTX chè chịu tác động đồng thời của quy mô tổ chức, địa bàn hoạt động và chiến lược phát triển chất lượng.

Trong đó, quy mô HTX được xác định là nhân tố có ảnh hưởng mạnh và ổn định nhất. Việc chuyển dịch từ quy mô siêu nhỏ sang quy mô nhỏ giúp HTX khai thác rõ rệt lợi thế kinh tế theo quy mô, tối ưu hóa chi phí trung gian và nâng cao khả năng tạo giá trị gia tăng. Bên cạnh đó, yếu tố không gian cũng đóng vai trò quan trọng, khi hiệu quả kinh tế có sự khác biệt đáng kể giữa các địa bàn, phản ánh sự không đồng đều về điều kiện sản xuất, mức độ thâm canh và cấu trúc chi phí.

Một đóng góp thực nghiệm đáng chú ý của nghiên cứu là việc phát hiện "nghịch lý chi phí ngắn hạn" trong quá trình chuẩn hóa chất lượng. Các HTX đạt chứng nhận tiên tiến (VietGAP, hữu cơ, ISO) hoặc mở rộng cung cấp dịch vụ cho thành viên có xu hướng ghi nhận chi phí trung gian tăng nhanh hơn giá trị gia tăng trong ngắn hạn, làm suy giảm tạm thời tỷ suất VA/IC. Điều này cho thấy chứng nhận chất lượng chỉ phát huy hiệu quả kinh tế bền vững khi đi kèm với năng lực quản trị chi phí và mức độ liên kết nội bộ đủ mạnh.

Kết quả nghiên cứu cung cấp luận cứ khoa học quan trọng cho việc định hướng chính sách phát triển HTX chè theo hướng không chỉ mở rộng quy mô và đạt chuẩn chất lượng, mà còn chú trọng nâng cao hiệu quả quản trị và tổ chức chuỗi giá trị trong dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

Angrist, J. D., & Pischke, J.-S. (2009). Mostly harmless econometrics: An empiricist's companion. Princeton University Press.

Coelli, T. J., Rao, D. S. P., O'Donnell, C. J., & Battese, G. E. (2005). An introduction to efficiency and productivity analysis (2nd ed.). Springer.

Greene, W. H. (2000). Econometric analysis (4th ed.). Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). Multivariate data analysis (7th ed.). Pearson Education.

Huong, N. V., Hung, H. V., Song, N. V., & Ha, T. V. (2021). Technical efficiency of smallholder tea production: A case study in Viet Nam. Academy of Strategic Management Journal, 20, 1-11.

Leamer, E. E. (1983). Let's take the con out of econometrics. The American Economic Review, 73(1), 31-43.

Liên minh Hợp tác xã tỉnh Thái Nguyên. (2025). Báo cáo thực trạng hoạt động của các hợp tác xã chè trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên năm 2025. Thái Nguyên, Việt Nam.

Long, H. T., Hop, H. T. M., Philippe, B., & Dogot, T. (2019). An economic analysis of traditional agriculture products: The case of chicken in Thua Thien Hue Province, Vietnam. Asian Social Science, 15(11), 1-10. https://doi.org/10.5539/ass.v15n10p149

Saltelli, A., Ratto, M., Andres, T., Campolongo, F., Cariboni, J., Gatelli, D., & Tarantola, S. (2008). Global sensitivity analysis: The primer. John Wiley & Sons.

Thắng, N. V., & cộng sự. (2017). Hiệu quả kinh tế sản xuất sắn ở huyện Bố Trạch, tỉnh Quảng Bình. Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển, 126(5C), 87-99. https://doi.org/10.26459/hueuni-jed.v126i5C.4369

United Nations. (2008). System of National Accounts 2008 (2008 SNA). https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna2008.asp

Wooldridge, J. M. (2010). Econometric analysis of cross-section and panel data (2nd ed.). MIT Press.

Wooldridge, J. M. (2016). Introductory Econometrics: A modern approach (6th ed.). Cengage Learning.

KIỂM TRA THUẾ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ SIÊU NHỎ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NGHỆ AN

ThS. Hà Văn Thành*

Doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nghệ An, đóng góp quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời đặt ra nhiều thách thức đối với hoạt động kiểm tra thuế. Trên cơ sở phân tích thực trạng công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ tại tỉnh Nghệ An, nghiên cứu làm rõ những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân trong quá trình tổ chức thực hiện kiểm tra thuế. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng kiểm tra thuế theo hướng dựa trên quản lý rủi ro, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, hoàn thiện cơ sở dữ liệu và nâng cao hiệu quả kiểm tra thuế tại trụ sở cơ quan Thuế cũng như tại trụ sở người nộp thuế. Các giải pháp được kỳ vọng góp phần tăng cường tuân thủ pháp luật thuế, hạn chế thất thu ngân sách nhà nước và nâng cao chất lượng công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An trong thời gian tới.

• Từ khóa: *quản lý thuế; doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; quản lý thuế với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An.*

Small and micro enterprises account for a large proportion of the enterprise structure in Nghe An province, making significant contributions to socio-economic development while also posing considerable challenges to tax administration, particularly tax inspection activities. Based on an analysis of the current situation of tax inspection for small and micro enterprises in Nghe An province, this study clarifies the major achievements, existing limitations, and underlying causes in the organization and implementation of tax inspection. On that basis, the paper proposes several solutions to improve the quality of tax inspection through a risk-based approach, enhanced application of information technology, improvement of tax databases, and strengthening tax inspection both at tax authorities' offices and at taxpayers' premises. These solutions are expected to enhance tax law compliance, reduce tax revenue losses, and improve the overall quality of tax inspection for small and micro enterprises in Nghe An province in the coming period.

• Key words: *tax inspection; tax administration; small and micro enterprises; Nghe An province.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.26

1. Giới thiệu

Doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn tỉnh Nghệ An, đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội và mở rộng nguồn thu ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, với đặc điểm quy mô nhỏ, năng lực quản trị và kế toán còn hạn chế, mức độ tuân thủ pháp luật thuế của khu vực doanh nghiệp này chưa cao, tiềm ẩn nhiều rủi ro thất thu thuế. Bên cạnh đó, số lượng doanh nghiệp tăng nhanh, phân bố trên địa bàn rộng trong khi nguồn lực quản lý của cơ quan thuế còn hạn chế đã làm gia tăng áp lực đối với công tác quản lý thuế, đặc biệt là hoạt động kiểm tra thuế. Trong bối cảnh cải cách hệ thống thuế và đẩy mạnh chuyển đổi số, việc nâng cao chất lượng quản lý thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An trở nên hết sức cấp thiết, nhằm tăng cường tuân thủ pháp luật thuế và bảo đảm môi trường kinh doanh minh bạch, bình đẳng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phân tích dữ liệu thứ cấp nhằm đánh giá thực trạng kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An. Phương pháp quan sát khoa học được sử dụng để theo dõi quy trình và thực tiễn triển khai công tác kiểm tra thuế thông qua các báo cáo chuyên môn và số liệu thống kê của cơ quan thuế địa phương. Phương pháp phân tích được áp dụng nhằm làm rõ kết quả kiểm tra thuế, mức độ tuân thủ pháp luật thuế và các dạng sai phạm chủ yếu của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Trên cơ sở đó, phương pháp tổng hợp được sử dụng để hệ thống

** Kiểm toán Nhà nước; email: hathanhdung95@gmail.com*

hóa các kết quả nghiên cứu, còn phương pháp khái quát hóa được vận dụng nhằm rút ra các nhận định và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An.

3. Thực trạng kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An

3.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, đã thu thập, cập nhật và phân tích thông tin về hoạt động sản xuất - kinh doanh, tình hình tài chính của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An thời gian qua.

Cơ quan thuế chủ yếu khai thác dữ liệu từ hồ sơ đăng ký thuế, hồ sơ khai thuế định kỳ, báo cáo tài chính năm, dữ liệu hóa đơn điện tử và các thông tin phát sinh trong quá trình thực hiện nghĩa vụ thuế của doanh nghiệp. Bên cạnh nguồn thông tin nội bộ ngành Thuế, cơ quan Thuế tỉnh Nghệ An đã từng bước tăng cường thu thập thông tin từ các nguồn bên ngoài thông qua phối hợp với các sở, ban, ngành và cơ quan chức năng trên địa bàn như Sở Kế hoạch và Đầu tư (nay là Sở Tài chính), Kho bạc Nhà nước, cơ quan Hải quan, cơ quan Công an và hệ thống ngân hàng. Các thông tin về đăng ký kinh doanh, thay đổi ngành nghề, tình trạng hoạt động, dòng tiền thanh toán và các giao dịch liên quan đã góp phần bổ sung, đối chiếu và kiểm chứng dữ liệu do doanh nghiệp kê khai, phục vụ hiệu quả hơn cho công tác phân tích rủi ro và lựa chọn đối tượng kiểm tra thuế. Cơ quan thuế đã thực hiện việc cập nhật thường xuyên dữ liệu người nộp thuế vào các hệ thống quản lý tập trung của ngành Thuế và bước đầu áp dụng các công cụ và tiêu chí phân tích nhằm đánh giá tình hình tài chính và mức độ tuân thủ pháp luật thuế của DNN&SN.

Thứ hai, cơ quan Thuế đã sử dụng các chỉ số rủi ro, mô hình phân tích dữ liệu và thông tin so sánh ngành để lựa chọn đối tượng thanh tra, kiểm tra trọng điểm, đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An.

Cơ quan Thuế tỉnh Nghệ An đã từng bước áp dụng hệ thống các chỉ số rủi ro và công cụ phân tích dữ liệu nhằm nâng cao hiệu quả lựa chọn đối tượng kiểm tra thuế, đặc biệt đối với khu vực doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Cơ quan thuế đã xây dựng và vận dụng các chỉ tiêu phản ánh mức độ tuân thủ pháp luật thuế của doanh nghiệp trên cơ sở dữ liệu khai thuế và báo cáo tài chính. Các chỉ số thường được sử dụng bao gồm: mức biến động bất thường của doanh thu và lợi nhuận qua các kỳ; tỷ suất lợi nhuận thấp hơn đáng kể so với mức trung bình của ngành; tỷ lệ chi phí được trừ trên doanh thu ở mức cao; tình trạng kê khai lỗ liên tục nhưng vẫn mở rộng quy mô hoạt động; số thuế phải nộp không tương xứng với quy mô doanh thu; tần suất điều chỉnh, bổ sung hồ sơ khai thuế; và mức độ sử dụng hóa đơn có dấu hiệu rủi ro. Đối với DNN&SN, những chỉ số này đặc biệt có ý nghĩa do đặc thù quy mô nhỏ, tính ổn định tài chính thấp và khả năng lợi dụng kẽ hở trong kê khai thuế tương đối lớn. Thông qua việc tích hợp dữ liệu từ hồ sơ khai thuế, hóa đơn điện tử, báo cáo tài chính và các nguồn thông tin liên quan, cơ quan thuế tiến hành phân nhóm doanh nghiệp theo mức độ rủi ro từ thấp đến cao. Các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ được xếp vào nhóm rủi ro cao sẽ được ưu tiên đưa vào kế hoạch kiểm tra thuế hằng năm hoặc giám sát chuyên sâu. Cách tiếp cận này góp phần nâng cao tính khách quan và minh bạch trong lựa chọn đối tượng kiểm tra, hạn chế sự can thiệp chủ quan của cán bộ thực thi.

Thứ ba, công tác kiểm tra thuế đã phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm về thuế, qua đó góp phần chống thất thu ngân sách nhà nước.

Qua kiểm tra, cơ quan thuế đã phát hiện các sai phạm phổ biến như kê khai thiếu doanh thu, hạch toán chi phí không đủ điều kiện được trừ, sử dụng hóa đơn không hợp pháp hoặc áp dụng sai chính sách ưu đãi thuế. Việc truy thu, xử phạt và điều chỉnh nghĩa vụ thuế sau kiểm tra đã bổ sung một khoản thu nhất định cho ngân sách địa phương, đồng thời góp phần bảo đảm tính nghiêm minh của pháp luật thuế.

Bảng 1: Tình hình kiểm tra hồ sơ khai thuế của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ tại cơ quan thuế của Thuế tỉnh Nghệ An giai đoạn 2020-2024 (Triệu đồng)

	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
1. Hồ sơ kiểm tra (lượt Hồ sơ)	**25.860**	**44.259**	**43.397**	**43.025**	**45.719**
- Doanh nghiệp nhỏ	7.880	9.548	10.532	11.283	11.849
- Doanh nghiệp siêu nhỏ	17.981	34.712	32.865	31.742	33.870
2. Hồ sơ chấp nhận (lượt Hồ sơ)	**25.830**	**44.229**	**43.367**	**42.995**	**45.689**
- Doanh nghiệp nhỏ	7.865	9.533	10.517	11.268	11.834
- Doanh nghiệp siêu nhỏ	17.966	34.697	32.850	31.727	33.855
3. Hồ sơ điều chỉnh (lượt Hồ sơ)	**267**	**166**	**139**	**204**	**122**
- Doanh nghiệp nhỏ	136	109	86	131	60
- Doanh nghiệp siêu nhỏ	131	57	53	73	62

	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
4. Hồ sơ đề nghị kiểm tra tại doanh nghiệp (lượt Hồ sơ)	**48**	**131**	**171**	**224**	**168**
- Doanh nghiệp nhỏ	22	91	29	183	90
- Doanh nghiệp siêu nhỏ	26	40	142	41	78
5. Tổng tiền thuế phải nộp điều / chỉnh (Triệu đồng)	**5.401**	**14.135**	**4.149**	**7.133**	**6.120**
- Thuế điều/chỉnh tăng	5.674	14.210	4.149	7.134	6.120
- Thuế điều/chỉnh giảm	- 272	- 75	-	- 1	-
6. Giảm khấu trừ (Triệu đồng)	**2.728**	**1.099**	**696**	**364**	**35**
7. Giảm lỗ (Triệu đồng)	**11.581**	**3.864**	**290**	**1.297**	**266**

Nguồn: Thuế tỉnh Nghệ An

3.2. Hạn chế

Thứ nhất, chất lượng phân tích thông tin về hoạt động sản xuất - kinh doanh và tình hình tài chính của DNN&SN vẫn còn những hạn chế nhất định. Việc khai thác dữ liệu chủ yếu mới dừng ở mức so sánh đơn giản, chưa ứng dụng sâu các kỹ thuật phân tích dữ liệu nâng cao; hệ thống thông tin giữa các cơ quan liên quan chưa được kết nối đồng bộ;

Thứ hai, việc áp dụng các chỉ số rủi ro, mô hình phân tích dữ liệu và thông tin so sánh ngành trong lựa chọn đối tượng kiểm tra thuế đối với DNN&SN trên địa bàn tỉnh Nghệ An vẫn chưa hoàn thiện. Hệ thống chỉ số rủi ro chưa được cập nhật thường xuyên theo đặc thù từng ngành, lĩnh vực; dữ liệu đầu vào trong một số trường hợp chưa đầy đủ hoặc thiếu tính liên thông; các mô hình phân tích chủ yếu mới dừng ở mức định lượng đơn giản, chưa khai thác sâu các kỹ thuật phân tích dữ liệu nâng cao.

Thứ ba, phạm vi và tần suất kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An còn tương đối hạn chế. Hàng năm, số doanh nghiệp thuộc nhóm này được đưa vào kế hoạch kiểm tra chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ so với tổng số doanh nghiệp đang được quản lý, chủ yếu do hạn chế về nguồn nhân lực và áp lực quản lý ngày càng gia tăng của cơ quan thuế. Không ít doanh nghiệp trong nhiều năm liên tiếp chưa được kiểm tra thuế, dẫn đến việc chấp hành nghĩa vụ kê khai, nộp thuế chưa thực sự nghiêm túc, đặc biệt đối với các sắc thuế có rủi ro cao như thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập doanh nghiệp.

Thứ tư, phương thức thực hiện, công tác kiểm tra thuế trong giai đoạn này chủ yếu được tiến hành thông qua kiểm tra hồ sơ khai thuế tại trụ sở cơ quan thuế. Hoạt động kiểm tra tập trung vào việc đối chiếu, so sánh số liệu trên tờ khai thuế, báo cáo tài chính và các phụ lục liên quan nhằm phát hiện sai sót trong kê khai. Kiểm tra tại trụ sở người nộp thuế chỉ được áp dụng đối với một số trường hợp có dấu hiệu rủi ro rõ ràng.

Thứ năm, việc ứng dụng CNTT trong kiểm tra thuế đối với khu vực doanh nghiệp này vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, ảnh hưởng đến chất lượng, hiệu quả và tính chủ động của hoạt động kiểm tra. Hệ thống công nghệ thông tin phục vụ kiểm tra thuế chưa được tích hợp đồng bộ và liên thông đầy đủ giữa các ứng dụng nghiệp vụ. Việc sử dụng CNTT trong kiểm tra thuế chủ yếu mới dừng ở khâu hỗ trợ tra cứu, tổng hợp số liệu và đối chiếu đơn giản, trong khi các công cụ phân tích dữ liệu chuyên sâu, cảnh báo rủi ro tự động và phát hiện bất thường chưa được triển khai rộng rãi. Do đó, công tác kiểm tra thuế đối với DNN&SN vẫn phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm và nhận định chủ quan của cán bộ kiểm tra, làm giảm hiệu quả của phương thức quản lý dựa trên rủi ro.

4. Các giải pháp hoàn thiện kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An

Một là, *hoàn thiện cơ sở dữ liệu ngành Thuế*

Hoàn thiện cơ sở dữ liệu ngành Thuế được xem là giải pháp nền tảng nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An trong bối cảnh đẩy mạnh quản lý thuế dựa trên rủi ro và chuyển đổi số. Cơ sở dữ liệu đầy đủ, chính xác và được cập nhật kịp thời không chỉ giúp cơ quan thuế nắm bắt toàn diện tình hình hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc phân tích rủi ro, lựa chọn đối tượng kiểm tra có trọng tâm, trọng điểm.

Theo đó: (i) Cần tiếp tục chuẩn hóa và hoàn thiện cơ sở dữ liệu nội bộ về doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ theo hướng đồng bộ, thống nhất và có khả năng khai thác cao. (ii) Tăng cường cập nhật kịp thời các biến động trong hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; (iii) Hoàn thiện cơ sở dữ liệu ngành Thuế cần gắn với việc mở rộng và nâng cao mức độ liên thông, chia sẻ dữ liệu với các cơ quan, tổ chức có liên quan trên địa bàn tỉnh Nghệ An, giúp bổ sung nguồn thông tin đa chiều về hoạt động tài chính, dòng tiền và tình trạng chấp hành pháp luật của

doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; (iv) Chú trọng phát triển các công cụ khai thác và phân tích dữ liệu dựa trên cơ sở dữ liệu ngành Thuế đã được hoàn thiện. Trên nền tảng dữ liệu tập trung, cần xây dựng các bộ chỉ tiêu phân tích, chỉ số rủi ro và hệ thống cảnh báo sớm phục vụ trực tiếp cho công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ; (v) Nâng cao năng lực quản lý, khai thác và sử dụng dữ liệu của đội ngũ công chức thuế. Đồng thời, cần xây dựng quy trình khai thác và sử dụng dữ liệu rõ ràng, bảo đảm tính bảo mật, an toàn thông tin và tuân thủ các quy định pháp luật liên quan.

Hai là, *đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong kiểm tra thuế với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An*

Cơ quan Thuế tỉnh Nghệ An cần tiếp tục hoàn thiện hạ tầng CNTT và các hệ thống thông tin phục vụ trực tiếp cho công tác kiểm tra thuế. Việc nâng cấp, tích hợp các hệ thống quản lý đăng ký thuế, kê khai thuế, hóa đơn điện tử, quản lý nợ thuế và kết quả kiểm tra thuế trên một nền tảng thống nhất sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tổng hợp, đối chiếu và phân tích thông tin một cách toàn diện. Trên cơ sở dữ liệu điện tử ngày càng đầy đủ, cơ quan thuế cần xây dựng và vận hành các công cụ phân tích dữ liệu nhằm đánh giá mức độ tuân thủ pháp luật thuế của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Việc ứng dụng các mô hình phân tích xu hướng, phát hiện bất thường và phân nhóm rủi ro sẽ giúp cơ quan thuế chủ động khoanh vùng các doanh nghiệp có dấu hiệu rủi ro cao để đưa vào diện kiểm tra trọng điểm, thay vì kiểm tra dàn trải như trước đây. Tăng cường khai thác dữ liệu hóa đơn điện tử và dữ liệu giao dịch điện tử phục vụ kiểm tra thuế.

Ba là, *hoàn thiện công tác kiểm tra tại trụ sở cơ quan thuế.*

Cần hoàn thiện quy trình kiểm tra thuế tại trụ sở cơ quan Thuế theo hướng chuẩn hóa, minh bạch và dựa trên quản lý rủi ro. Nâng cao chất lượng phân tích hồ sơ khai thuế và báo cáo tài chính của doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Kiểm tra tại trụ sở cơ quan Thuế đòi hỏi cán bộ thuế phải khai thác sâu các thông tin trên tờ khai thuế, báo cáo tài chính, dữ liệu hóa đơn điện tử và các nguồn dữ liệu liên quan để phát hiện kịp thời các dấu hiệu bất thường. Đối với DNN&SN, những chỉ tiêu như doanh thu, chi phí, tỷ suất lợi nhuận, tình trạng kê khai lỗ, hoàn thuế hoặc biến động đột ngột về nghĩa vụ thuế cần được phân tích kỹ lưỡng và so sánh theo chuỗi thời gian.

Bốn là, *nâng cao chất lượng kiểm tra tại trụ sở các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ*

Hoàn thiện công tác lập kế hoạch kiểm tra thuế tại trụ sở doanh nghiệp theo hướng có trọng tâm, trọng điểm và dựa trên phân tích rủi ro. Nâng cao chất lượng chuẩn bị nội dung kiểm tra trước khi tiến hành kiểm tra tại trụ sở doanh nghiệp. Nâng cao chất lượng thực hiện kiểm tra thuế tại trụ sở doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong kiểm tra thuế tại trụ sở doanh nghiệp. Nâng cao năng lực và đạo đức công vụ của đội ngũ cán bộ làm công tác kiểm tra thuế. Cơ quan Thuế tỉnh Nghệ An cần kịp thời đôn đốc doanh nghiệp thực hiện các kiến nghị, quyết định xử lý sau kiểm tra, đồng thời theo dõi mức độ cải thiện tuân thủ pháp luật thuế của doanh nghiệp sau khi được kiểm tra.

Kết luận

Doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nghệ An, có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức đối với công tác kiểm tra thuế. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao chất lượng kiểm tra thuế, bao gồm hoàn thiện cơ sở dữ liệu ngành Thuế, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ và hoàn thiện phương thức kiểm tra thuế tại trụ sở cơ quan Thuế cũng như tại trụ sở người nộp thuế. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp này được kỳ vọng góp phần tăng cường tuân thủ pháp luật thuế, hạn chế thất thu ngân sách nhà nước và nâng cao hiệu quả quản lý thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trên địa bàn tỉnh Nghệ An trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Cục Thuế tỉnh Nghệ An. (2024). Báo cáo tổng kết công tác quản lý thuế giai đoạn 2020-2024. Nghệ An.

Nguyễn Thị Hồng. (2018). Quản lý thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

Trần Đình Tuyên. (2019). Hoàn thiện công tác kiểm tra, thanh tra thuế đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tạp chí Kinh tế & Phát triển, 269, 56-64.

Phạm Văn Hùng & Lê Thị Minh. (2020). Quản lý rủi ro trong kiểm tra thuế ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Tài chính, 748, 22-27.

Đặng Ngọc Quang. (2021). Hoàn thiện công tác kiểm tra thuế đối với doanh nghiệp ngoài quốc doanh ở Việt Nam. Luận án tiến sĩ Kinh tế, Học viện Tài chính, Hà Nội.

Lê Thị Phương. (2022). Nâng cao hiệu quả kiểm tra thuế trong bối cảnh chuyển đổi số ngành Thuế. Tạp chí Khoa học Tài chính - Kế toán, 2(23), 45-53.

CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH NĂNG LỰC VÀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT NHỎ VÀ VỪA TẠI VIỆT NAM

TS. Vũ Thị Như Quỳnh*

Nghiên cứu phân tích thực trạng các yếu tố cấu thành năng lực kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành sản xuất tại Việt Nam, dựa trên phân tích thống kê mô tả từ dữ liệu khảo sát 189 doanh nghiệp. Kết quả cho thấy các DNNVV thể hiện sự vượt trội rõ rệt trong các năng lực vận hành cốt lõi như đảm bảo chất lượng và độ tin cậy trong giao hàng. Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy hạn chế về năng lực đáng báo động liên quan đến các yếu tố mang tính chiến lược dài hạn. Cụ thể, các năng lực về xây dựng chiến lược đổi mới, quản lý quy trình sáng tạo, và các quy trình quản trị bài bản đều ở mức rất thấp. Thực trạng này cho thấy một mô hình "thành công thực dụng" nhưng tiềm ẩn rủi ro về khả năng thích ứng và phát triển bền vững trong tương lai. Nghiên cứu cung cấp một cơ sở dữ liệu nền tảng, làm cơ sở cho các hàm ý giải pháp nhằm củng cố nền tảng vận hành và từng bước xây dựng năng lực đổi mới cho các DNNVN tại Việt Nam.

• Từ khóa: *năng lực, hiệu quả, đổi mới, chiến lược, nguồn lực, doanh nghiệp nhỏ và vừa.*

This study analyzes the current state of the business capabilities of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the manufacturing sector in Vietnam, based on descriptive statistical analysis of survey data from 189 businesses. The results show that SMEs demonstrate significant superiority in core operational capabilities such as quality assurance and reliable delivery. However, the results also reveal alarming limitations in capabilities related to long-term strategic factors. Specifically, capabilities in developing innovation strategies, managing creative processes, and implementing systematic governance processes are all at very low levels. This situation suggests a "pragmatic success" model but with inherent risks to future adaptability and sustainable development. The study provides a foundational database, serving as a basis for proposed solutions aimed at strengthening operational foundations and gradually building innovation capabilities for SMEs in Vietnam.

• Key words: *capability, efficiency, innovation, strategy, resources, small and medium-sized enterprises.*

JEL code: D24

Ngày nhận bài: 21/12/2025
Ngày gửi phản biện: 30/01/2026
Ngày duyệt đăng: 10/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.27

1. Sự cần thiết nghiên cứu

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trong lĩnh vực sản xuất là động lực cốt lõi cho sự phát triển kinh tế và là mắt xích không thể thiếu trong chuỗi cung ứng của Việt Nam. Mặc dù vai trò chiến lược của họ đã được thừa nhận rộng rãi, nhưng sự hiểu biết chi tiết về thực trạng năng lực nội tại của chính các DNNVV vẫn còn là một bức tranh mờ nhạt, chủ yếu dựa trên các nhận định chung thay vì bằng chứng thực nghiệm có hệ thống. Trong khi các nghiên cứu thường tập trung vào việc kiểm định mối quan hệ giữa một vài năng lực cụ thể với hiệu quả kinh doanh, vẫn còn thiếu một nghiên cứu mang tính khám phá và mô tả toàn diện, cung cấp một "bản đồ năng lực" chi tiết để biết chính xác các DNNVV sản xuất Việt Nam đang mạnh ở đâu và yếu ở chỗ nào.

Sự thiếu hụt một bức tranh tổng quan, dựa trên dữ liệu về thực trạng của một loạt các yếu tố cấu thành năng lực từ đổi mới, chất lượng, chi phí, đến quản trị - đã tạo ra một khoảng trống kiến thức đáng kể. Khoảng trống này không chỉ giới hạn trong giới học thuật mà còn có những hàm ý thực tiễn sâu sắc. Đối với các nhà hoạch định chính sách, việc thiếu một "phép đo" chuẩn xác về hiện trạng năng lực khiến các chương trình hỗ trợ có nguy cơ trở nên dàn trải, không trúng đích. Đối với bản thân các DNNVV, việc không có một cơ sở đối sánh rõ ràng khiến họ gặp khó khăn trong việc xác định các lĩnh vực ưu tiên để đầu tư và cải thiện. Các câu hỏi cốt lõi vẫn chưa có câu trả lời rõ ràng: Hồ sơ năng lực điển hình của một DNNVV tại Việt Nam trông như thế nào? Năng lực nào đang được thực hiện tốt và năng lực nào đang là nút thắt cổ chai lớn nhất cản trở hiệu quả kinh doanh?

Do đó, nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu chính là khám phá và đánh giá thực trạng các yếu

** Trường Đại học Thương Mại; email: quynh.vtn@tmu.edu.vn*

tố cấu thành năng lực sản xuất kinh doanh của các DNNVV ngành sản xuất tại Việt Nam. Bằng cách sử dụng phương pháp thống kê mô tả dựa trên dữ liệu khảo sát và các nguồn thứ cấp, nghiên cứu sẽ cung cấp thực trạng yếu tố cấu thành năng lực, xác định những điểm mạnh, những lĩnh vực cần cải thiện, và mức độ hiệu quả kinh doanh hiện tại. Từ đó đề xuất một số hàm ý giải pháp cho cả DNNVV và các cơ quan hữu quan.

2. Cơ sở lý luận

Nghiên cứu này được định vị trong khuôn khổ lý thuyết dựa trên nguồn lực (RBV), một nền tảng quan trọng trong quản trị chiến lược (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). Theo RBV, sự khác biệt về hiệu quả kinh doanh giữa các doanh nghiệp bắt nguồn từ sự khác biệt trong nguồn lực và năng lực nội tại. Trong đó, nguồn lực là các tài sản hữu hình và vô hình doanh nghiệp sở hữu, còn năng lực là khả năng tổ chức phối hợp, triển khai nguồn lực để thực hiện hoạt động hiệu quả (Teece, Pisano & Shuen, 1997). Các năng lực cốt lõi như đổi mới, quản trị chất lượng hay quản lý tài chính vì vậy được xem là nền tảng tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững. Việc lựa chọn RBV làm nền tảng lý thuyết giúp khẳng định tính phù hợp của việc đo lường các yếu tố năng lực nội tại nhằm đánh giá tiềm năng và mức độ phát triển của DNNVV.

Để đánh giá hiệu quả hoạt động, nghiên cứu tiếp cận khái niệm "hiệu quả kinh doanh" theo hướng đa chiều, thay vì chỉ dựa trên chỉ số tài chính đơn lẻ. Dựa trên các khung đánh giá chiến lược và vận hành (Kaplan & Norton, 1996), hiệu quả được đo lường theo hai nhóm: (1) hiệu quả vận hành, phản ánh hiệu suất và chất lượng quy trình nội bộ; và (2) hiệu quả tài chính - thị trường, thể hiện kết quả về doanh thu, lợi nhuận và thị phần. Cách tiếp cận này mang lại cái nhìn toàn diện về thực trạng hiệu quả của các DNNVV.

Dựa trên việc tổng hợp các công trình nghiên cứu có ảnh hưởng, nghiên cứu sẽ đánh giá thực trạng của mười yếu tố năng lực cốt lõi sau đây:

Chiến lược đổi mới (CLĐM): Phản ánh sự tồn tại của một tầm nhìn và chiến lược rõ ràng về đổi mới, được tích hợp vào chiến lược chung và có được cam kết mạnh mẽ từ ban lãnh đạo. Đây là yếu tố định hướng cho các hoạt động sáng tạo của doanh nghiệp (Tseng, 2017).

Quản lý quy trình sáng tạo (QLST): Là khả năng của doanh nghiệp trong việc quản lý hiệu quả quá trình từ khâu hình thành ý tưởng, phân bổ nguồn lực, đến phát triển và thương mại hóa sản phẩm/dịch vụ mới (Guan, 2003).

Khả năng thích ứng với thay đổi (KNTĐ): Năng lực của tổ chức trong việc nhận diện các xu hướng mới của thị trường và công nghệ, và nhanh chóng điều chỉnh chiến lược, sản phẩm và quy trình để thích ứng một cách chủ động (Jasna Prester, 2023).

Quản trị chất lượng & quy trình (CLQT): Đây là một trong những năng lực vận hành kinh điển, bao gồm khả năng thiết lập và duy trì các tiêu chuẩn chất lượng cao, kiểm soát chặt chẽ quy trình sản xuất và thực hiện văn hóa cải tiến liên tục để giảm thiểu sai sót (Hayes & Wheelwright, 1984).

Khả năng giao hàng (KNGH): Phản ánh độ tin cậy của doanh nghiệp trong mắt khách hàng, bao gồm khả năng giao hàng đúng hẹn, đủ số lượng và đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật đã cam kết. Đây là một yếu tố quan trọng để xây dựng uy tín trong chuỗi cung ứng (Ward, Leong, & Snyder, 1995).

Tính linh hoạt sản xuất (LHSX): Là khả năng của hệ thống sản xuất trong việc nhanh chóng điều chỉnh để đáp ứng các thay đổi về sản lượng, chủng loại sản phẩm hoặc thiết kế theo yêu cầu của thị trường. Trong một môi trường biến động, tính linh hoạt là một lợi thế cạnh tranh quan trọng (Upton, 1994).

Kiểm soát chi phí (KSCF): Là năng lực tối ưu hóa chi phí trong toàn bộ quá trình sản xuất và vận hành, từ việc mua sắm nguyên vật liệu đến việc sử dụng lao động và máy móc, nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh về giá và tối đa hóa lợi nhuận (Hayes & Wheelwright, 1984).

Chuỗi cung ứng và vận hành (CCU): Vượt ra ngoài phạm vi nhà máy, năng lực này phản ánh hiệu quả trong việc phối hợp với các nhà cung cấp và đối tác trong chuỗi cung ứng, áp dụng công nghệ để quản lý luồng thông tin và vật chất, và đảm bảo khả năng đáp ứng nhanh chóng với nhu cầu của thị trường (Kaplan & Norton ,1996).

Năng lực kỹ thuật & công nghệ (KTCN): Không chỉ là việc sở hữu công nghệ hiện đại, mà còn là kiến thức chuyên môn sâu và khả năng của đội ngũ trong việc hấp thụ, áp dụng và làm chủ các công nghệ mới vào quy trình sản xuất và quản lý. Đây là nền tảng cho việc tạo ra các sản phẩm chất lượng và hiệu quả (Yam et al., 2011).

Năng lực quản lý tài chính & tổ chức (QLTC): Đây là năng lực nền tảng, bao gồm khả năng quản trị tài chính một cách lành mạnh, lập kế hoạch kinh doanh hiệu quả, và xây dựng một cơ cấu tổ chức và các chính sách quản lý nhân sự phù hợp để hỗ trợ các hoạt động sản xuất kinh doanh. Đây thường là một điểm yếu cố hữu của nhiều DNNVV (Abe et al.,

2015).

3. Phương pháp nghiên cứu

Để thu thập dữ liệu sơ cấp, tác giả tiến hành khảo sát điều tra bảng hỏi về thực trạng các yếu tố cấu thành năng lực sản xuất kinh doanh và hiệu quả hoạt động của các DNVVN ngành sản xuất tại Việt Nam. Dữ liệu được thu thập thông qua một phiếu khảo sát có cấu trúc, được gửi đến các đối tượng là lãnh đạo cấp cao hoặc quản lý cấp trung tại các DNVVN ngành sản xuất. Việc lựa chọn người trả lời ở các vị trí này nhằm đảm bảo người trả lời có cái nhìn tổng quan và sâu sắc về các năng lực và hiệu quả hoạt động của DNVVN. Do những hạn chế trong việc tiếp cận một danh sách tổng thể và cập nhật các DNVVN ngành sản xuất, phương pháp lấy mẫu thuận tiện kết hợp kỹ thuật quả cầu tuyết đã được áp dụng. Sau quá trình thu thập và sàng lọc để loại bỏ các phiếu trả lời không hợp lệ, tổng cộng 189 phiếu hợp lệ đã được sử dụng cho phân tích.

Cụ thể, mẫu nghiên cứu gồm 189 DNNVV có cơ cấu phân bố đa dạng. Về quy mô, 55% là doanh nghiệp nhỏ (dưới 100 lao động) và 45% là doanh nghiệp vừa (100-300 lao động). Xét theo ngành nghề, 27% thuộc cơ khí - chế tạo, 23,8% dệt may - da giày, 19% điện - điện tử, 15,9% chế biến thực phẩm, 9% nhựa - hóa chất - bao bì và 5,3% thuộc các ngành khác.

4. Kết quả nghiên cứu

Thực trạng năng lực nền tảng cạnh tranh cốt lõi của DNNVV sản xuất Việt Nam cho thấy doanh nghiệp hiện sở hữu thế mạnh nổi bật về năng lực vận hành và duy trì độ tin cậy trong chuỗi cung ứng. Đây là nhóm năng lực được đánh giá cao nhất, phản ánh mô hình cạnh tranh dựa trên việc trở thành đối tác sản xuất tin cậy. Trong đó, năng lực đáp ứng đúng số lượng và yêu cầu kỹ thuật khi giao hàng (KNGH2) đạt mức cao nhất (GTTB = 4.12), với 75.5% doanh nghiệp đồng thuận ở mức cao (mức 4 và 5). Tiếp theo là khả năng giao hàng đúng hẹn (KNGH1: GTTB = 3.72) và khả năng khai thác hiệu quả công nghệ hiện tại (KTCN3: GTTB = 3.66). Các năng lực chuỗi cung ứng khác, như ứng dụng công nghệ (CCU2: GTTB = 3.69) và duy trì quan hệ với nhà cung cấp (CCU1: GTTB = 3.59), cũng được đánh giá tích cực. Kết quả này phù hợp với vai trò của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu, nơi yêu cầu cao về chất lượng và tiến độ từ các doanh nghiệp FDI là yếu tố quyết định (World Bank, 2022). Như vậy, DNNVV đang cạnh tranh hiệu quả dựa trên chất lượng, độ tin cậy và khả năng tận dụng tài sản hiện có.

Bảng 1: Kết quả mức độ các yếu tố cấu thành năng lực và hiệu quả kinh doanh

Năng lực các yếu tố cấu thành	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Năng lực các yếu tố cấu thành	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
HQKD4	4.14	1.080	CLĐM3	3.20	1.058
KNGH2	4.12	0.749	QLST2	3.19	1.318
KNGH1	3.72	0.933	QLST3	3.16	1.045
CCU2	3.69	1.203	KSCF1	3.15	1.028
KTCN3	3.66	1.078	KSCF3	3.10	1.008
HQKD2	3.61	1.141	CLQT2	3.05	0.953
CCU1	3.59	1.312	KTCN1	3.02	1.238
HQKD1	3.57	1.217	KNTĐ1	3.00	0.951
HQKD3	3.56	1.217	KSCF2	2.99	0.905
KNTĐ3	3.55	1.160	QLTC3	2.96	1.056
CCU3	3.44	1.038	LHSX2	2.94	1.204
QLTC1	3.37	1.071	CLĐM1	2.91	1.188
KNTĐ2	3.29	0.958	QLTC2	2.88	1.100
KTCN2	3.29	1.122	CLĐM2	2.85	1.106
CLQT3	3.21	0.892	QLST1	2.72	1.144
LHSX1	3.21	1.044	LHSX3	2.51	1.183
CLQT1	3.20	0.963	KNGH3	2.40	1.105

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Thực trạng năng lực đang phát triển của các DNNVV sản xuất Việt Nam phản ánh một giai đoạn chuyển đổi quan trọng từ mô hình sản xuất thuần túy sang cách tiếp cận quản trị chiến lược và hệ thống hơn. Nhóm năng lực này có điểm trung bình khá, cho thấy cải thiện trên diện rộng nhưng chưa thực sự sâu. Các năng lực như phản ứng nhanh với thay đổi thị trường (CCU3: GTTB = 3.44), quản trị tài chính lành mạnh (QLTC1: GTTB = 3.37) và khả năng điều chỉnh sản phẩm/quy trình (KNTĐ2: GTTB = 3.29) thể hiện sự nhận thức và nỗ lực nâng cấp năng lực cốt lõi. Đáng chú ý, đối với QLTC1, có 78.2% doanh nghiệp đánh giá ở mức trung lập trở lên, phản ánh tiến bộ đáng kể trong quản trị tài chính so với trước đây. Tuy nhiên, các năng lực liên quan đến đổi mới, bao gồm sự ủng hộ của lãnh đạo (CLĐM3: GTTB = 3.20) và khuyến khích nhân viên thử nghiệm (QLST3: GTTB = 3.16) vẫn còn khiêm tốn. Điều này chỉ ra rằng, mặc dù doanh nghiệp đang dần nâng cao năng lực quản trị và khả năng thích ứng, nền tảng hệ thống và văn hóa đổi mới vẫn chưa đủ mạnh để tạo ra sự chuyển biến mang tính đột phá (VCCI, 2023).

Thực trạng các hạn chế về năng lực cho thấy nhiều DNNVV sản xuất Việt Nam đang đối mặt với những khoảng trống đáng kể, đặc biệt trong năng lực chiến lược và đổi mới. Các chỉ số liên quan đến xây dựng và triển khai chiến lược đổi mới có điểm số thấp nhất, phản ánh tình trạng thiếu định hướng phát triển dài hạn. Cụ thể, sự tồn tại của chiến lược đổi mới rõ ràng (CLĐM1: GTTB = 2.91), tích hợp đổi mới vào chiến lược kinh doanh (CLĐM2: GTTB = 2.85), và quy trình chuyển ý tưởng thành thương mại hóa (QLST1:

GTTB = 2.72) đều ở mức rất thấp. Đáng chú ý, với QLST1, 52.3% doanh nghiệp đánh giá từ trung lập đến yếu, cho thấy đây là lỗ hổng mang tính hệ thống. Ngoài ra, các năng lực liên quan đến linh hoạt sản xuất như xử lý đơn hàng đặc biệt (LHSX3: GTTB = 2.51) và xây dựng hệ thống giao nhận hiệu quả (KNGH3: GTTB = 2.40) cũng rất hạn chế. Hai năng lực quản trị cốt lõi — quản lý nhân sự (QLTC3: GTTB = 2.96) và lập kế hoạch chiến lược (QLTC2: GTTB = 2.88) — tiếp tục nằm trong nhóm yếu. Những phát hiện này phù hợp với đánh giá của OECD (2021), cho rằng thiếu tư duy chiến lược và hệ thống quản trị bài bản là rào cản lớn khiến DNNVV khó nâng cấp vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thực trạng hiệu quả kinh doanh của các DNNVV sản xuất Việt Nam phản ánh một trạng thái "lạc quan thực dụng", nơi doanh nghiệp tự tin vào hiệu quả tổng thể và triển vọng dài hạn, dù tăng trưởng tài chính và thị trường chỉ ở mức vừa phải.

Kết quả khảo sát cho thấy hiệu quả kinh doanh tổng thể (HQKD4) được đánh giá rất cao (GTTB = 4.14), với 74.7% nhà quản lý cho rằng doanh nghiệp của họ hoạt động tốt hơn đối thủ. Đây là chỉ số nổi bật nhất trong bộ đo lường hiệu quả, thể hiện niềm tin mạnh mẽ vào sức cạnh tranh, khả năng duy trì hoạt động ổn định và tiềm năng phát triển. Mức độ tự tin này là hợp lý trong bối cảnh Việt Nam ghi nhận tăng trưởng kinh tế tích cực sau đại dịch và được các tổ chức quốc tế đánh giá cao về triển vọng (World Bank, IMF). Cùng với đó, các chính sách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ và hội nhập sâu rộng thông qua các hiệp định EVFTA và CPTPP tiếp tục tạo môi trường thuận lợi, giúp doanh nghiệp gia tăng cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

Tuy nhiên, khi xem xét các chỉ số thành phần cụ thể, bức tranh trở nên thận trọng hơn. Tốc độ tăng trưởng doanh thu (HQKD1= 3.57), mức lợi nhuận (HQKD2= 3.61) và tăng trưởng thị phần (HQKD3=3.56) chỉ đạt mức trung bình khá. Dữ liệu tần suất cho thấy chỉ khoảng 52-57% doanh nghiệp đánh giá mình làm tốt hơn đối thủ tại các chỉ số này. Những con số này phản ánh thực trạng tăng trưởng ổn định nhưng không bứt phá, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt từ cả doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Sự chênh lệch giữa đánh giá rất cao về hiệu quả tổng thể và mức độ trung bình của các chỉ tiêu tài chính - thị trường là điểm then chốt. Điều này cho thấy nhà quản lý không chỉ nhìn vào kết quả ngắn hạn mà còn đánh giá hiệu quả dựa trên các yếu tố vô hình như năng lực phục hồi, sự ổn định chuỗi cung ứng, uy tín khách hàng và định hướng phát triển tương lai. Trong ngành sản xuất, nơi biến động thị trường và yêu cầu tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế ngày càng lớn, khả năng duy trì ổn định và chống chịu trước rủi ro được xem là yếu tố thành công quan trọng.

Tóm lại, các DNNVV sản xuất Việt Nam đang duy trì trạng thái vững vàng, tự tin và có định hướng phát triển rõ ràng, nhưng vẫn đối mặt với thách thức trong việc tạo đột phá về tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận và thị phần. Bức tranh này phản ánh giai đoạn phát triển chuyển tiếp: doanh nghiệp đã xây dựng được nền tảng ổn định và tư duy phát triển bền vững, song cần tiếp tục nâng cao năng lực cạnh tranh, đổi mới và tối ưu hóa vận hành để đạt được mức tăng trưởng cao hơn trong môi trường cạnh tranh quốc tế ngày càng khốc liệt.

5. Kết luận và hàm ý giải pháp

Nghiên cứu đã tiến hành phân tích mô tả toàn diện nhằm đánh giá thực trạng các yếu tố cấu thành năng lực kinh doanh của các DNNVV ngành sản xuất tại Việt Nam. Kết quả đã cho thấy thực trạng không đồng đều nhưng rất rõ ràng: hồ sơ năng lực của các DNNVV hiện nay cho thấy một sự vượt trội trong các năng lực vận hành cốt lõi, một sự nỗ lực nhất định trong việc chuyên nghiệp hóa năng lực quản trị, và một "vùng trũng" đáng báo động liên quan đến năng lực đổi mới và chiến lược. Cụ thể, các DNNVV đang cạnh tranh và thành công chủ yếu dựa trên nền tảng của một nhà cung cấp đáng tin cậy: khả năng giao hàng đúng yêu cầu kỹ thuật và đúng hẹn, khai thác hiệu quả công nghệ hiện có, và duy trì mối quan hệ tốt trong chuỗi cung ứng. Đây chính là nền tảng cạnh tranh cốt lõi của họ. Tuy nhiên, sự tập trung vào hiệu quả vận hành này dường như phải trả giá bằng sự yếu kém trong các năng lực mang tính chiến lược dài hạn. Các yếu tố liên quan đến việc xây dựng một chiến lược đổi mới rõ ràng, quản lý quy trình sáng tạo một cách có hệ thống, và các quy trình quản trị bài bản như lập kế hoạch hay quản lý nhân sự đều là những điểm yếu chí tử.

Thực trạng này phản ánh một mô hình kinh doanh mang tính "thực dụng và ngắn hạn". Các doanh nghiệp đang làm rất tốt việc tối ưu hóa "phòng động cơ" để tồn tại và phát triển trong bối cảnh cạnh tranh hiện tại. Tuy nhiên, sự yếu kém trong các năng lực chiến lược và đổi mới cho thấy một rủi ro lớn về khả năng thích ứng và phát triển bền vững trong tương lai, khi bối cảnh thị trường thay đổi và lợi thế cạnh tranh dựa trên chi phí và độ tin cậy không còn đủ. Về mặt lý luận, nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm

về hồ sơ năng lực đặc thù của DNNVV trong một nền kinh tế đang phát triển và tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Từ đó, tác giả đề xuất một số hàm ý giải pháp như sau:

Thứ nhất, củng cố nền tảng cạnh tranh cốt lõi thông qua tối ưu hóa hiệu quả vận hành. Năng lực vận hành hiện là điểm mạnh nổi trội của các DNNVV sản xuất Việt Nam; vì vậy ưu tiên chiến lược không phải thay đổi đột ngột, mà là nâng cấp và tối ưu hóa nền tảng này để hình thành lợi thế cạnh tranh đẳng cấp cao hơn. Doanh nghiệp cần chuyển từ mức "làm tốt" sang "làm xuất sắc" một cách có hệ thống, thông qua chuẩn hóa quy trình, áp dụng quản trị tinh gọn, và đầu tư có chọn lọc vào công nghệ nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và độ tin cậy.

Đối với DNNVV: Chủ động thiết lập và đạt các chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng quốc tế (như ISO 9001), thay vì chỉ đáp ứng yêu cầu khách hàng. Xây dựng văn hóa cải tiến liên tục bằng Kaizen tại cấp xưởng, trao quyền cho nhân viên và khuyến khích sáng kiến cải thiện năng suất. Ưu tiên đầu tư công nghệ có hiệu quả rõ ràng và tác động trực tiếp đến vận hành, gồm các hệ thống quản lý nguồn lực cơ bản, phần mềm quản lý kho, và tự động hóa đơn giản trong sản xuất. Nâng cấp quan hệ nhà cung cấp từ giao dịch mua-bán sang đối tác chiến lược; triển khai đánh giá và phát triển nhà cung cấp để củng cố chất lượng và độ tin cậy chuỗi cung ứng.

Đối với cơ quan hỗ trợ: Tăng cường chương trình hỗ trợ kỹ thuật và tài chính cho DNNVV trong việc lấy chứng nhận quốc tế và áp dụng sản xuất tinh gọn; Tổ chức đào tạo chuyên sâu về quản trị vận hành hiện đại để nâng cao năng lực thực thi của DNNVV.

Hai là, thúc đẩy các năng lực đang phát triển, xây dựng tư duy hệ thống và quản trị chuyên nghiệp. Nhóm năng lực ở mức trung bình khá phản ánh các DNNVV đang trong giai đoạn chuyển đổi quan trọng từ quản lý dựa trên kinh nghiệm sang mô hình quản trị hiện đại. Việc củng cố nhóm năng lực này sẽ tạo nền tảng quản trị vững chắc, hỗ trợ tăng trưởng dài hạn và giảm phụ thuộc vào yếu tố cá nhân.

Đối với DNNVV: Nâng cao năng lực quản trị tài chính, nhiều chủ DNNVV xuất thân từ kỹ thuật nên thiếu nền tảng tài chính. DNNVV cần tham gia các chương trình đào tạo ngắn hạn về quản lý dòng tiền, lập kế hoạch ngân sách và phân tích điểm hòa vốn. Thiết lập quy trình hoạch định chiến lược chính thức, tổ chức quy trình lập kế hoạch chiến lược hàng năm với sự tham gia của các bộ phận chủ chốt; áp dụng phân tích SWOT, mục tiêu thông minh và kế hoạch hành động rõ ràng. Đầu tư vào quản trị nhân sự, xây dựng các chính sách bài bản về tuyển dụng, đào tạo, đánh giá hiệu suất và giữ chân nhân sự có năng lực, khắc phục hạn chế nhân sự (liên quan QLTC3).

Đối với các tổ chức hỗ trợ: Triển khai chương trình đào tạo quản trị thực tiễn cho lãnh đạo DNNVV, tập trung vào tài chính, chiến lược và quản trị nhân sự nhằm thúc đẩy chuyển đổi quản trị chuyên nghiệp.

Ba là, lấp đầy các điểm yếu để chuẩn bị cho năng lực đổi mới và chiến lược. Đây là giải pháp mang tính dài hạn, mang tính quyết định đối với năng lực cạnh tranh bền vững của DNNVV. Việc khắc phục các "vùng trũng" về chiến lược đổi mới và quy trình triển khai sẽ giúp doanh nghiệp thoát khỏi mô hình gia công và từng bước xây dựng năng lực đổi mới nội sinh. Cách tiếp cận phù hợp là bắt đầu "gieo mầm" văn hóa và năng lực đổi mới với các bước nhỏ, rủi ro thấp nhưng có định hướng rõ ràng.

Đối với DNNVV: Xây dựng tuyên bố đổi mới và chiến lược đổi mới đơn giản nhằm giải quyết điểm yếu về định hướng (CLĐM1, CLĐM2). Ví dụ: đặt mục tiêu trở thành đơn vị tùy chỉnh sản phẩm nhanh nhất ngành.Thiết lập kênh ý tưởng chính thức như hộp thư sáng kiến, cuộc thi cải tiến hoặc nhóm đặc nhiệm để từng bước hình thành quy trình sáng tạo (QLST1). Tăng cường hợp tác đổi mới, kết nối với trường đại học, viện nghiên cứu và startup nhằm tận dụng tri thức bên ngoài, đặc biệt trong năng lực tùy chỉnh sản phẩm (LHSX3).

Đối với các tổ chức hỗ trợ: Triển khai chương trình "đẩy mạnh đổi mới" hỗ trợ tài chính cho tư vấn và nghiên cứu; đồng thời tổ chức hoạt động kết nối giữa doanh nghiệp và chuyên gia công nghệ, nhà khoa học.

Tài liệu tham khảo:

Abe, M., Troilo, M., & Batsaikhan, U. (2015). Managerial capabilities and firm performance in emerging market SMEs: The case of Mongolia. Asia Pacific Journal of Management, 32(1), 1-29.

Cảnh Chí Hoàng, Nguyễn Kiều Oanh (2022) Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

Hayes, R. H., & Wheelwright, S. C. (1984). Restoring our competitive edge: Competing through manufacturing. John Wiley & Sons.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The balanced scorecard: Translating strategy into action. Harvard Business Press.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509-533.

Upton, D. M. (1994). The management of manufacturing flexibility. California Management Review, 36(2), 72-89.

Ward, P. T., Leong, G. K., & Snyder, D. L. (1995). The impact of manufacturing capabilities on business performance. Journal of Operations Management, 13(4), 315-336.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. Strategic Management Journal, 5(2), 171-180.

Yam, R. C. M., Guan, J. C., Pun, K. F., & Tang, E. P. Y. (2011). An audit of technological innovation capabilities in Chinese firms: Some empirical findings in Beijing, China. Research Policy, 40(1), 77-91.

ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỶ GIÁ HỐI ĐOÁI TẠI VIỆT NAM

TS. Hoàng Trung Đức* - ThS. Nguyễn Hữu Bảo - Bùi Tiến Dũng*** - Nguyễn Tuấn Anh*****

Tỷ giá hối đoái đóng vai trò then chốt trong ổn định kinh tế vĩ mô, ảnh hưởng trực tiếp đến thương mại quốc tế, lạm phát và tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu này nhằm đánh giá các nhân tố tác động đến tỷ giá hối đoái tại Việt Nam, bao gồm lạm phát, lãi suất, cán cân thương mại, dòng vốn đầu tư và các yếu tố quốc tế (USD Index, giá dầu, khủng hoảng tài chính toàn cầu). Bằng cách sử dụng dữ liệu chuỗi thời gian và mô hình hồi quy kinh tế lượng, kết quả cho thấy lạm phát và chênh lệch lãi suất tác động đáng kể đến tỷ giá; cán cân thương mại cải thiện góp phần ổn định đồng nội tệ, trong khi dòng vốn đầu tư tạo ra tác động hai chiều. Các yếu tố quốc tế, đặc biệt là biến động USD Index và giá dầu, được chứng minh có ảnh hưởng mạnh mẽ và tức thì. Từ đó, nghiên cứu khuyến nghị điều hành chính sách tiền tệ - tài khóa linh hoạt, kiểm soát lạm phát, tăng cường dự trữ ngoại hối và theo dõi chặt chẽ diễn biến toàn cầu. Bài viết cũng chỉ ra hạn chế về dữ liệu và đề xuất mở rộng mô hình với biến tài chính quốc tế trong các nghiên cứu tiếp theo.

• Từ khóa: *tỷ giá hối đoái, lạm phát, lãi suất, cán cân thương mại, USD Index, Việt Nam.*

Exchange rate plays a crucial role in macroeconomic stability, directly affecting international trade, inflation, and economic growth. This study investigates the determinants of the exchange rate in Vietnam, focusing on inflation, interest rates, trade balance, capital flows, and international factors such as the USD Index, oil prices, and global financial crises. Using time series data and econometric regression models, the findings reveal that inflation and interest rate differentials significantly influence exchange rate fluctuations; an improved trade balance supports currency stability, while capital inflows exhibit mixed effects. International shocks, particularly changes in the USD Index and oil prices, exert strong and immediate impacts. Based on these results, the study suggests a flexible coordination of monetary and fiscal policies, effective inflation control, strengthening foreign reserves, and close monitoring of global developments. Limitations regarding data availability are acknowledged, with recommendations for extending the model to include additional international financial variables in future research.

• Key words: *exchange rate, inflation, interest rate, trade balance, USD index, Vietnam.*

Ngày nhận bài: 21/12/2025
Ngày gửi phản biện: 30/01/2026
Ngày duyệt đăng: 10/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.28

1. Mở đầu

Tỷ giá hối đoái luôn được xem là một trong những biến số vĩ mô quan trọng, đóng vai trò then chốt trong việc phản ánh sức mạnh của đồng nội tệ cũng như mức độ ổn định của nền kinh tế. Tỷ giá có ảnh hưởng trực tiếp đến cán cân thương mại, dòng vốn đầu tư, lạm phát và chính sách tiền tệ, đồng thời là kênh truyền dẫn tác động của các cú sốc kinh tế - tài chính quốc tế vào nền kinh tế trong nước. Đặc biệt, đối với Việt Nam - một nền kinh tế đang phát triển với độ mở lớn và hội nhập sâu rộng, biến động tỷ giá hối đoái có thể tạo ra cả cơ hội và thách thức cho hoạt động xuất nhập khẩu, thu hút vốn đầu tư nước ngoài cũng như quá trình ổn định kinh tế vĩ mô.

Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này được tiến hành nhằm xác định và phân tích các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái tại Việt Nam, đặc biệt là tỷ giá VND/USD - cặp tỷ giá có ý nghĩa quan trọng nhất trong giao dịch thương mại và tài chính quốc tế. Thông qua việc đánh giá mức độ và chiều hướng tác động của các nhân tố, nghiên cứu hướng tới việc cung cấp các luận cứ khoa học phục vụ điều hành chính sách tỷ giá, đồng thời đề xuất những giải pháp nhằm ổn định kinh tế vĩ mô và hỗ trợ tăng trưởng bền vững.

Bài viết tập trung trả lời hai câu hỏi nghiên cứu cốt lõi: (1) Những nhân tố nào ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái VND/USD tại Việt Nam? (2) Mức độ và chiều hướng tác động của từng nhân tố ra sao? Đối tượng nghiên cứu là tỷ giá VND/USD, trong phạm vi giai đoạn 2005-2023, sử dụng số liệu

** Học viện Tài chính; email: hoangtrungduc@hvtc.edu.vn*
*** Ngân hàng VCB Hà Thành*
**** CQ61/02.02 **** CQ60/01.01 - Học viện Tài chính*

kinh tế vĩ mô trong và ngoài nước. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm về cơ chế hình thành và biến động tỷ giá ở Việt Nam, từ đó gợi mở các hàm ý chính sách phù hợp trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Khái niệm và vai trò của tỷ giá hối đoái

Tỷ giá hối đoái là giá của một đồng tiền này được biểu hiện thông qua một đồng tiền khác, thường được xác định bởi quan hệ cung - cầu trên thị trường ngoại hối. Trong bối cảnh kinh tế mở, tỷ giá đóng vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh cán cân thương mại, thu hút dòng vốn đầu tư quốc tế và duy trì ổn định kinh tế vĩ mô. Sự biến động của tỷ giá có thể tác động trực tiếp đến chi phí nhập khẩu, giá trị xuất khẩu, nợ công, dự trữ ngoại hối cũng như niềm tin của nhà đầu tư trong và ngoài nước.

2.2. Các lý thuyết về tỷ giá

Lý thuyết ngang giá sức mua (PPP): Xuất phát từ giả định rằng trong điều kiện lý tưởng không có chi phí giao dịch và rào cản thương mại, một đơn vị tiền tệ phải có cùng sức mua ở các quốc gia khác nhau. Do đó, chênh lệch lạm phát giữa các quốc gia sẽ quyết định biến động tỷ giá trong dài hạn.

Lý thuyết ngang giá lãi suất (IRP): Cho rằng chênh lệch lãi suất giữa hai quốc gia sẽ được phản ánh vào tỷ giá kỳ hạn. Nếu nguyên tắc này không được đảm bảo, sẽ xuất hiện cơ hội kinh doanh chênh lệch giá (arbitrage) trên thị trường ngoại hối.

Mô hình cung cầu ngoại hối: Giải thích tỷ giá dựa trên quan hệ cung - cầu của ngoại tệ. Các yếu tố như xuất nhập khẩu hàng hóa, dòng vốn đầu tư, kiều hối và chính sách tiền tệ sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến cung cầu ngoại hối, từ đó tác động đến tỷ giá.

2.3. Tổng quan nghiên cứu trong và ngoài nước

Các nghiên cứu quốc tế: Nhiều công trình đã chứng minh rằng tỷ giá bị chi phối bởi các nhân tố vĩ mô như lạm phát, lãi suất, cán cân thương mại, dự trữ ngoại hối, cũng như yếu tố toàn cầu như giá dầu và biến động đồng USD. Các mô hình kinh tế lượng như VAR, VECM, ARDL thường được sử dụng để phân tích.

Các nghiên cứu tại Việt Nam: Các tác giả trong nước đã tập trung phân tích tác động của lạm phát, chênh lệch lãi suất, cán cân thương mại và dòng vốn FDI đến biến động tỷ giá VND/USD. Một số nghiên cứu gần đây còn bổ sung yếu tố quốc tế như USD Index hoặc cú sốc giá dầu, nhưng vẫn còn hạn chế về phạm vi dữ liệu và phương pháp định lượng.

Khoảng trống nghiên cứu: Thứ nhất, phần lớn nghiên cứu tại Việt Nam mới dừng lại ở việc xem xét một số biến vĩ mô riêng lẻ mà chưa có sự kết hợp đầy đủ các yếu tố trong và ngoài nước. Thứ hai, giai đoạn nghiên cứu thường bị giới hạn trong những năm nhất định, chưa bao quát toàn bộ tác động của các biến động kinh tế toàn cầu gần đây như khủng hoảng tài chính, đại dịch COVID-19. Thứ ba, chưa có nhiều nghiên cứu đưa ra hàm ý chính sách cụ thể dựa trên bằng chứng định lượng toàn diện.

Tóm lại, cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu cho thấy tỷ giá hối đoái là biến số vĩ mô chịu ảnh hưởng đa chiều. Việc tổng hợp các lý thuyết kinh tế cùng kinh nghiệm nghiên cứu trong và ngoài nước tạo nền tảng để xây dựng mô hình phân tích phù hợp cho Việt Nam, góp phần làm rõ cơ chế tác động và đề xuất chính sách điều hành tỷ giá hiệu quả

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Để đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái tại Việt Nam, nghiên cứu lựa chọn tỷ giá danh nghĩa song phương giữa đồng Việt Nam (VND) và đô la Mỹ (USD) làm biến phụ thuộc, ký hiệu là *EX*. Đây là cặp tỷ giá quan trọng nhất đối với nền kinh tế Việt Nam do USD chiếm tỷ trọng lớn trong thương mại quốc tế, đầu tư và dự trữ ngoại hối.

Các biến độc lập được lựa chọn dựa trên cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu trước đây, bao gồm:

• **Lạm phát (CPI)**: phản ánh sức mua của đồng nội tệ. Theo lý thuyết ngang giá sức mua, chênh lệch lạm phát giữa Việt Nam và Hoa Kỳ sẽ tác động đến tỷ giá, lạm phát cao làm đồng nội tệ mất giá.

• **Lãi suất (IR)**: chênh lệch lãi suất trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến luồng vốn, từ đó tác động đến cung cầu ngoại tệ.

• **Cán cân thương mại (TB)**: thặng dư thương mại làm tăng cung ngoại tệ và hỗ trợ ổn định tỷ giá; ngược lại, thâm hụt thương mại gây áp lực mất giá VND.

• **Cán cân thanh toán/Dự trữ ngoại hối (FER)**: dự trữ ngoại hối lớn giúp Ngân hàng Nhà nước (NHNN) can thiệp thị trường, duy trì ổn định tỷ giá.

• **Tăng trưởng GDP**: tăng trưởng kinh tế thúc đẩy niềm tin của nhà đầu tư và ảnh hưởng đến dòng vốn quốc tế, từ đó tác động đến tỷ giá.

• **Dòng vốn FDI/FII**: dòng vốn đầu tư trực tiếp và gián tiếp nước ngoài gia tăng sẽ làm tăng cung USD trên thị trường ngoại hối, tác động đến tỷ giá.

• **Yếu tố quốc tế (USD Index, giá dầu, khủng hoảng tài chính…)**: USD Index phản ánh sức mạnh đồng đô la trên phạm vi toàn cầu; giá dầu ảnh hưởng lớn đến cán cân thương mại của Việt Nam, quốc gia vừa xuất khẩu vừa nhập khẩu dầu thô.

Mô hình nghiên cứu dự kiến có dạng:

EXt = β0 + β1CPIt + β2IRt + β3TBt + β4FERt + β5GDPt + β6FDIt + β7INTt + εtEX_t = \beta_0 + \beta_1 CPI_t + \beta_2 IR_t + \beta_3 TB_t + \beta_4 FER_t + \beta_5 GDP_t + \beta_6 FDI_t + \beta_7 INT_t + \varepsilon_tEXt=β0+β1CPIt +β2IRt+β3TBt+β4FERt+β5GDPt+β6FDIt+β7 INTt+εt

Trong đó:

EXtEX_tEXt là tỷ giá VND/USD, INTtINT_ tINTt đại diện cho yếu tố quốc tế.

3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Nguồn dữ liệu được thu thập từ các tổ chức uy tín nhằm đảm bảo tính chính xác và minh bạch: Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), Ngân hàng Thế giới (World Bank), Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN), Tổng cục Thống kê (GSO). Dữ liệu bao gồm chuỗi thời gian giai đoạn 2005-2023, được chuẩn hóa để loại bỏ các yếu tố mùa vụ và xử lý thiếu hụt.

3.3. Phương pháp phân tích

Nghiên cứu sử dụng kết hợp các phương pháp định tính và định lượng, cụ thể:

• **Thống kê mô tả**: dùng để khái quát xu hướng biến động của tỷ giá và các biến vĩ mô liên quan trong giai đoạn nghiên cứu. Qua đó cung cấp cái nhìn trực quan về sự biến động dữ liệu.

• **Kiểm định tương quan**: nhằm xác định mức độ liên hệ tuyến tính giữa tỷ giá và các biến độc lập, từ đó đánh giá sơ bộ sự phù hợp của mô hình.

• **Mô hình hồi quy**: để ước lượng mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến tỷ giá. Tùy thuộc tính chất dữ liệu, nghiên cứu dự kiến sử dụng:

- *Hồi quy OLS (Ordinary Least Squares)* cho trường hợp dữ liệu tĩnh và không có vấn đề nội sinh.

- *Mô hình VAR (Vector Autoregression)* hoặc *VECM (Vector Error Correction Model)* để xem xét mối quan hệ động và dài hạn giữa các biến.

- *Mô hình ARDL (Autoregressive Distributed Lag)* để xử lý chuỗi dữ liệu có tích hợp bậc khác nhau (I(0) và I(1)), phù hợp với đặc điểm dữ liệu kinh tế vĩ mô của Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả dữ liệu

Trong giai đoạn 2005-2023, tỷ giá hối đoái VND/USD tại Việt Nam có xu hướng biến động theo chiều hướng tăng, phản ánh sự mất giá tương đối của đồng Việt Nam so với đô la Mỹ. Các giai đoạn biến động mạnh thường gắn liền với những cú sốc kinh tế vĩ mô và biến động quốc tế. Cụ thể, giai đoạn 2008-2009, khủng hoảng tài chính toàn cầu khiến tỷ giá tăng nhanh do nhu cầu ngoại tệ cao và áp lực rút vốn của nhà đầu tư nước ngoài. Từ 2011 đến 2015, tỷ giá duy trì xu hướng tăng ổn định, phản ánh sự điều hành linh hoạt của Ngân hàng Nhà nước. Trong giai đoạn 2016-2019, tỷ giá khá ổn định nhờ nguồn dự trữ ngoại hối dồi dào và dòng vốn FDI liên tục tăng trưởng. Tuy nhiên, từ 2020 đến 2023, đại dịch COVID-19 và biến động toàn cầu (giá dầu, USD Index tăng mạnh, xung đột địa chính trị) đã tạo ra áp lực mới khiến tỷ giá biến động mạnh trở lại.

4.2. Kết quả hồi quy và kiểm định

Kết quả hồi quy từ mô hình kinh tế lượng cho thấy:

• **Lạm phát (CPI)** có tác động dương và có ý nghĩa thống kê đến tỷ giá. Khi lạm phát trong nước tăng, đồng Việt Nam có xu hướng mất giá so với USD, phù hợp với lý thuyết ngang giá sức mua (PPP).

• **Lãi suất (IR)** thể hiện tác động ngược chiều. Khi lãi suất trong nước cao hơn lãi suất quốc tế, dòng vốn ngắn hạn có xu hướng chảy vào Việt

Nam, từ đó làm giảm áp lực lên tỷ giá. Ngược lại, khi lãi suất thấp, tỷ giá chịu áp lực tăng.

• **Cán cân thương mại (TB)** tác động tiêu cực đến tỷ giá. Thặng dư thương mại góp phần tăng cung ngoại tệ, giúp VND ổn định hơn. Thâm hụt thương mại làm tỷ giá chịu áp lực tăng.

• **Dòng vốn FDI/FII** có ảnh hưởng đáng kể đến tỷ giá, đặc biệt trong các năm vốn đầu tư nước ngoài tăng mạnh, góp phần làm giảm áp lực mất giá VND. Tuy nhiên, vốn FII thường biến động ngắn hạn nên tác động chưa bền vững.

• **Cán cân thanh toán và dự trữ ngoại hối (FER)** có vai trò quan trọng trong việc điều tiết tỷ giá. Dự trữ ngoại hối tăng cao cho phép NHNN chủ động can thiệp, giữ ổn định thị trường ngoại hối.

• **Các yếu tố quốc tế** như USD Index và giá dầu có tác động mạnh mẽ. Khi USD Index tăng, đồng USD mạnh lên trên toàn cầu, tỷ giá VND/USD cũng chịu áp lực tăng. Giá dầu biến động mạnh tác động đến cán cân thương mại của Việt Nam, từ đó gián tiếp ảnh hưởng đến tỷ giá. Ngoài ra, các cú sốc kinh tế toàn cầu (khủng hoảng 2008, COVID-19, xung đột Nga-Ukraine) đều làm tỷ giá biến động mạnh hơn.

4.3. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu phù hợp với các nghiên cứu quốc tế và trong nước trước đây, khi lạm phát, lãi suất, cán cân thương mại và dòng vốn đầu tư đều được xác định là những nhân tố chính tác động đến tỷ giá. Tuy nhiên, trong bối cảnh đặc thù của Việt Nam, vai trò điều hành của Ngân hàng Nhà nước, dự trữ ngoại hối, cùng với dòng vốn FDI ổn định đã giúp hạn chế những cú sốc lớn từ bên ngoài. Điểm khác biệt nổi bật là mức độ ảnh hưởng mạnh của các yếu tố quốc tế, phản ánh sự phụ thuộc cao của Việt Nam vào thương mại và dòng vốn quốc tế.

Như vậy, nghiên cứu chỉ ra rằng tỷ giá hối đoái tại Việt Nam chịu tác động đa chiều từ cả yếu tố trong nước và quốc tế. Chính sách điều hành cần vừa kiểm soát ổn định kinh tế vĩ mô trong nước, vừa chủ động thích ứng với biến động toàn cầu.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết luận

Nghiên cứu cho thấy tỷ giá hối đoái VND/USD tại Việt Nam chịu tác động bởi nhiều yếu tố trong và ngoài nước. Trong đó, lạm phát và chênh lệch lãi suất có ảnh hưởng đáng kể, phản ánh mối liên hệ giữa ổn định tiền tệ và sức mạnh đồng nội tệ. Cán cân thương mại và dòng vốn FDI/FII là những yếu tố quan trọng trong việc điều tiết cung - cầu ngoại tệ. Ngoài ra, dự trữ ngoại hối đóng vai trò "bộ đệm" giúp Ngân hàng Nhà nước ổn định tỷ giá trong những giai đoạn biến động mạnh. Đặc biệt, các yếu tố quốc tế như USD Index, giá dầu, hay khủng hoảng toàn cầu tác động mạnh mẽ và thường gây ra những biến động bất ngờ đối với tỷ giá.

Hàm ý chính sách

Để ổn định tỷ giá và hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp:

• Điều hành **chính sách tiền tệ - tài khóa linh hoạt**, phối hợp chặt chẽ để cân bằng giữa ổn định tỷ giá và tăng trưởng.

• **Kiểm soát lạm phát** và **ổn định lãi suất** nhằm duy trì niềm tin vào đồng nội tệ.

• **Thúc đẩy xuất khẩu** và cải thiện cán cân thương mại, hướng tới thặng dư bền vững.

• **Tăng cường dự trữ ngoại hối** và quản lý chặt chẽ dòng vốn, đặc biệt là vốn ngắn hạn dễ biến động.

• Theo dõi sát **biến động quốc tế** để có biện pháp ứng phó kịp thời, giảm thiểu tác động lan truyền từ bên ngoài.

Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu còn giới hạn về dữ liệu và phạm vi phân tích. Trong tương lai, có thể mở rộng mô hình bằng cách bổ sung thêm các biến tài chính quốc tế như tỷ giá hiệu lực thực, dòng kiều hối hoặc biến động chứng khoán toàn cầu. Đồng thời, việc áp dụng các phương pháp kinh tế lượng tiên tiến hơn như GARCH hay mô hình phi tuyến có thể giúp kết quả phân tích chính xác và toàn diện hơn.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn, V. C. (2019). Các yếu tố vĩ mô ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái tại Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng, 12(2), 45-53.

Phạm, T. H., & Lê, M. T. (2020). Lạm phát, lãi suất và tỷ giá: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế & Phát triển, 267(4), 23-32.

International Monetary Fund (IMF). (2021). Vietnam: 2021 Article IV Consultation-Press Release; Staff Report. IMF Country Report No. 21/51. Washington, D.C.: IMF.

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2018). Macroeconomics (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

World Bank. (2022). Vietnam Development Report 2022: Navigating the Challenges of Exchange Rate Management. Washington, D.C.: The World Bank.

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN RỦI RO TÀI CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Lê Hồng Thái* - Cù Nguyễn Hà Trang* - Dương Thị Thuỳ**

Nghiên cứu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2019-2023. Sử dụng dữ liệu từ 75 doanh nghiệp trong danh sách VN100, kết quả nghiên cứu cho thấy vòng quay hàng tồn kho, vòng quay tài sản cố định, khả năng sinh lời trên doanh thu và hệ số vốn cố định giúp giảm rủi ro tài chính. Trong khi đó, cơ cấu nợ, hệ số thanh toán ngắn hạn, vòng quay tổng tài sản, vòng quay khoản phải thu, hệ số tự tài trợ và quy mô doanh nghiệp không có tác động đáng kể. Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở khoa học giúp doanh nghiệp và nhà quản lý tối ưu chiến lược tài chính thông qua đề xuất các giải pháp quản trị rủi ro như nâng cao nhận diện rủi ro, lập kế hoạch tài chính hiệu quả và quản lý dòng tiền.

• Từ khóa: *rủi ro tài chính, doanh nghiệp niêm yết, thị trường chứng khoán Việt Nam.*

The study analyzes the factors influencing the financial risk of listed companies on the Vietnamese stock market during the period 2019-2023. Using data from 75 companies in the VN100 index, the findings indicate that inventory turnover, fixed asset turnover, return on sales, and the fixed asset ratio help reduce financial risk. Meanwhile, debt structure, current ratio, total asset turnover, accounts receivable turnover, equity ratio, and firm size do not have a significant impact. The research provides a scientific basis for businesses and managers to optimize financial strategies by proposing risk management solutions, such as enhancing risk identification, developing effective financial planning, and managing cash flow efficiently.

• Key words: *financial risk, listed companies, Vietnamese stock market.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 27/02/2026
Ngày duyệt đăng: 16/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.29

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu ngày càng biến động, rủi ro tài chính trở thành một vấn đề quan trọng đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán. Tại Việt Nam, thị trường chứng khoán đang trên đà phát triển mạnh mẽ, nhưng cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro do sự biến động của các yếu tố kinh tế vĩ mô như lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái, cũng như các đặc điểm nội tại của doanh nghiệp như cấu trúc vốn, hiệu suất hoạt động và khả năng thanh toán.

Nhiều nghiên cứu đã được thực hiện nhằm kiểm định mối quan hệ giữa các yếu tố kinh tế vĩ mô và rủi ro tài chính trong các bối cảnh quốc gia và mô hình kinh tế khác nhau. Ví dụ, trong khi Rohiman và Damayanti (2019) cho rằng tỷ giá hối đoái có tác động đáng kể đến rủi ro tài chính, Dewi và cộng sự (2023) khẳng định rằng lạm phát có thể được sử dụng để dự báo rủi ro tài chính.

Ngoài ra, các chỉ số tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc phản ánh hiệu quả tài chính của doanh nghiệp và có thể được đo lường thông qua các chỉ tiêu như khả năng sinh lời, khả năng thanh toán, đòn bẩy tài chính, hiệu suất hoạt động,… Thông thường, một doanh nghiệp có kết quả tài chính tốt sẽ đối mặt với rủi ro tài chính thấp hơn. Tùy theo cách tiếp cận của từng nghiên cứu, rủi ro tài chính có thể được đo lường bằng các phương pháp khác nhau. Kinyua & cộng sự (2015) sử dụng chỉ số thanh toán ngắn hạn để đánh giá rủi ro tài chính của doanh nghiệp, trong khi các yếu tố quản trị công ty cũng được sử dụng để đánh giá rủi ro tài chính (Li & cộng sự, 2021).

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Vũ Thị Hậu (2017) chỉ ra rằng các yếu tố như khả năng thanh

** Trường ĐH Kinh tế - ĐHQGHN; email: thailh@vnu.edu.vn - trangcnh@vnu.edu.vn*
*** Sinh viên Trường ĐH Kinh tế - ĐHQGHN*

toán, vòng quay hàng tồn kho, hệ số tự tài trợ và hệ số vốn cố định có tác động tiêu cực đến rủi ro tài chính. Ngược lại, các chỉ tiêu như hệ số nợ ngắn hạn trên nợ dài hạn, hệ số sinh lời của doanh thu, hệ số sinh lời của tổng tài sản, vòng quay tài sản cố định, vòng quay tổng tài sản và vòng quay các khoản phải thu không có ảnh hưởng đáng kể đến rủi ro tài chính.

Một số nghiên cứu trong nước trước đây chỉ tập trung vào các ngành đặc thù như công nghiệp, nhựa, du lịch và bất động sản, chưa bao quát được toàn bộ các doanh nghiệp niêm yết. Chẳng hạn, Trần Phương Thảo (2022) đã sử dụng phương pháp hồi quy hiệu ứng cố định (FEM) để đánh giá mối quan hệ giữa rủi ro tài chính và các chỉ số như hệ số thanh toán ngắn hạn, hệ số khả năng sinh lời. Tuy nhiên, mẫu nghiên cứu chỉ giới hạn ở 14 doanh nghiệp thuộc ba nhóm nhựa bao bì xây dựng, nhựa bao bì mềm và nhựa bao bì thực phẩm. Ngoài ra, nghiên cứu của Võ Minh Long (2020) đã làm rõ mức độ ảnh hưởng của các biến tài chính như hệ số thanh toán ngắn hạn, vòng quay hàng tồn kho và tỷ số tự tài trợ đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp bất động sản. Tuy nhiên, nghiên cứu này chỉ tập trung vào các doanh nghiệp niêm yết trên sàn HOSE trong giai đoạn 2012-2018.

Như vậy, mặc dù rủi ro tài chính đã được nghiên cứu rộng rãi trên thế giới, số lượng nghiên cứu tại Việt Nam vẫn còn hạn chế và chủ yếu tập trung vào từng ngành nghề cụ thể. Hầu hết các nghiên cứu trước đây chỉ xem xét một số biến số tài chính mà chưa có cách tiếp cận toàn diện nhằm đánh giá đầy đủ các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp niêm yết. Trong khi đó, đặc điểm của thị trường chứng khoán Việt Nam có nhiều khác biệt so với các thị trường phát triển, đòi hỏi một nghiên cứu mang tính đặc thù để xác định rõ các yếu tố tác động và mức độ ảnh hưởng của chúng.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2019-2023. Kết quả nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa đối với các nhà quản trị doanh nghiệp mà còn cung cấp cơ sở tham khảo quan trọng cho các nhà đầu tư, cơ quan quản lý và các bên liên quan trong việc hoạch định chính sách tài chính và quản trị rủi ro hiệu quả hơn.

2. Mô hình đánh giá tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam

2.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên nền tảng lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm trước đây, nghiên cứu này áp dụng mô hình đề xuất bởi Alexander Bathory (Bathory, 1984) để đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Rủi ro tài chính của doanh nghiệp được đo lường thông qua chỉ số (Financial Risk Index), phản ánh mức độ ổn định tài chính của doanh nghiệp. Giá trị càng cao cho thấy doanh nghiệp có nền tảng tài chính vững chắc, rủi ro tài chính càng thấp, và ngược lại.

Mô hình đo lường rủi ro tài chính được xác định như sau:

$$FR_{it} = SZL_{it} + SY_{it} + GL_{it} + YF_{it} + YZ_{it}$$

Trong đó:

SZL_{it} = (Lợi nhuận trước thuế + Khấu hao tài sản cố định + Thuế thu nhập hoãn lại) / Nợ ngắn hạn

SY_{it} = Lợi nhuận trước thuế / Tổng nguồn vốn

GL_{it} = Vốn chủ sở hữu / Nợ ngắn hạn

YF_{it} = Giá trị còn lại của tài sản cố định / Tổng nợ phải trả

YZ_{it} = Vốn lưu động / Tổng tài sản

Sử dụng giá trị R_{it} tạo ra từ mô hình của Alexander Bathory, mô hình đánh giá tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam được đề xuất như sau:

$$FR_{it} = \beta_0 + \beta_1 DS_{it} + \beta_2 CR_{it} + \beta_3 IT_{it} + \beta_4 FAT_{it} + \beta_5 TAT_{it} + \beta_6 RT_{it} + \beta_7 ROS_{it} + \beta_8 ES_{it} + \beta_9 FAS_{it} + \beta_{10} SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó: FR_{it} biểu thị rủi ro tài chính của doanh nghiệp i trong năm t. Định nghĩa và nguồn tham khảo của các biến độc lập và kiểm soát trong mô hình được mô tả chi tiết trong Bảng 1.

Bảng 1. Mô tả các biến sử dụng trong mô hình nghiên cứu

Ký hiệu	Tên biến	Mô tả	Nguồn tham khảo
Biến phụ thuộc			
FR	Rủi ro tài chính	$FR_{it} = SZL_{it} + SY_{it} + GL_{it} + YF_{it} + YZ_{it}$	Fu và cộng sự (2012); Bhunia & Mukhati (2012); Vũ Thị Hậu (2017)

Ký hiệu	Tên biến	Mô tả	Nguồn tham khảo
Biến độc lập			
DS	Cơ cấu nợ	Nợ ngắn hạn/Tổng nợ phải trả	
CR	Hệ số thanh toán ngắn hạn	Tài sản ngắn hạn/Nợ ngắn hạn	
IT	Vòng quay hàng tồn kho	Giá vốn hàng bán/Hàng tồn kho bình quân	
FAT	Vòng quay tài sản cố định	Doanh thu thuần/Tài sản cố	
TAT	Vòng quay tổng tài sản	Doanh thu thuần/Tổng tài sản bình quân	
RT	Vòng quay khoản phải thu	Doanh thu thuần/Khoản phải thu bình quân	
ROS	Hệ số sinh lời của doanh thu	Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu thuần	
ES	Hệ số tự tài trợ	Vốn chủ sở hữu/Tổng tài sản	
FAS	Hệ số vốn cố định	Giá trị còn lại của tài sản cố định/Tổng tài sản	
Biến kiểm soát			
SIZE	Quy mô doanh nghiệp	Ln (Tổng tài sản)	Dirman (2020)

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp.

2.2. Dữ liệu nghiên cứu

Dựa trên tổng thể các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, nghiên cứu này lựa chọn 100 doanh nghiệp thuộc danh mục VN100, đáp ứng đồng thời các tiêu chí sau: (i) Không thuộc nhóm ngân hàng và các định chế tài chính; (ii) Cổ phiếu được niêm yết trên thị trường tính đến cuối năm tài chính 2023; (iii) Có đầy đủ báo cáo tài chính trong giai đoạn 2019-2023; và (iv) Báo cáo tài chính đã được kiểm toán với ý kiến chấp nhận về tính hợp lý và trung thực theo nguyên tắc trọng yếu. Sau quá trình sàng lọc, mẫu nghiên cứu chính thức bao gồm 75 doanh nghiệp. Dữ liệu tài chính của các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu được thu thập từ VN100 thông qua Hệ thống FinPro.

Kết quả thống kê mô tả tại Bảng 2 cho thấy rủi ro tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam có sự biến động đáng kể, với giá trị trung bình 3.49, dao động từ 0.22 đến 32.74, phản ánh sự chênh lệch lớn giữa các doanh nghiệp. Hệ số thanh toán hiện hành (CR) trung bình 1.93, cho thấy hầu hết doanh nghiệp có đủ tài sản ngắn hạn để chi trả các khoản nợ ngắn hạn. Các hệ số vòng quay tài sản (IT, FAT, TAT, RT) cũng có sự khác biệt đáng kể, cho thấy mức độ quản lý tài sản không đồng đều. Biến kiểm soát cũng có sự chênh lệch lớn với quy mô doanh nghiệp (SIZE) dao động từ 27.7 đến 34.13, phản ánh sự khác biệt về tổng tài sản.

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

Variable	Obs	Mean	SD	Min	Max
FRit	375	3.485098	3.344157	0.2204786	32.73896
DS	375	0.709149	0.2390978	0.1120928	1
CR	375	1.932267	1.222426	0.2268231	8.508374
IT	372	-461.9555	6427.33	-109447	-0.0186461
FAT	375	15.54057	39.89957	0.0634788	353.3022
TAT	375	0.7860151	0.7538524	0.0281257	4.58023
RT	375	8.475724	14.6436	0.0842737	114.6531
ROS	375	0.1556517	0.1921431	-0.9196453	1.659039
ES	375	0.4967963	0.1826744	0.1006733	0.9356855
FAS	375	0.225279	0.1939144	0.0012587	0.9120616
SIZE	375	30.40777	1.154106	27.70173	34.13479

Nguồn: Tổng hợp từ Stata 17

2.3. Kết quả nghiên cứu

Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng với mẫu nghiên cứu gồm dữ liệu chuỗi thời gian trong giai đoạn từ năm 2019 đến năm 2023, và dữ liệu chéo giữa 75 doanh nghiệp. Kiểm định Hausman được sử dụng và kết quả cho thấy phương pháp hồi quy hiệu ứng cố định (FEM) phù hợp hơn phương pháp hồi quy hiệu ứng ngẫu nhiên (REM). Kiểm định Wald test, Breusch and Pagan Lagragian và kiểm định FGLS được dùng để kiểm tra tính vững cho các kết quả, giảm hiện tượng tương quan và sai số của các biến trong mô hình. Kết quả hồi quy ước lượng theo phương pháp hiệu ứng cố định hai chiều (hiệu ứng cố định của doanh nghiệp và hiệu ứng cố định của thời gian) được trình bày trong Bảng 4.

Bảng 4. Kết quả mô hình hồi quy hiệu ứng cố định

Biến độc lập	Hệ số hồi quy
DS	0.246 (0.25)
CR	-0.111 (-0.66)
IT	0.0002*** (72.91)
FAT	0.005*** (3.07)
TAT	0.419 (1.34)
RT	0.021 (0.81)
ROS	1.014*** (3.08)
ES	-0.011 (-0.01)
FAS	4.597** (2.10)
SIZE	0.556 (1.63)
Hằng số	-15.101 (-1.47)

*Các ký hiệu ***, **, * tương ứng với giá trị p-value 1%, 5%, 10%.*

Nguồn: Tổng hợp từ Stata 17

Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến vòng quay hàng tồn kho (IT), vòng quay tài sản cố định (FAT), khả năng sinh lời trên doanh thu (ROS), và hệ số vốn cố định (FAS) đều có mối quan hệ cùng chiều và có ý nghĩa thống kê với biến phụ thuộc - rủi ro tài chính (FR).

Cụ thể, doanh nghiệp có vòng quay hàng tồn kho cao sẽ giảm rủi ro tài chính nhờ cải thiện tốc độ tiêu thụ hàng hóa, hạn chế chi phí lưu kho và tối ưu dòng tiền. FAT có hệ số hồi quy dương, phản ánh hiệu quả sử dụng tài sản cố định giúp giảm rủi ro tài chính. Kết quả này trái ngược với Bhunia & cộng sự (2012). Đối với ROS, khả năng sinh lời cao giúp tăng vốn chủ sở hữu và cải thiện khả năng thanh toán, qua đó giảm rủi ro tài chính. Kết quả này tương đồng với Fu & cộng sự (2012) và Bhunia & cộng sự (2012), nhưng trái ngược với Vũ Thị Hậu (2017). Cuối cùng, hệ số hồi quy dương của FAS phản ánh việc mở rộng đầu tư vào tài sản cố định giúp doanh nghiệp tối ưu hoạt động sản xuất, từ đó giảm rủi ro tài chính. Kết quả này phù hợp với Fu & cộng sự (2012), Bhunia & cộng sự (2012) và lý thuyết cấu trúc tài sản tối ưu.

Ngoài 4 biến kể trên, hệ số hồi quy của các biến còn lại đều không có ý nghĩa thống kê, ám chỉ rằng cơ cấu nợ (DS), hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn (CR), vòng quay tổng tài sản (TAT), vòng quay khoản phải thu (RT), hệ số tự tài trợ (ES) và quy mô doanh nghiệp (SIZE) đều không có mối quan hệ tuyến tính với rủi ro tài chính. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Bhunia & Mukhuti (2012).

3. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu này đã phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2019-2023. Sử dụng dữ liệu từ 75 doanh nghiệp VN100 và phương pháp hồi quy hiệu ứng cố định, kết quả cho thấy vòng quay hàng tồn kho, vòng quay tài sản cố định, khả năng sinh lời trên doanh thu và hệ số vốn cố định có mối quan hệ cùng chiều với sự ổn định tài chính, tức giúp giảm rủi ro tài chính.

Trên cơ sở các kết quả này, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp giúp doanh nghiệp quản trị rủi ro tài chính hiệu quả hơn.

Thứ nhất, doanh nghiệp cần nâng cao khả năng nhận diện rủi ro tài chính. Hiện nay, doanh nghiệp chủ yếu nhận diện rủi ro dựa trên dữ liệu quá khứ, phương pháp này còn nhiều hạn chế. Doanh nghiệp cần xây dựng quy trình nhận diện rủi ro thông qua phân tích hoạt động kinh doanh và môi trường vĩ mô. Quá trình này bao gồm phát hiện, phân tích và xác định rủi ro theo mức độ ưu tiên.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần xây dựng các kịch bản ứng phó với biến động tài chính, xác định nhu cầu vốn, dự báo kết quả kinh doanh và chuẩn bị các biện pháp phòng ngừa rủi ro. Kế hoạch tài chính cần tính toán các yếu tố như cơ cấu vốn, chính sách bán hàng, biến động giá nguyên liệu, tỷ giá và lãi suất. Việc giám sát dòng tiền, cập nhật báo cáo tài chính, và theo dõi biến động thị trường sẽ giúp doanh nghiệp kiểm soát rủi ro hiệu quả.

Thứ ba, việc nâng cao năng lực quản trị dòng tiền là cần thiết. Doanh nghiệp cần đầu tư đào tạo chuyên sâu cho cán bộ tài chính, ứng dụng công nghệ vào quản lý dòng tiền, tối ưu hóa hàng tồn kho và cập nhật dự báo dòng tiền thường xuyên. Điều này giúp đảm bảo thanh khoản, duy trì hoạt động ổn định và hạn chế rủi ro tài chính phát sinh.

Tài liệu tham khảo:

Bathory, A. (1984). Predicting corporate collapse: Credit analysis in the determination and forecasting of insolvent companies. Financial Times Business Information.

Bhunia, A., & Mukhuti, S. (2012). Financial risk measurement of small and medium-sized companies listed in Bombay Stock Exchange. International Journal of Advances in Management and Economics, 1(3), 27-34.

Dirman, A. (2020). Financial distress: the impacts of profitability, liquidity, leverage, firm size, and free cash flow. International Journal of Business, Economics and Law, 22(1), 17-25.

Fu, G., Fu, W., & Liu, D. (2012). Empirical study on financial risk factors: Capital structure, operation ability, profitability, and solvency - Evidence from listed companies in China. Journal of Business Management and Economics, 3(5), 173-178.

Kinyua, J. K., Gakure, R., Gekara, M., & Orwa, G. (2015). Effect of risk management on the financial performance of companies quoted In the Nairobi Securities Exchange. International Journal of Business & Law Research, 3(4), 26-42.

Li, Z., Crook, J., Andreeva, G., & Tang, Y. (2021). Predicting the risk of financial distress using corporate governance measures. Pacific-Basin Finance Journal, 68, 101334.

Rohiman, S. F., & Damayanti, C. R. (2019). Effect of Inflation, Exchange Rates and Interest Rates on Financial Distress. Journal of Business and Administration, 72(2), 186-195.

Trần Phương Thảo, 2022, Ứng dụng mô hình kinh tế lượng trong phân tích tài chính - Nghiên cứu đo lường rủi ro tài chính tại các doanh nghiệp nhựa niêm yết tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Mở Hà Nội, 92, 65-76..

Võ Minh Long, 2020, Một số nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính - Nghiên cứu doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HSX). Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, 15(2), 88-100.

Vũ Thị Hậu, 2017, Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro tài chính của các công ty niêm yết ngành Bất động sản tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 240, 86-93.

RỦI RO BIẾN ĐỘNG GIÁ HÀNG HÓA VÀ KHẢ NĂNG CHỐNG CHỊU TÀI CHÍNH: BẰNG CHỨNG TỪ THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ VÀ HÀM Ý ĐỐI VỚI TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN TẠI VIỆT NAM

TS. Nguyễn Thị Hà Thanh* - ThS. Nguyễn Thị Thanh Tâm - PGS.TS. Phan Trần Trung Dũng*****

Bài viết phân tích rủi ro biến động giá hàng hóa và khả năng chống chịu tài chính trong bối cảnh tài chính toàn diện tại Việt Nam, với thị trường cà phê làm trường hợp nghiên cứu. Kết quả chỉ ra biến động giá mang tính cấu trúc và lặp lại trong dài hạn và là đặc điểm phổ biến ở nhiều mặt hàng xuất khẩu như cà phê, cao su và gạo. Dữ liệu Global Findex cho thấy tiếp cận tài chính tại Việt Nam đã cải thiện, nhưng khả năng chống chịu cú sốc thu nhập vẫn hạn chế. Từ đó, nghiên cứu rút ra hàm ý chính sách về tài chính toàn diện, với phái sinh hàng hóa là công cụ quản lý rủi ro thu nhập tiềm năng trong điều kiện phù hợp.

• Từ khóa: *rủi ro biến động giá; cà phê; phái sinh hàng hóa; tài chính toàn diện; Việt Nam.*

The article analyzes the risk of commodity price volatility and financial resilience in the context of financial inclusion in Vietnam, with the coffee market as the research case. The results point out that price volatility is structural, recurs in the long run, and is a common characteristic of several export commodities such as coffee, rubber, and rice. Global Findex data show that financial access in Vietnam has improved, but resilience to income shocks remains limited. From this, the study draws policy implications for financial inclusion, with commodity derivatives as a potential tool for income risk management under appropriate conditions.

• Key words: *price volatility risk; coffee; commodity derivatives; financial inclusion; Vietnam.*

Ngày nhận bài: 10/10/2025
Ngày gửi phản biện: 31/01/2026
Ngày duyệt đăng: 17/02/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.30

1. Giới thiệu

Biến động giá hàng hóa là rủi ro quan trọng đối với thu nhập và sinh kế tại các nền kinh tế đang phát triển, đặc biệt ở những quốc gia phụ thuộc lớn vào xuất khẩu nông sản và nguyên liệu thô. Nghiên cứu về thị trường hàng hóa cho thấy giá quốc tế của các mặt hàng này thường xuyên chịu tác động từ các cú sốc cung - cầu, chu kỳ kinh tế và các yếu tố vĩ mô toàn cầu, khiến thu nhập gắn với sản xuất hàng hóa kém ổn định trong dài hạn (Carter, 2017). Rủi ro biến động giá vì vậy không chỉ là vấn đề của thị trường, mà còn đặt ra thách thức đáng kể đối với khả năng chống chịu tài chính của các hộ gia đình và các tác nhân kinh tế liên quan.

Trong lý thuyết và thực tiễn quản lý rủi ro, phái sinh hàng hóa là công cụ quan trọng để phòng ngừa rủi ro biến động giá bằng cách cố định hoặc giới hạn mức giá trong tương lai. Việc sử dụng phái sinh có thể làm giảm bất định của dòng thu nhập, dù hiệu quả phụ thuộc vào đặc điểm thị trường và cấu trúc chi phí của từng ngành hàng (Ghoddusi, 2023). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào doanh nghiệp hoặc tác nhân tài chính, trong khi vai trò của phái sinh hàng hóa đối với khả năng chống chịu tài chính ở cấp hộ gia đình hoặc khu vực sản xuất còn ít được xem xét. Song song với đó, tài chính toàn diện đã trở thành trọng tâm chính sách tại nhiều quốc gia đang phát triển, bao gồm Việt Nam nhằm mở rộng tiếp cận các dịch vụ tài chính chính thức. Dòng nghiên cứu liên quan chủ yếu nhấn mạnh vai trò của tài khoản, tiết kiệm và tín dụng trong cải thiện phúc lợi và giảm mức độ dễ tổn thương trước các cú sốc kinh tế (Demirgüç-Kunt và cộng sự, 2018). Tuy nhiên, các bằng chứng cũng cho thấy mở rộng tiếp cận tài chính không đồng nghĩa với việc nâng cao năng lực quản lý rủi ro, đặc biệt đối với rủi ro xuất phát từ biến động giá thị trường (Klapper & Singer, 2017). Trong bối cảnh đó, tồn tại khoảng trống nghiên cứu giữa các nghiên cứu về phái sinh hàng hóa tập trung vào quản lý rủi ro giá và các nghiên cứu về tài chính toàn diện tập trung vào tiếp cận dịch vụ tài chính. Mối liên hệ giữa rủi ro biến động giá hàng hóa và khả năng chống chịu tài chính trong khuôn khổ tài chính

** Trường Đại học Ngoại thương; email: thanh.nth@ftu.edu.vn*
*** Trường Kinh tế - Đại học Bách Khoa Hà Nội*

toàn diện, đặc biệt tại các nền kinh tế đang phát triển, vẫn chưa được làm rõ. Nghiên cứu này góp phần thu hẹp khoảng trống đó, với cà phê được lựa chọn làm trường hợp phân tích trung tâm do vị thế nổi bật của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt ở phân khúc Robusta do Việt Nam là nước sản xuất Robusta lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 40% sản lượng toàn cầu và gắn với khoảng 640.000 nông hộ (FAO, 2006; ICO, 2023).

Ở góc độ sản xuất, ngành cà phê Việt Nam có quy mô lớn và gắn chặt với sinh kế nông thôn, với diện tích trồng duy trì quanh 640-650 nghìn ha và sản lượng hàng năm khoảng 1,6-1,8 triệu tấn tập trung chủ yếu ở khu vực Tây Nguyên (MARD, 2022; GSO, 2023). Sự tham gia của số lượng lớn các nông hộ quy mô nhỏ khiến thu nhập của một bộ phận đáng kể dân cư nông thôn phụ thuộc trực tiếp vào diễn biến của thị trường cà phê. Tầm quan trọng của cà phê thể hiện qua quy mô thương mại quốc tế lớn và độ mở cao, với xuất khẩu thường xuyên trên 1,5 triệu tấn mỗi năm và mức độ phụ thuộc lớn vào biến động giá quốc tế (GSO, 2023). Trong khi các cơ chế phòng ngừa rủi ro giá, đặc biệt đối với tác nhân quy mô nhỏ, vẫn còn hạn chế, các cú sốc giá cà phê thế giới dễ dàng truyền dẫn vào thu nhập trong nước (ICO, 2023). Vì vậy, việc lựa chọn cà phê làm trường hợp phân tích cho phép làm rõ mối liên hệ giữa rủi ro biến động giá hàng hóa và khả năng chống chịu tài chính trong một ngành hàng có quy mô lớn và mức độ hội nhập cao.

Bên cạnh việc xem xét động thái dài hạn của giá cà phê trên thị trường quốc tế, nghiên cứu mở rộng phân tích sang một số hàng hóa xuất khẩu chủ lực khác nhằm cho thấy rủi ro biến động giá không phải là hiện tượng riêng biệt của một mặt hàng. Trên cơ sở đó, bài viết thảo luận hàm ý đối với việc xem xét phái sinh hàng hóa như một công cụ tiềm năng có thể bổ trợ cho khung tài chính toàn diện tại Việt Nam

2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng ba nhóm dữ liệu chính nhằm phân tích rủi ro biến động giá hàng hóa và khả năng chống chịu tài chính trong bối cảnh tài chính toàn diện tại Việt Nam.

Thứ nhất, dữ liệu giá hàng hóa được thu thập từ bộ *Commodity Price Data (Pink Sheet)* do World Bank công bố. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu giá theo tháng của cà phê Arabica và cà phê Robusta trên thị trường quốc tế trong giai đoạn dài hạn. Để mở rộng phạm vi phân tích và kiểm tra tính phổ quát của rủi ro biến động giá, nghiên cứu bổ sung dữ liệu giá của một số hàng hóa xuất khẩu chủ lực khác của Việt Nam, bao gồm cao su tự nhiên và gạo, được lấy từ cùng nguồn dữ liệu và cùng tần suất theo tháng.

Thứ hai, dữ liệu về tài chính toàn diện và khả năng chống chịu tài chính được lấy từ *Global Findex Database* của World Bank. Các chỉ số được sử dụng trong nghiên cứu bao gồm tỷ lệ người trưởng thành sở hữu tài khoản tại các tổ chức tài chính chính thức, tỷ lệ vay vốn, và khả năng xoay xở khi hộ gia đình mất nguồn thu nhập chính trong thời gian ngắn. Các chỉ số này phản ánh mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính cũng như năng lực ứng phó trước các cú sốc thu nhập ở cấp độ hộ gia đình.

Thứ ba, nghiên cứu sử dụng một số thông tin bối cảnh về vai trò của các mặt hàng xuất khẩu trong nền kinh tế Việt Nam nhằm hỗ trợ diễn giải kết quả phân tích. Các thông tin này nhằm làm rõ ý nghĩa kinh tế của rủi ro biến động giá đối với thu nhập và sinh kế gắn với các ngành hàng xuất khẩu.

2.2. Phương pháp đo lường rủi ro biến động giá

Rủi ro biến động giá hàng hóa được đo lường bằng độ lệch chuẩn trượt 12 tháng của giá hàng hóa theo tháng. Cụ thể, tại mỗi thời điểm, độ biến động giá được tính là độ lệch chuẩn của chuỗi giá trong 12 tháng gần nhất. Cách tiếp cận này cho phép phản ánh mức độ biến động giá trong trung hạn, phù hợp với đặc điểm chu kỳ sản xuất nông nghiệp và tránh việc quá nhạy cảm với các cú sốc ngắn hạn trong từng tháng.

Việc sử dụng độ lệch chuẩn trượt giúp làm rõ tính chất động của rủi ro biến động giá theo thời gian, đồng thời cho phép nhận diện các giai đoạn biến động mạnh kéo dài. Nghiên cứu không sử dụng các thước đo dựa trên lợi suất hay các phương pháp mô hình hóa biến động phức tạp, do mục tiêu của bài viết là mô tả đặc điểm rủi ro giá và thảo luận cơ chế kinh tế, thay vì kiểm định nhân quả hay dự báo.

Đối với cà phê, độ biến động giá được phân tích chi tiết thông qua cả hình ảnh minh họa động thái giá và độ biến động theo thời gian. Đối với các hàng hóa xuất khẩu khác, nghiên cứu xem xét phân phối của độ lệch chuẩn trượt 12 tháng, bao gồm các chỉ tiêu như giá trị trung vị, các phân vị cao và giá trị cực đại, nhằm đánh giá mức độ phổ biến và tính lặp lại của rủi ro biến động giá.

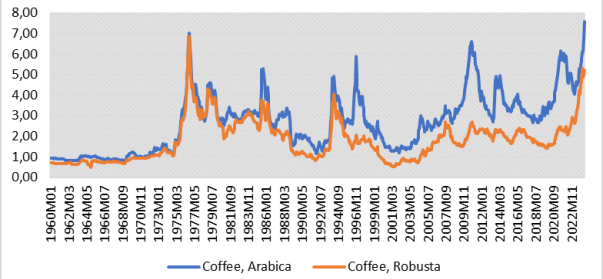
Các kết quả về biến động giá hàng hóa được đặt trong mối liên hệ với các chỉ số tài chính toàn diện nhằm thảo luận khả năng chống chịu tài chính trước các cú sốc thu nhập.

3. Phân tích kết quả nghiên cứu

3.1. Xu hướng dài hạn và các giai đoạn biến động đáng chú ý của giá cà phê

Hình 1 trình bày diễn biến giá cà phê Arabica và Robusta trên thị trường thế giới trong dài hạn. Hai chuỗi giá thể hiện mức độ đồng biến cao, với hệ số tương quan toàn mẫu khoảng 0,815, phản ánh vai trò chi phối của các yếu tố cung - cầu chung trên thị trường cà phê toàn cầu. Tuy nhiên, trong khi Arabica thường duy trì mức giá cao hơn, giá Robusta vẫn thể hiện các chu kỳ biến động lớn và kéo dài. Xét theo diễn biến dài hạn, giá Robusta không vận động theo một xu hướng ổn định mà trải qua nhiều pha tăng mạnh xen kẽ với các giai đoạn điều chỉnh sâu.

Hình 1: Diễn biến giá cà phê dài hạn trên thị trường thế giới



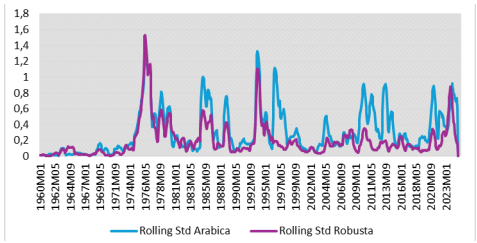
Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ số liệu của World Bank

Cuối thập niên 1970 là giai đoạn biến động đặc biệt mạnh, khi giá Robusta tăng đột biến và đạt đỉnh vào tháng 4 năm 1977 ở mức 6,8835 USD/kg, gần bằng giá Arabica, phản ánh cú sốc cung nghiêm trọng trên thị trường cà phê thế giới. Trong các chu kỳ sau, giá Robusta tiếp tục ghi nhận các đợt tăng lớn và kéo dài như vào giữa thập niên 1980 và đạt 4,0297 USD/kg năm 1994. Các pha tăng này không chỉ mang tính ngắn hạn mà thường kéo dài trong nhiều tháng, cho thấy rủi ro giá Robusta có tính chu kỳ rõ rệt và có khả năng ảnh hưởng liên tục đến thu nhập gắn với sản xuất và xuất khẩu. Giai đoạn 2010-2012 chứng kiến giá Arabica tăng mạnh, trong khi Robusta cũng tăng nhưng với biên độ thấp hơn, đạt mức khoảng 2,6892 USD/kg, phản ánh sự biến động theo thời gian của chênh lệch giá giữa hai chủng loại và cho thấy rủi ro giá Robusta gắn với cả xu hướng chung và cấu trúc giá tương đối của thị trường cà phê. Giai đoạn 2021-2024 chứng kiến một pha tăng mới của giá Robusta với mặt bằng giá cao kéo dài, đạt đỉnh vào tháng 9 năm 2024 ở mức 5,3303 USD/kg. Các kết quả từ hình 1 thể hiện giá cà phê Robusta mang tính chu kỳ rõ rệt, với các giai đoạn biến động mạnh lặp lại trong dài hạn và các pha giá cao kéo dài theo thời gian. Mặc dù Robusta thường có mức giá thấp hơn Arabica, biên độ và tính chất biến động của giá vẫn đủ lớn để tạo ra rủi ro thu nhập đáng kể. Những đặc điểm này cung cấp nền tảng thực nghiệm quan trọng để tiếp tục phân tích mức độ và cấu trúc của rủi ro giá cà phê thông qua các thước đo biến động, được trình bày trong phần tiếp theo.

3.2. Rủi ro biến động giá cà phê qua độ lệch chuẩn trượt 12 tháng

Hình 2 trình bày độ lệch chuẩn trượt 12 tháng của giá cà phê Arabica và Robusta, phản ánh mức độ biến động giá trong trung hạn. So với diễn biến giá tuyệt đối, thước đo này cho phép nhận diện rõ hơn cấu trúc rủi ro theo thời gian, đặc biệt là sự xuất hiện của các giai đoạn biến động cao kéo dài. Kết quả này tiếp tục khẳng định rằng rủi ro giá cà phê không phân bố đều mà có xu hướng tập trung thành các "cụm biến động", trong đó Robusta thể hiện các pha biến động mạnh và dai dẳng. Xét toàn bộ giai đoạn nghiên cứu, độ lệch chuẩn trượt của Robusta ở mức thấp khi thị trường ổn định nhưng tăng mạnh trong các pha căng thẳng, đặc biệt là cuối thập niên 1970, khi mức biến động cao kéo dài nhiều tháng và phản ánh bất ổn mang tính trung hạn. Các giai đoạn biến động cao tiếp tục xuất hiện vào giữa thập niên 1980, đầu-giữa thập niên 1990 và giai đoạn 2021-2024, cho thấy rủi ro giá Robusta có tính chu kỳ và kéo dài, làm gia tăng bất định đối với thu nhập từ sản xuất và xuất khẩu. So sánh với Arabica cho thấy cả hai chủng loại đều chịu các pha biến động mạnh, và Robusta không thể hiện mức độ ổn định vượt trội một cách nhất quán, phản ánh sự phơi nhiễm đáng kể trước các cú sốc chung của thị trường cà phê thế giới.

Hình 2: Biến động giá trên thị trường cà phê thế giới: độ lệch chuẩn trượt 12 tháng



Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ số liệu của World Bank

Hình 2, nhìn từ góc độ của rủi ro, chỉ ra rằng rủi ro biến động giá cà phê Robusta mang tính chu kỳ, kéo dài và lặp lại theo thời gian, thay vì chỉ xuất hiện dưới dạng các cú sốc ngắn hạn. Đặc điểm này làm gia tăng mức độ bất định của thu nhập gắn với sản xuất và xuất khẩu Robusta, qua đó nhấn mạnh nhu cầu về các cơ chế quản lý rủi ro hiệu quả hơn. Những kết quả này tạo nền tảng trực tiếp để tiếp tục xem xét mức độ

phổ biến của rủi ro biến động giá đối với các hàng hóa xuất khẩu khác, cũng như để thảo luận vai trò tiềm năng của các công cụ phòng ngừa rủi ro trong khuôn khổ tài chính toàn diện ở phần tiếp theo.

3.3. Phân phối rủi ro biến động giá của một số hàng hóa xuất khẩu

Bảng 1 trình bày phân phối của độ lệch chuẩn trượt 12 tháng đối với một số hàng hóa xuất khẩu chủ lực, bao gồm cà phê Arabica, cà phê Robusta, gạo và cao su. Cách tiếp cận này cho phép đánh giá rủi ro biến động giá dựa trên toàn bộ giai đoạn quan sát, qua đó làm rõ mức độ phổ biến và tính lặp lại của rủi ro.

Kết quả cho thấy độ lệch chuẩn trượt của tất cả các mặt hàng đều có trung vị khác không, phản ánh biến động giá là trạng thái thường xuyên. Sự chênh lệch lớn giữa trung vị và các phân vị cao cho thấy rủi ro giá phân bố không đều theo thời gian mà tập trung trong các giai đoạn biến động mạnh kéo dài.

Đặc biệt, các phân vị cao của phân phối, như phân vị 75% và 90%, phản ánh rằng trong một tỷ lệ đáng kể thời gian, mức độ biến động giá vượt xa mức điển hình. Mức biến động này hàm ý rằng các giai đoạn rủi ro cao không chỉ xuất hiện trong các cú sốc cực đoan đơn lẻ, mà có xu hướng lặp lại theo chu kỳ. Giá trị cực đại của độ lệch chuẩn trượt càng củng cố nhận định này, là minh chứng của những giai đoạn căng thẳng nghiêm trọng trên thị trường hàng hóa.

Bảng 1: Phân phối của độ lệch chuẩn 12 tháng một số nhóm ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

Thước đo	Arabica	Robusta	Gạo	Cao su
Trung bình	0.308	0.199	27.637	0.147
Trung vị	0.206	0.132	20.805	0.099
P75	0.476	0.241	32.563	0.187
P90	0.743	0.435	51.577	0.338
Max	1.398	1.528	231.967	1.071

Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ số liệu của World Bank

Mặc dù các chỉ tiêu trong Bảng 1 không được sử dụng để so sánh trực tiếp mức độ rủi ro tuyệt đối giữa các hàng hóa do khác biệt về đơn vị đo lường và mặt bằng giá, hình dạng phân phối của độ lệch chuẩn trượt cho thấy rủi ro biến động giá là đặc điểm phổ biến đối với nhiều hàng hóa xuất khẩu, không chỉ giới hạn ở thị trường cà phê. Kết quả này đặt rủi ro giá cà phê Robusta của Việt Nam vào một bối cảnh rộng hơn, trong đó thu nhập gắn với sản xuất và xuất khẩu hàng hóa nói chung đều phơi nhiễm trước các chu kỳ biến động giá trên thị trường quốc tế.

3.4. Khả năng chống chịu tài chính trước rủi ro biến động giá tại Việt Nam

Bảng 2 trình bày một số chỉ số tài chính toàn diện và khả năng chống chịu tài chính của hộ gia đình tại Việt Nam dựa trên dữ liệu từ Global Findex Database. Kết quả trong bảng phần nào giúp khẳng định rằng mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính đã được cải thiện đáng kể trong hơn một thập kỷ qua, thể hiện qua tỷ lệ người trưởng thành sở hữu tài khoản tài chính tăng từ khoảng 21% năm 2011 lên hơn 70% vào năm 2024. Sự gia tăng này phản ánh những nỗ lực tăng cường tài chính toàn diện trong thời gian qua của Việt Nam đã đem lại những kết quả bước đầu.

Tuy nhiên, các chỉ số phản ánh khả năng ứng phó trước cú sốc thu nhập cho thấy một bức tranh kém tích cực hơn. Đáng chú ý, vào năm 2024, chỉ khoảng 16% người trưởng thành cho biết họ có thể xoay xở trong khoảng một tháng nếu hộ gia đình mất nguồn thu nhập chính. Con số này thể hiện vấn đề là phần lớn hộ gia đình vẫn có mức đệm tài chính hạn chế trước các cú sốc thu nhập, bất chấp mức độ tiếp cận tài chính đã được cải thiện.

Bên cạnh đó, tỷ lệ người trưởng thành từng vay mượn tiền trong năm qua duy trì ở mức tương đối cao trong nhiều kỳ khảo sát, phản ánh việc vay mượn vẫn là một chiến lược phổ biến để đối phó với thiếu hụt tài chính ngắn hạn. Đó là dấu hiệu cho thấy việc mở rộng tiếp cận dịch vụ tài chính chưa tự động chuyển hóa thành năng lực quản lý rủi ro thu nhập hiệu quả.

Khi đặt trong bối cảnh rủi ro biến động giá hàng hóa mang tính cấu trúc và kéo dài, một khoảng trống rõ rệt đang tồn tại giữa tiếp cận tài chính và khả năng chống chịu tài chính tại Việt Nam. Đối với các nhóm thu nhập gắn với sản xuất và xuất khẩu hàng hóa, đặc biệt là cà phê Robusta, khoảng trống này làm gia tăng mức độ dễ tổn thương trước các chu kỳ biến động giá trên thị trường quốc tế.

Bảng 2: Một số chỉ tiêu chống chịu tài chính trước rủi ro biến động giá của người Việt Nam theo báo cáo Global Findex

Chỉ số	2011	2014	2017	2021	2022	2024
Tỷ lệ người trưởng thành có tài khoản tài chính (% dân số từ 15 tuổi trở lên)	21.37	30.95	30.80	-	56.27	70.55
Tỷ lệ người trưởng thành từng vay mượn tiền trong năm (% dân số từ 15 tuổi trở lên)	-	47.45	49.02	-	27.54	43.20
Tỷ lệ người trưởng thành có thể xoay xở trong khoảng một tháng nếu hộ gia đình mất nguồn thu nhập chính (% dân số từ 15 tuổi trở lên)	-	-	-	-	-	16.26

Nguồn: Global Findex Database, World Bank.
Ghi chú: Dấu "-" thể hiện năm không có dữ liệu khảo sát tương ứng.

4. Thảo luận

Các kết quả thực nghiệm cho thấy rủi ro biến động giá hàng hóa, đặc biệt là cà phê Robusta, mang tính chu kỳ, kéo dài và lặp lại theo thời gian. Rủi ro này không chỉ thể hiện qua các pha giá tăng hoặc giảm

mạnh, mà còn qua các giai đoạn biến động cao duy trì trong trung hạn, làm gia tăng mức độ bất định của thu nhập gắn với sản xuất và xuất khẩu. Khi đặt trong bối cảnh Việt Nam là quốc gia xuất khẩu Robusta quy mô lớn, những đặc điểm này hàm ý rằng rủi ro giá cà phê không phải là hiện tượng ngoại sinh hiếm gặp, mà là một yếu tố cấu trúc ảnh hưởng thường xuyên đến thu nhập của các tác nhân kinh tế trong nước.

Các chỉ số tài chính toàn diện cho thấy bức tranh hai mặt là mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính tại Việt Nam đã cải thiện rõ rệt nhưng khả năng chống chịu trước các cú sốc thu nhập vẫn hạn chế. Mở rộng tiếp cận tài chính, dù cần thiết, vẫn chưa đủ để giúp các hộ gia đình và tác nhân sản xuất quản lý hiệu quả rủi ro thu nhập từ biến động giá hàng hóa. Kết quả này gợi ý một khoảng trống trong khuôn khổ tài chính toàn diện hiện nay, nằm giữa các dịch vụ tài chính cơ bản cho giao dịch và tiết kiệm và các công cụ hỗ trợ quản lý rủi ro. Trong bối cảnh rủi ro giá hàng hóa mang tính cấu trúc và kéo dài, việc thiếu các cơ chế phòng ngừa rủi ro khiến các tác nhân kinh tế tiếp tục dựa vào các chiến lược đối phó ngắn hạn như vay mượn, thay vì chủ động ổn định thu nhập theo chu kỳ.

Từ góc độ này, phái sinh hàng hóa có thể được xem là cấu phần bổ trợ của tài chính toàn diện với vai trò quản lý rủi ro giá, góp phần hạn chế tác động của các giai đoạn biến động kéo dài và hỗ trợ ổn định thu nhập. Tuy nhiên, vai trò này không thể đạt được chỉ thông qua mở rộng tiếp cận tài chính mà đòi hỏi các điều kiện phù hợp về thể chế, kiến thức tài chính và hạ tầng thị trường. Đối với Việt Nam, nơi thị trường phái sinh hàng hóa còn đang phát triển, việc lồng ghép phái sinh vào tài chính toàn diện cần gắn chặt với đặc điểm rủi ro của các mặt hàng xuất khẩu chủ lực và hướng tới tăng cường khả năng chống chịu trước rủi ro thu nhập, đặc biệt trong các ngành chịu biến động giá mạnh. Nhìn chung, rủi ro biến động giá hàng hóa và hạn chế về khả năng chống chịu tài chính có mối liên hệ chặt chẽ, và việc xem xét phái sinh hàng hóa trong khuôn khổ tài chính toàn diện mở ra một hướng tiếp cận bổ sung, trong đó quản lý rủi ro giá được đặt song song với mở rộng tiếp cận dịch vụ tài chính.

5. Kết luận và hàm ý

Trong bối cảnh Việt Nam là một trong những nước xuất khẩu cà phê Robusta lớn trên thế giới, thị trường cà phê trong nước có mức độ gắn kết cao với giá quốc tế, trong khi các cơ chế phòng ngừa rủi ro giá ở cấp người sản xuất và doanh nghiệp vẫn còn hạn chế. Điều này khiến các biến động giá quốc tế, đặc biệt các giai đoạn biến động mạnh và kéo dài, dễ dàng truyền dẫn vào thu nhập trong nước. Cấu trúc thị trường với sự tham gia của nhiều tác nhân quy mô nhỏ càng làm gia tăng mức độ dễ tổn thương trước rủi ro giá, biến biến động giá cà phê thành thách thức nội tại đối với ổn định thu nhập và khả năng chống chịu tài chính. Trong bối cảnh đó, việc xem xét các công cụ quản lý rủi ro giá, bao gồm phái sinh hàng hóa, trong khuôn khổ tài chính toàn diện có ý nghĩa thực tiễn rõ rệt. Dựa trên bằng chứng từ thị trường cà phê thế giới và trường hợp Việt Nam, bài viết cho thấy giá cà phê Robusta mang tính chu kỳ với các giai đoạn biến động mạnh và kéo dài, làm gia tăng bất định thu nhập từ sản xuất và xuất khẩu. Đồng thời, mặc dù mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính tại Việt Nam đã cải thiện, khả năng chống chịu trước các cú sốc thu nhập vẫn còn hạn chế, cho thấy khoảng trống giữa mở rộng tiếp cận tài chính và năng lực quản lý rủi ro trong bối cảnh rủi ro giá hàng hóa mang tính cấu trúc.

Trên cơ sở đó, bài viết gợi ý phái sinh hàng hóa như một cấu phần bổ trợ của tài chính toàn diện với vai trò quản lý rủi ro giá, đặc biệt đối với các ngành xuất khẩu chịu biến động mạnh như cà phê Robusta. Việc lồng ghép công cụ này có thể góp phần ổn định thu nhập và giảm mức độ dễ tổn thương trước các chu kỳ biến động giá, nhưng chỉ phát huy hiệu quả khi đi kèm các điều kiện phù hợp về thể chế, hạ tầng thị trường và hiểu biết tài chính. Cuối cùng, bài viết nhấn mạnh rằng việc tiếp cận phái sinh hàng hóa trong bối cảnh tài chính toàn diện cần được đặt trên nền tảng hiểu rõ đặc điểm rủi ro của thị trường hàng hóa, thay vì tiếp cận thuần túy từ góc độ kỹ thuật tài chính. Hướng tiếp cận này mở ra một không gian nghiên cứu và chính sách mới, trong đó quản lý rủi ro giá hàng hóa được xem là một thành tố quan trọng của khả năng chống chịu tài chính, đặc biệt đối với các nền kinh tế có cơ cấu xuất khẩu phụ thuộc lớn vào hàng hóa như Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn. (2022). Báo cáo tổng kết ngành cà phê Việt Nam. Hà Nội: MARD.

Carter, D. A. (2017). A review of the literature on commodity risk management. Journal of Commodity Markets, 8, 1-17.

Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution. World Bank.

Ghoddusi, H. (2023). Hedging commodity price risk. Journal of Financial and Quantitative Analysis.

International Coffee Organization. (2023). Coffee development report 2023: The future of coffee. London: ICO.

Klapper, L., & Singer, D. (2017). The role of financial inclusion in households' resilience to shocks. World Bank Research Observer.

Tổng cục Thống kê (GSO) (2023). Niên giám thống kê Việt Nam 2022. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.

CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM NHÌN TỪ GÓC ĐỘ LÝ THUYẾT ĐƯỜNG CONG NỤ CƯỜI

TS. Nguyễn Thị Thanh Vân* - ThS. Lê Thị Lệ Mỹ**

Bài viết phân tích các giai đoạn trong chuỗi giá trị của ngành Dệt may Việt Nam dựa trên lý thuyết đường cong nụ cười. Trên cơ sở tổng hợp dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2015 - 2025 kết hợp với phỏng vấn chuyên gia, kết quả cho thấy ngành Dệt may Việt Nam vẫn chủ yếu tham gia vào các công đoạn gia công có giá trị gia tăng thấp, trong khi lợi thế lao động chi phí thấp đang suy giảm. Bên cạnh đó, mức độ phụ thuộc cao vào nguyên phụ liệu nhập khẩu, cùng với hạn chế về năng lực thiết kế, xây dựng thương hiệu, phân phối và marketing làm giảm khả năng nắm giữ giá trị trong chuỗi giá trị toàn cầu. Trước thực trạng này, bài viết đề xuất các giải pháp nhằm nâng cấp chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam.

• Từ khóa: *chuỗi giá trị, ngành dệt may, đường cong nụ cười.*

This paper analyzes the stages of Vietnam's textile and garment value chain based on the smile curve theory. Drawing on secondary data from the period 2015-2025 and expert interviews, the findings indicate that Vietnam's textile and garment industry remains largely concentrated in low value-added processing activities, while the advantage of low labor costs is gradually diminishing. In addition, the industry's heavy dependence on imported raw materials, together with limited capabilities brand development, distribution, and marketing, constrains firms' ability to capture value within the global value chain. In response to these challenges, the paper proposes solutions aimed at upgrading Vietnam's textile and garment value chain.

• Key words: *value chain, textile and garment industry, smile curve.*

Ngày nhận bài: 15/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 13/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.31

1. Giới thiệu

Ngành Dệt may từ lâu đã giữ vai trò trụ cột trong cơ cấu kinh tế Việt Nam, không chỉ bởi đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu mà còn nhờ khả năng tạo việc làm quy mô lớn cho xã hội. Trong nhiều năm liên tiếp, Dệt may luôn nằm trong nhóm các ngành xuất khẩu chủ lực, chiếm trên 12% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước và tạo việc làm cho hơn 2,5 triệu lao động. Riêng năm 2024, kim ngạch xuất khẩu Dệt may ước đạt 43,6 tỷ USD, qua đó giúp Việt Nam duy trì vị trí là một trong ba quốc gia xuất khẩu Dệt may lớn nhất thế giới (Hiệp hội Dệt may Việt Nam, 2024).

Tuy nhiên, song hành với tăng trưởng về quy mô là những hạn chế mang tính cấu trúc trong chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam. Phần lớn doanh nghiệp trong nước hiện vẫn tham gia chuỗi giá trị toàn cầu chủ yếu ở các công đoạn có giá trị gia tăng thấp, đặc biệt là gia công cắt may theo phương thức CMT (Cut - Make - Trim). Mô hình tăng trưởng dựa trên lợi thế lao động giá rẻ và mở rộng sản lượng đã giúp ngành phát triển nhanh trong giai đoạn đầu, nhưng ngày càng bộc lộ nhiều điểm yếu khi chi phí lao động gia tăng, năng suất lao động cải thiện chậm và biên lợi nhuận bị thu hẹp. Trong khi đó, các công đoạn tạo ra giá trị gia tăng cao hơn như thiết kế sản phẩm, xây dựng thương hiệu, marketing và phân phối quốc tế vẫn chủ yếu do các doanh nghiệp nước ngoài hoặc đối tác đặt hàng kiểm soát, khiến giá trị gia tăng nội địa của ngành Dệt may Việt Nam còn ở mức hạn chế.

Bên cạnh những hạn chế nội tại, chuỗi giá trị Dệt may Việt Nam còn phụ thuộc lớn vào nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu, đặc biệt ở các khâu sợi, vải và nhuộm hoàn tất. Mức độ phụ thuộc này làm giảm tính chủ động của doanh nghiệp trong tổ chức sản xuất, đồng thời hạn chế khả năng tận dụng các ưu đãi thuế quan từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, các hiệp định thương mại tự do đặt ra những yêu cầu ngày càng khắt khe về quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn môi trường và truy xuất nguồn gốc. Khi chuỗi cung ứng nội địa chưa được hoàn thiện, những yêu cầu này trở thành rào cản đáng kể đối với năng lực cạnh tranh của ngành Dệt may Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Ngoài áp lực từ hội nhập thương mại, ngành Dệt may Việt Nam còn chịu tác động rõ nét từ xu hướng chuyển đổi xanh và phát triển bền vững trên phạm vi toàn cầu. Các yêu cầu liên quan đến sản xuất thân thiện với môi trường, giảm phát thải, sử dụng nguyên

** Trường Đại học Công nghệ Kỹ thuật TP.HCM; email: vanntt@hcmute.edu.vn*
*** Công ty TNHH DK VINA; email: lemylethispk@gmail.com*

liệu bền vững và tuân thủ các tiêu chuẩn lao động đang dần trở thành điều kiện bắt buộc để duy trì sự hiện diện trong chuỗi giá trị toàn cầu. Trong khi đó, năng lực công nghệ, quản trị môi trường và mức độ liên kết chuỗi của nhiều doanh nghiệp Dệt may trong nước vẫn còn hạn chế, làm gia tăng nguy cơ bị loại khỏi các phân khúc thị trường có giá trị gia tăng cao. Trong bối cảnh đó, làm rõ các điểm nghẽn và hạn chế trong từng công đoạn của chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam có ý nghĩa hết sức cấp thiết.

2. Một số vấn đề lí luận

2.1. Khái niệm chuỗi giá trị

Theo Porter (1985), chuỗi giá trị là tập hợp các hoạt động có mối liên kết với nhau, bao gồm thiết kế, sản xuất, bán hàng, giao hàng và các hoạt động hỗ trợ sản phẩm, thông qua đó tạo ra giá trị cho khách hàng. Mỗi hoạt động trong chuỗi, từ khâu đầu vào đến đầu ra, đều đóng góp một phần giá trị gia tăng nhất định và ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh tổng thể của doanh nghiệp.

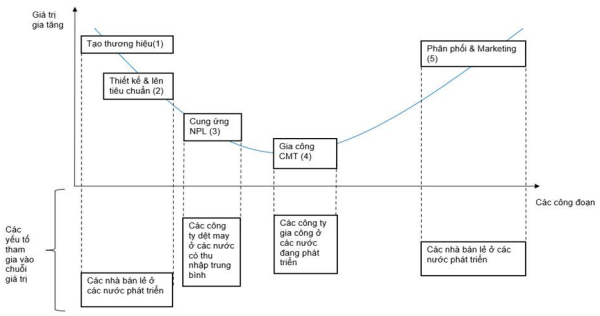
Trong bối cảnh toàn cầu hóa, khái niệm chuỗi giá trị được mở rộng từ phạm vi doanh nghiệp sang phạm vi ngành và quốc gia, hình thành chuỗi giá trị toàn cầu. Theo cách tiếp cận này, các công đoạn của chuỗi không còn tập trung trong một doanh nghiệp hay một quốc gia duy nhất, mà được phân bổ giữa nhiều quốc gia khác nhau tùy thuộc vào lợi thế so sánh về chi phí, công nghệ và nguồn lực (Kaplinsky & Morris, 2000). Việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu vì vậy không chỉ phản ánh năng lực sản xuất, mà còn thể hiện vị thế và mức độ nắm giữ giá trị của mỗi quốc gia trong hệ thống phân công lao động quốc tế (Gereffi & Memedovic, 2003).

2.2. Đường cong nụ cười (Smile Curve)

Lý thuyết đường cong nụ cười là công cụ quan trọng để phân tích sự phân bố giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị (Meng và cộng sự, 2020). Theo mô hình này, giá trị gia tăng không được tạo ra đồng đều giữa các công đoạn mà có xu hướng tập trung ở hai đầu chuỗi. Các hoạt động ở đầu chuỗi như nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế sản phẩm, cũng như các hoạt động ở cuối chuỗi như xây dựng thương hiệu, marketing và phân phối thường tạo ra mức giá trị gia tăng cao nhất. Ngược lại, các công đoạn ở giữa chuỗi, đặc biệt là sản xuất và gia công, có giá trị gia tăng thấp hơn và chịu áp lực cạnh tranh lớn về chi phí.

Trong ngành Dệt may, đường cong nụ cười thể hiện rõ đặc điểm phân tầng giá trị trong chuỗi giá trị toàn cầu. Các doanh nghiệp tại các quốc gia phát triển thường nắm giữ các hoạt động có hàm lượng tri thức cao như thiết kế, thương hiệu và phân phối, trong khi các quốc gia đang phát triển chủ yếu đảm nhiệm các công đoạn gia công may mặc có giá trị gia tăng thấp (Gereffi & Memedovic, 2003). Điều này lý giải vì sao, mặc dù kim ngạch xuất khẩu lớn nhưng ngành Dệt may Việt Nam lại dễ bị tổn thương trước những biến động của thị trường quốc tế.

Hình 1: Đồ thị nụ cười biểu diễn giá trị gia tăng của chuỗi giá trị Dệt may



Nguồn: Goto, 2023

2.3. Các hình thức sản xuất trong chuỗi giá trị Dệt may

Chuỗi giá trị ngành Dệt may được tổ chức theo nhiều hình thức sản xuất khác nhau, phản ánh mức độ tham gia và khả năng nắm giữ giá trị của doanh nghiệp, bao gồm:

Hình thức CMT (Cut - Make - Trim) là hình thức sản xuất đơn giản nhất, trong đó doanh nghiệp chỉ thực hiện các công đoạn cắt, may và hoàn thiện sản phẩm theo yêu cầu của bên đặt hàng. Toàn bộ khâu cung ứng nguyên phụ liệu, thiết kế và thị trường tiêu thụ đều do đối tác nước ngoài kiểm soát, khiến giá trị gia tăng mà doanh nghiệp thu được ở mức thấp (Gereffi & Memedovic, 2003).

Hình thức OEM/FOB (Original Equipment Manufacturing/ Free on Board) cho phép doanh nghiệp chủ động hơn trong việc mua nguyên phụ liệu, tổ chức sản xuất và giao hàng. So với CMT, hình thức này giúp doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng và tạo ra giá trị gia tăng cao hơn, tuy nhiên vẫn phụ thuộc lớn vào đơn đặt hàng và thị trường của đối tác (Kaplinsky & Morris, 2000).

Hình thức ODM (Original Design Manufacturing), doanh nghiệp không chỉ sản xuất mà còn tham gia vào khâu thiết kế và phát triển sản phẩm. Đây là bước chuyển quan trọng từ gia công sang sáng tạo, đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư vào năng lực thiết kế, nghiên cứu thị trường và quản trị sản phẩm.

Hình thức OBM (Original Brand Manufacturing) là hình thức sản xuất có giá trị gia tăng cao nhất, trong đó doanh nghiệp xây dựng và sở hữu thương hiệu riêng, đồng thời kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị

từ thiết kế, sản xuất đến marketing và phân phối. Tuy nhiên, hình thức này cũng yêu cầu nguồn lực lớn về tài chính, nhân lực và năng lực quản trị chiến lược (Gereffi, 2005).

2.4. Nâng cấp chuỗi giá trị

Nâng cấp chuỗi giá trị không chỉ đơn thuần là mở rộng quy mô sản xuất, mà là quá trình nâng cao chất lượng tham gia vào chuỗi thông qua việc gia tăng giá trị mà doanh nghiệp có thể nắm giữ trong từng công đoạn (Kaplinsky & Morris, 2000). Mức độ nâng cấp phản ánh khả năng chuyển dịch từ các hoạt động dựa chủ yếu vào chi phí thấp sang các hoạt động có hàm lượng tri thức, công nghệ và sáng tạo cao hơn.

Đối với ngành Dệt may Việt Nam, nâng cấp chuỗi giá trị gắn liền với quá trình chuyển dịch từ các hình thức sản xuất có giá trị thấp sang các hình thức sản xuất có giá trị gia cao. Quá trình này không chỉ nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế và cải thiện biên lợi nhuận, mà còn đóng vai trò then chốt trong việc giúp ngành Dệt may từng bước thoát khỏi tình trạng phụ thuộc vào gia công. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng và các yêu cầu về phát triển bền vững ngày càng trở nên khắt khe, nâng cấp chuỗi giá trị trở thành điều kiện cần thiết để ngành Dệt may Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững trong dài hạn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu thứ cấp được sử dụng làm cơ sở chính cho phân tích. Nguồn dữ liệu bao gồm số liệu thống kê từ các báo cáo chuyên ngành của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) và Tổng cục Thống kê trong giai đoạn 2015-2025.

Bên cạnh đó, dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn chuyên gia nhằm bổ trợ và kiểm chứng các kết quả phân tích từ dữ liệu thứ cấp.

3.2. Thu thập và xử lý dữ liệu

Với dữ liệu thứ cấp, nghiên cứu tiến hành tổng hợp, so sánh và phân tích mô tả các các công đoạn trong chuỗi giá trị, qua đó nhận diện các điểm nghẽn mang tính cấu trúc.

Về dữ liệu sơ cấp, nghiên cứu thực hiện phỏng vấn bán cấu trúc với ba chuyên gia là đại diện doanh nghiệp và người có kinh nghiệm thực tiễn trong ngành Dệt may. Dữ liệu phỏng vấn được tổng hợp và phân tích theo phương pháp phân tích nội dung.

Việc kết hợp giữa phân tích dữ liệu thống kê và phỏng vấn chuyên gia giúp nghiên cứu bảo đảm tính toàn diện và độ tin cậy của kết quả, đồng thời tạo cơ sở khoa học cho các kết luận và đề xuất giải pháp nâng cao chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam trong giai đoạn tới.

4. Phân tích thực trạng chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam theo đường cong nụ cười

4.1. Năng lực thiết kế và xây dựng thương hiệu

Đây là hai giai đoạn của chuỗi (hình 1), là công đoạn có giá trị gia tăng cao. Tuy nhiên, hoạt động thiết kế, xây dựng thương hiệu và marketing ở doanh nghiệp Dệt may Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế. Các hoạt động này chưa được đầu tư tương xứng do thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao và năng lực sáng tạo chuyên nghiệp.

Bảng 1. Đánh giá năng lực tham gia các công đoạn giá trị cao trong chuỗi Dệt may

Công đoạn	Mức độ tham gia của DN Việt Nam
Thiết kế sản phẩm	Thấp
Xây dựng thương hiệu	Thấp đến trung bình
Marketing và phân phối	Thấp

Nguồn: Tổng hợp ý kiến chuyên gia

Một số thương hiệu nội địa như Việt Tiến và Yody đã bước đầu tạo được dấu ấn trên thị trường trong nước. Tuy nhiên, so với các thương hiệu quốc tế, các thương hiệu Việt vẫn còn khoảng cách đáng kể ở thị trường trong nước cũng như phạm vi toàn cầu. Theo ý kiến của chuyên gia, giá trị cốt lõi của thương hiệu không nằm ở hình ảnh hay nhận diện bề ngoài, mà phản ánh trực tiếp qua hiệu quả tài chính và khả năng tạo giá trị gia tăng. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn tiếp cận thương hiệu như hoạt động truyền thông ngắn hạn, thay vì coi đó là một chiến lược tài chính và vận hành dài hạn gắn với các chỉ số tạo giá trị như EVA.

4.2. Nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu

Giai đoạn ba cũng là một hạn chế lớn của chuỗi giá trị Dệt may Việt Nam, đó là mức độ phụ thuộc cao vào nguồn nguyên phụ liệu nhập khẩu. Trong giai đoạn nghiên cứu, ngành Dệt may phải nhập khẩu khoảng 60% tổng nhu cầu nguyên phụ liệu, đặc biệt là ở các khâu sợi, vải và nhuộm hoàn tất.

Bảng 2. Tỷ lệ nội địa hóa nguyên phụ liệu ngành Dệt may Việt Nam

Chỉ tiêu	Giá trị ước tính
Tỷ lệ nguyên phụ liệu nhập khẩu	Khoảng 60%
Tỷ lệ nội địa hóa	Khoảng 40%
Khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ FTA	Hạn chế

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu VITAS và báo cáo ngành.

Đối với xơ PSF, dù đã có những dự án đầu tư quy mô lớn, năng lực sản xuất trong nước vẫn không theo kịp nhu cầu, dẫn đến tỷ lệ nhập khẩu lên tới khoảng 95% (VNPoly, 07/2025). Nguyên nhân không chỉ nằm ở công nghệ, mà chủ yếu xuất phát từ hạn chế về năng lực vận hành và nguồn nhân lực kỹ thuật,

khiến chất lượng và năng suất chưa ổn định. Ở các khâu trung gian như dệt và đặc biệt là nhuộm, rào cản về môi trường và cơ chế cấp phép khiến đầu tư mới gặp nhiều khó khăn. Theo ý kiến chuyên gia, doanh nghiệp gần như không thể chủ động mở nhà máy nhuộm mới, làm gián đoạn khả năng hình thành chuỗi cung ứng nguyên phụ liệu nội địa hoàn chỉnh. Hệ quả là hơn 70% nguyên phụ liệu, đặc biệt là vải, vẫn phải nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Sự phụ thuộc này làm giảm tính chủ động của doanh nghiệp trong tổ chức sản xuất, kéo dài thời gian hoàn thành đơn hàng và gia tăng chi phí. Đồng thời, việc không đáp ứng đầy đủ quy tắc xuất xứ từ sợi trở đi khiến doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong việc tận dụng các ưu đãi thuế quan từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP và EVFTA. Hệ quả là mặc dù kim ngạch xuất khẩu lớn, giá trị gia tăng nội địa của ngành vẫn ở mức thấp và dễ bị tổn thương trước các biến động của chuỗi cung ứng toàn cầu.

4.3. Hình thức sản xuất

Khâu gia công (CMT) hiện là mắt xích mạnh nhưng đồng thời cũng là điểm nghẽn chiến lược của ngành Dệt may Việt Nam. Dù ngành Dệt may đóng góp trên 10% kim ngạch xuất khẩu quốc gia và Việt Nam đã trở thành trung tâm gia công quan trọng trong chuỗi giá trị toàn cầu, phần lớn doanh nghiệp trong nước vẫn tập trung ở các công đoạn CMT có giá trị gia tăng thấp. Cấu trúc ngành thiên về doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, chiếm gần 90% tổng số doanh nghiệp, khiến năng lực tích tụ vốn, đầu tư công nghệ, chuẩn hóa quy trình và mở rộng quy mô sản xuất bị hạn chế. Theo ý kiến chuyên gia, mô hình này dẫn đến cuộc cạnh tranh "xuống đáy" về giá, khi doanh nghiệp chủ yếu dựa vào lao động giá rẻ, đơn hàng ngắn hạn và không có động lực đầu tư vào R&D hay nâng cấp chuỗi giá trị.

Bảng 3. Cơ cấu doanh nghiệp Dệt may Việt Nam theo hình thức sản xuất (ước tính giai đoạn 2015-2025)

Hình thức sản xuất	Tỷ trọng doanh nghiệp (%)	Mức độ giá trị gia tăng
CMT	65-70	Thấp
FOB/OEM	25-30	Trung bình
ODM	< 5	Cao
OBM	Rất thấp	Rất cao

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo ngành Dệt may giai đoạn 2015-2025.

Lợi thế lao động chi phí thấp cũng đang dần suy giảm khi tiền lương tăng và xu hướng dịch chuyển đơn hàng sang các quốc gia chi phí thấp hơn ngày càng rõ rệt. Những yếu tố này cho thấy CMT không còn là nền tảng bền vững, mà trở thành điểm nghẽn buộc ngành Dệt may Việt Nam phải chuyển dịch lên các mô hình có giá trị gia tăng cao hơn như FOB hoặc ODM.

4.4. Marketing và phân phối

Marketing và phân phối là khâu có khả năng tạo ra giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị Dệt may, song lại là mắt xích yếu của doanh nghiệp Việt Nam. Trên thị trường quốc tế, phần lớn doanh nghiệp trong nước vẫn đóng vai trò nhà gia công hoặc nhà bán buôn cấp thấp theo phương thức CMT và FOB cấp độ 1, trong khi các đối tác nước ngoài nắm giữ thương hiệu, hệ thống bán lẻ và mạng lưới phân phối toàn cầu. Điều này khiến giá trị gia tăng chủ yếu được giữ lại ở khâu bán lẻ và marketing do các tập đoàn quốc tế kiểm soát.

Tại thị trường nội địa, dù số lượng cửa hàng của các thương hiệu Việt tăng nhanh, hiệu quả kinh doanh lại thấp. So với các thương hiệu toàn cầu như Uniqlo, Zara hay H&M, doanh thu bình quân trên mỗi cửa hàng của các thương hiệu nội địa còn khiêm tốn, phản ánh hạn chế về năng lực marketing, trải nghiệm khách hàng và quản trị kênh phân phối (Fiingroup, 2025). Hệ thống logistics và giao nhận có cải thiện nhờ thương mại điện tử, song chi phí vận chuyển nội địa vẫn cao và mức độ số hóa không đồng đều, đặc biệt ở doanh nghiệp nhỏ. Ngoài ra, tiềm năng của thương mại điện tử xuyên biên giới chưa được khai thác hiệu quả do thiếu chiến lược công nghệ và khó tiếp cận các nền tảng toàn cầu. Những điểm nghẽn này khiến doanh nghiệp Dệt may Việt Nam khó vươn lên các khâu giá trị cao, dù có lợi thế về sản xuất.

4.5. Liên kết chuỗi giá trị nội địa

Sự phân mảnh trong liên kết chuỗi giá trị nội địa tiếp tục là rào cản lớn đối với quá trình nâng cấp chuỗi. Mối liên kết giữa các doanh nghiệp sợi, dệt, nhuộm và may mặc còn lỏng lẻo, chưa hình thành được hệ sinh thái sản xuất khép kín. Việc thiếu liên kết theo chiều dọc làm cho chuỗi cung ứng nội địa bị đứt đoạn, kéo theo chi phí giao dịch gia tăng và thời gian sản xuất kéo dài. Đồng thời, sự thiếu liên kết theo chiều ngang giữa các doanh nghiệp cùng ngành cũng hạn chế khả năng chia sẻ thông tin, hợp tác đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh chung của toàn ngành.

5. Kết luận và đề xuất giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy ngành Dệt may Việt Nam đang tham gia ngày càng sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, thể hiện qua quy mô sản xuất lớn và kim ngạch xuất khẩu duy trì ở mức cao trong giai đoạn 2015-2025. Tuy nhiên, mức độ tham gia sâu này chủ yếu diễn ra ở các công đoạn có giá trị gia tăng thấp, đặc biệt là gia công CMT, trong khi các khâu tạo ra giá trị cao hơn như thiết kế, xây dựng thương hiệu và phân phối vẫn do các đối tác nước ngoài nắm giữ. Điều này phản ánh rõ vị thế còn thấp của ngành trong

cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu.

Mô hình tăng trưởng dựa trên mở rộng quy mô và lợi thế lao động giá rẻ đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng nhanh trong giai đoạn trước, song đang dần bộc lộ những giới hạn rõ rệt trong bối cảnh chi phí lao động gia tăng, yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật và môi trường ngày càng khắt khe, cùng với xu hướng tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu. Nếu không có sự chuyển dịch kịp thời, ngành Dệt may Việt Nam có nguy cơ bị mắc kẹt lâu dài ở phân khúc giá trị thấp và suy giảm khả năng cạnh tranh trong trung và dài hạn.

Do đó, để hướng tới phát triển bền vững, ngành Dệt may Việt Nam cần chuyển dịch từ mô hình tăng trưởng theo chiều rộng sang tăng trưởng theo chiều sâu, tập trung nâng cao giá trị gia tăng nội tại thông qua việc từng bước làm chủ các công đoạn có giá trị cao hơn trong chuỗi giá trị. Việc nâng cấp chuỗi giá trị không chỉ là yêu cầu kinh tế, mà còn là điều kiện cần thiết để ngành thích ứng với bối cảnh hội nhập quốc tế và đáp ứng các yêu cầu mới về phát triển bền vững. Trên cơ sở các kết luận nêu trên, nghiên cứu đề xuất một số nhóm giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam trong giai đoạn tới.

Giai đoạn xây dựng thương hiệu và thiết kế cần được xem là trụ cột chiến lược của quá trình nâng cấp chuỗi giá trị. Doanh nghiệp cần thoát khỏi tư duy gia công thuần túy, tập trung định vị rõ phân khúc thị trường, xây dựng bản sắc thương hiệu gắn với văn hóa Việt. Đầu tư phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực thiết kế thời trang, quản trị thương hiệu và marketing có vai trò quyết định đối với khả năng tạo khác biệt cho sản phẩm Dệt may Việt Nam. Cách tiếp cận này tạo tiền đề cho việc hình thành các thương hiệu Dệt may Việt Nam có khả năng khẳng định vị thế trên thị trường khu vực và quốc tế.

Ở khâu cung ứng nguyên phụ liệu, việc nâng cao tính tự chủ của chuỗi giá trị cần được đặt trong khuôn khổ chính sách thu hút đầu tư có định hướng. Thay vì mở rộng thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài theo chiều rộng, nên chuyển sang lựa chọn các dự án sợi, dệt và nhuộm ứng dụng công nghệ hiện đại, đáp ứng yêu cầu bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Phát triển công nghiệp nguyên phụ liệu nội địa thông qua quy hoạch các khu dệt, nhuộm tập trung đạt chuẩn môi trường, đầu tư có chọn lọc vào xơ sợi hóa dầu và vật liệu xanh, đồng thời đào tạo nguồn nhân lực kỹ thuật cao để nâng cao chất lượng và tính ổn định của nguồn cung. Cùng với đó, việc thúc đẩy liên kết theo chiều dọc giữa doanh nghiệp may mặc và doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu trong nước có ý nghĩa then chốt trong việc tăng cường tính kết nối của chuỗi cung ứng nội địa.

Ở giai đoạn sản xuất, yêu cầu đặt ra không còn dừng lại ở việc duy trì năng lực gia công, mà là chuyển dịch dần sang các hình thức sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn. Quá trình giảm dần sự phụ thuộc vào phương thức CMT và mở rộng sang FOB hoặc ODM đòi hỏi doanh nghiệp phải chủ động đầu tư đổi mới công nghệ, tăng mức độ tự động hóa và đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số trong quản trị sản xuất và chuỗi cung ứng. Việc nâng cao năng suất lao động và kiểm soát tốt hơn chất lượng sản phẩm không chỉ giúp doanh nghiệp thích ứng với áp lực chi phí ngày càng gia tăng, mà còn tạo nền tảng vững chắc để tham gia sâu hơn vào các công đoạn có giá trị cao trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Cuối cùng, ở khâu marketing và phân phối, việc xây dựng năng lực tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng, mở rộng kênh thương mại điện tử xuyên biên giới và khai thác hiệu quả thị trường nội địa sẽ giúp doanh nghiệp giữ lại phần giá trị gia tăng lớn hơn và củng cố vị thế thương hiệu Việt trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Ở cấp độ thể chế và hỗ trợ ngành, vai trò điều phối của Nhà nước và hiệp hội ngành trở nên đặc biệt quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình nâng cấp chuỗi giá trị. Việc hoàn thiện khung pháp lý theo hướng đồng bộ, ổn định và có tính dự báo sẽ góp phần tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp triển khai các chiến lược đầu tư dài hạn. Song song với đó, các chính sách tín dụng ưu đãi cần được thiết kế phù hợp nhằm hỗ trợ các dự án đổi mới công nghệ và chuyển đổi xanh trong ngành Dệt may. Thông qua việc tăng cường kết nối doanh nghiệp, cung cấp thông tin thị trường và đẩy mạnh xúc tiến thương mại quốc tế, hiệp hội ngành có thể đóng vai trò cầu nối quan trọng, hỗ trợ doanh nghiệp Dệt may Việt Nam mở rộng thị trường và từng bước nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Tài liệu tham khảo:

Hiệp hội Dệt may Việt Nam - VITAS. (2024). Báo cáo tổng kết ngành dệt may năm 2024.

Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). A handbook for value chain research (Vol. 113). Brighton: University of Sussex, Institute of Development Studies.

Gereffi, G., & Memedovic, O. (2003). The global apparel value chain: What prospects for upgrading by developing countries (pp. 2009-12). Vienna: United Nations Industrial Development Organization.

Gereffi, G. (2005). The global economy: organization, governance, and development. The handbook of economic sociology, 2, 160-182.

Goto, K. (2023). Viet Nam's textile and garment industry in the global value chain. In F. Kimura et al. (Eds.), Viet Nam 2045: Development issues and challenges. Jakarta: ERIA. 337-358.

Meng, B., Ye, M., & Wei, S. J. (2020). Measuring smile curves in global value chains. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 82(5), 988-1016.

Porter, M. E. (2008). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. simon and schuster.

VNPoly. (2025, 24 tháng 7). Tăng nguồn cung xơ PSF trong nước để nâng cao giá trị hàng dệt may Việt Nam. https://vnpoly.vn/news/tang-nguon-cung-xo-psf-trong-nuoc-de-nang-cao-gia-tri-hang-det-may-viet-nam/

FiinGroup. (2025, Tháng 2). Báo cáo ngành bán lẻ thời trang Việt Nam - Số 3-25. FiinGroup Research & Consulting.

TÁC ĐỘNG CỦA NIỀM TIN VÀO TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐẾN CHẤT LƯỢNG QUYẾT ĐỊNH TÀI CHÍNH CỦA NHÀ ĐẦU TƯ CÁ NHÂN: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA THIÊN KIẾN HÀNH VI TRONG BỐI CẢNH CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Việt Hà*

Nghiên cứu phân tích tác động của niềm tin vào AI đến chất lượng quyết định đầu tư thông qua các thiên kiến hành vi. Kết quả từ 500 nhà đầu tư tại Việt Nam cho thấy niềm tin vào AI giúp cải thiện quyết định đầu tư và giảm né tránh thuật toán, tự tin thái quá và hội chứng đám đông, trong đó né tránh thuật toán và hội chứng đám đông có ảnh hưởng mạnh nhất.

• Từ khóa: *niềm tin vào AI, Thiên kiến hành vi, sự né tránh thuật toán, chất lượng quyết định đầu tư, PLS-SEM.*

This study analyzes the impact of trust in AI on the quality of investment decisions through behavioral biases. The results from a survey of 500 investors in Vietnam show that trust in AI helps improve investment decision-making and reduces algorithm aversion, overconfidence, and herd behavior, with algorithm aversion and herd behavior having the strongest effects.

• Key words: *trust in AI, behavioral biases, algorithm aversion, investment decision quality, PLS-SEM.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 13/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.32

Giới thiệu

Công nghệ Trí tuệ Nhân tạo (AI) đã nổi lên như một công cụ quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ và đưa ra các quyết định tài chính cá nhân trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ của ngành ngân hàng và tài chính. AI được ứng dụng rộng rãi trong các nền tảng ngân hàng số, hệ thống tư vấn tự động, đề xuất danh mục đầu tư và phân tích rủi ro, cho phép các nhà đầu tư cá nhân tiếp cận thông tin nhanh chóng, chính xác và tối ưu hơn (Nguyên, 2023). Các ngân hàng thương mại tại Việt Nam đang khuyến khích sử dụng AI trong quản lý tài sản cá nhân và dịch vụ đầu tư, tạo ra cả cơ hội và thách thức mới cho các nhà đầu tư cá nhân trong việc đưa ra những lựa chọn tài chính tốt nhất (Trần & Lê, 2022).

Tuy nhiên, việc sử dụng AI không đảm bảo rằng các nhà đầu tư sẽ đưa ra những lựa chọn hoàn toàn hợp lý. Chất lượng của các quyết định đầu tư có thể bị ảnh hưởng trực tiếp bởi các thiên kiến tâm lý như thiên kiến sẵn có/thiên kiến phán đoán nhanh, hiệu ứng bầy đàn và sự tự tin thái quá, theo nghiên cứu trong lĩnh vực tài chính hành vi (Kahneman & Tversky, 1979; Barber & Odean, 2001). Những thiên kiến này có thể đóng vai trò trung gian, vừa tăng cường vừa làm giảm ảnh hưởng của AI đến các quyết định tài chính khi kết hợp với niềm tin vào AI (Dietvorst, Simmons, & Massey, 2015) .

Nghiên cứu này làm rõ vai trò trung gian của các sai lệch hành vi tài chính khi xem xét tác động của niềm tin vào trí tuệ nhân tạo (AI) đến chất lượng các quyết định tài chính của nhà đầu tư cá nhân tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Để đảm bảo tính cụ thể và khả năng ứng dụng của kết quả nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu được giới hạn ở các nhà đầu tư cá nhân sử dụng dịch vụ ngân hàng số, sản phẩm đầu tư và tư vấn dựa trên AI .

Ngoài việc bổ sung vào lý thuyết tài chính hành vi liên quan đến công nghệ AI, nghiên cứu này còn mang lại cho các ngân hàng những hàm ý hữu ích trong thiết kế dịch vụ, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và hỗ trợ các nhà đầu tư đưa ra quyết định tốt hơn.

Tổng quan nghiên cứu

Công nghệ tài chính và ngân hàng số tại Việt Nam đang phát triển nhanh, tạo điều kiện thuận lợi cho việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong đầu tư cá nhân, bao gồm cố vấn tự động, phân tích dữ liệu và đề xuất danh mục đầu tư. Thị trường fintech Việt Nam được dự báo tăng trưởng mạnh với CAGR 14,2% giai đoạn 2025-2033, phản ánh tiềm năng lớn của các dịch vụ tài chính số (IMARC Group, 2024).

Bên cạnh đó, tỷ lệ người trưởng thành sở hữu tài khoản thanh toán đạt khoảng 87%, và phần lớn giao

** Đại học Thượng Mại; email: ha.nv@tmu.edu.vn*

dịch ngân hàng cá nhân được thực hiện trên nền tảng số. Thị trường ví điện tử cũng mở rộng nhanh chóng với hàng chục triệu người dùng hoạt động (Vietstock, 2024). Những xu hướng này cho thấy fintech và ngân hàng số đã trở thành một phần thiết yếu trong đời sống tài chính cá nhân, đồng thời tạo bối cảnh phù hợp để nghiên cứu tác động của niềm tin vào AI và các thiên kiến hành vi trong quyết định đầu tư.

Các thiên kiến hành vi trong việc ra quyết định tài chính

Theo Kahneman (2011), các thiên kiến hành vi là những sai lệch có hệ thống trong nhận thức và phán đoán, dẫn đến các quyết định tài chính kém hiệu quả. Trong đầu tư cá nhân, ba thiên kiến phổ biến gồm né tránh thuật toán, tự tin thái quá và hội chứng đám đông.

Sự tự tin thái quá khiến nhà đầu tư đánh giá quá cao khả năng dự báo của bản thân, dẫn đến các quyết định rủi ro và thiếu chính xác (Barber & Odean, 2001). Hội chứng đám đông phản ánh xu hướng hành động theo số đông thay vì dựa trên phân tích độc lập, làm suy giảm chất lượng quyết định đầu tư (Bikhchandani et al., 1992). Trong khi đó, né tránh thuật toán xảy ra khi nhà đầu tư không tin tưởng hoặc từ chối khuyến nghị từ AI, ngay cả khi các hệ thống này cho thấy hiệu quả vượt trội (Dietvorst et al., 2015).

Ảnh hưởng của niềm tin vào trí tuệ nhân tạo đến các thiên kiến hành vi tài chính

Các công cụ dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI) như cố vấn tự động, hệ thống đề xuất danh mục đầu tư và thuật toán phân tích dữ liệu tài chính đã thay đổi cách các nhà đầu tư tương tác với thông tin và đưa ra quyết định trong bối cảnh đầu tư cá nhân, mở ra những cơ hội mới (Hildebrand & Bergner, 2022; Downen, Kim & Lee, 2023). Niềm tin vào AI, hay mức độ mà các nhà đầu tư cho rằng AI có thể đưa ra các khuyến nghị chính xác, ổn định và đáng tin cậy, là một yếu tố quan trọng được tìm thấy trong các nghiên cứu gần đây (McKnight & Pavlou, 2002; Hsu et al., 2014) .

Theo các nghiên cứu, mức độ tin tưởng cao vào trí tuệ nhân tạo (AI) có thể làm giảm các sai lệch trong tài chính hành vi. Cụ thể, mặc dù các thuật toán có khả năng đưa ra các khuyến nghị chính xác hơn con người, nhưng các nhà đầu tư thường ngần ngại sử dụng AI sau khi chứng kiến những sai sót của hệ thống (Dietvorst, Simmons & Massey, 2015). Tuy nhiên, khi các nhà đầu tư có mức độ tin tưởng cao vào AI, họ có nhiều khả năng chấp nhận và dựa vào các khuyến nghị của thuật toán, điều này làm giảm sự lo lắng của họ và tăng cường việc ra quyết định dựa trên dữ liệu .

H1a: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa Niềm tin vào AI và Sự né tránh thuật toán.

Hơn nữa, sự tự tin thái quá khiến các nhà đầu tư đánh giá quá cao khả năng dự báo thị trường của mình, điều này có thể dẫn đến những lựa chọn nguy hiểm hoặc bỏ qua những thông tin quan trọng (Barber & Odean, 2001). Niềm tin cao vào AI làm giảm thiên kiến tự tin thái quá bằng cách cho phép các nhà đầu tư dựa vào phân tích thuật toán thay vì chỉ dựa vào cảm xúc của riêng họ.

H1b: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa Niềm tin vào AI và Thiên kiến tự tin thái quá.

Hiệu ứng bầy đàn làm giảm chất lượng các quyết định đầu tư bằng cách khuyến khích các nhà đầu tư làm theo quyết định của đa số mà bỏ qua các phân tích độc lập (Bikhchandani, Hirshleifer & Welch, 1992). Các nhà đầu tư có mức độ tin tưởng cao vào trí tuệ nhân tạo (AI) có khả năng dựa vào dữ liệu và phân tích thuật toán tốt hơn là đi theo đám đông.

H1c: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa Niềm tin vào AI và hội chứng đám đông.

Do đó, nền tảng lý thuyết và thực nghiệm cho thấy niềm tin vào AI đóng vai trò quan trọng trong việc giảm thiểu các sai lệch về hành vi tài chính, điều này làm cơ sở cho phân tích mô hình và giả thuyết H1a-c của nghiên cứu hiện tại.

Tác động của các thiên kiến tài chính hành vi đến chất lượng quyết định đầu tư

Theo nghiên cứu tài chính hành vi, các thiên kiến hành vi là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả và chất lượng của các quyết định đầu tư cá nhân (Kahneman, 2011; Barber & Odean, 2001). Sự né tránh thuật toán, thiên kiến tự tin thái quá và hội chứng đám đông là những thiên kiến đầu tư phổ biến có tác động bất lợi đến chất lượng của các quyết định tài chính. Theo Dietvorst, Simmons và Massey (2015), né tránh thuật toán là khuynh hướng từ chối hoặc tránh sử dụng các khuyến nghị của thuật toán, ngay cả trong trường hợp trí tuệ nhân tạo (AI) đã được chứng minh là hiệu quả hơn phán đoán của con người. Mức độ ác cảm cao khiến các nhà đầu tư bỏ qua các khuyến nghị có cơ sở vững chắc, làm giảm chất lượng của các lựa chọn đầu tư. Do đó, giả thuyết được đưa ra là:

H2a: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa sự né tránh thuật toán và chất lượng quyết định đầu tư

Theo Barber và Odean (2001), thiên kiến là sự tự tin thái quá, dẫn đến việc các nhà đầu tư đánh giá quá cao khả năng dự báo thị trường của mình. Sự tự tin này thường dẫn đến những lựa chọn rủi ro, bỏ qua thông tin quan trọng và tính toán sai lợi nhuận kỳ vọng, làm giảm hiệu quả và chất lượng của các quyết định đầu tư. Theo đó:

H2b: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa thiên kiến tự tin thái quá và chất lượng quyết định đầu tư

Theo Bikhchandani, Hirshleifer và Welch (1992), hội chứng đám đông phản ánh khuynh hướng của nhà đầu tư là đi theo số đông và bắt chước lựa chọn của người khác thay vì sử dụng phán đoán của riêng mình. hội chứng đám đông làm giảm chất lượng các quyết định đầu tư cá nhân, làm tăng rủi ro và làm suy yếu khả năng ra quyết định độc lập. Sau đó:

H2c: Có mối quan hệ nghịch đảo giữa hội chứng đám đông và chất lượng quyết định đầu tư

Do đó, các thiên kiến trong tài chính hành vi đóng góp đáng kể vào việc giải thích tại sao các nhà đầu tư cá nhân đôi khi đưa ra những lựa chọn không hiệu quả. Chúng cũng cung cấp nền tảng lý thuyết để kiểm tra mối tương quan trực tiếp giữa các thiên kiến này và chất lượng các quyết định được đưa ra trong mô hình nghiên cứu hiện tại.

Tác động của niềm tin vào AI đến chất lượng quyết định đầu tư

Theo McKnight và Pavlou (2002) và Hsu et al. (2014), yếu tố then chốt quyết định mức độ sử dụng và tin tưởng vào các khuyến nghị của AI là niềm tin của nhà đầu tư, hay mức độ mà các nhà đầu tư tin rằng AI đưa ra các khuyến nghị đáng tin cậy, chính xác và ổn định.

Nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng các nhà đầu tư có mức độ tin tưởng cao vào AI có nhiều khả năng chủ động sử dụng các công cụ phân tích thuật toán và hỗ trợ quyết định hơn là chỉ dựa vào cảm xúc của riêng họ (Gupta & Rao, 2025). Điều này làm giảm tác động của các sai lệch hành vi có hại như tự tin thái quá hoặc hiệu ứng đám đông và cải thiện chất lượng các quyết định đầu tư bằng cách dựa trên dữ liệu và phân tích có phương pháp.

Ngoài ra, nghiên cứu đã chứng minh mối tương quan tích cực giữa hiệu suất đầu tư và niềm tin vào AI: các nhà đầu tư sử dụng AI có khả năng phân bổ danh mục đầu tư tốt hơn, giảm thiểu rủi ro không cần thiết và tăng tỷ suất lợi nhuận so với những người không sử dụng (Hildebrand & Bergner, 2022; Downen, Kim & Lee, 2023).

Do đó, giả thuyết sau đây được hỗ trợ bởi cơ sở lý thuyết và thực nghiệm:

H3: Có mối quan hệ tích cực giữa niềm tin vào trí tuệ nhân tạo và chất lượng quyết định đầu tư

Vai trò trung gian của các thiên kiến tài chính hành vi

Theo nghiên cứu về tài chính hành vi và trí tuệ nhân tạo trong đầu tư, niềm tin vào AI ảnh hưởng đến các quyết định đầu tư cả trực tiếp và gián tiếp thông qua các thiên kiến tài chính hành vi (Dietvorst, Simmons & Massey, 2015; Gupta & Rao, 2025). Cụ thể, nếu nhà đầu tư không tin tưởng AI, các thiên kiến như né tránh thuật toán, thiên kiến tự tin thái quá và hội chứng đám đông có thể làm giảm chất lượng quyết định; tuy nhiên, tác động bất lợi này có thể được giảm thiểu khi nhà đầu tư có mức độ tin tưởng cao vào AI. Nhà đầu tư thường bỏ qua thông tin và phân tích quan trọng khi họ ngần ngại sử dụng các khuyến nghị của AI, dẫn đến các lựa chọn đầu tư tồi. Vai trò trung gian của thiên kiến này được thể hiện bởi niềm tin cao vào AI, giúp giảm né tránh thuật toán và cải thiện chất lượng quyết định đầu tư (Dietvorst, Simmons & Massey, 2015; Hildebrand & Bergner, 2022).

H4a: Tâm lý né tránh thuật toán đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa niềm tin vào trí tuệ nhân tạo và chất lượng quyết định đầu tư

Các nhà đầu tư quá tự tin thường bỏ qua thông tin quan trọng và tính toán sai rủi ro. Họ dựa nhiều hơn vào phân tích thuật toán khi có mức độ tin tưởng cao vào trí tuệ nhân tạo (AI), điều này giúp giảm thiểu sự thiên vị và nâng cao chất lượng quyết định (Barber & Odean, 2001; Gupta & Rao, 2025).

H4b: Thiên kiến tự tin thái quá đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa niềm tin vào AI và chất lượng quyết định đầu tư.

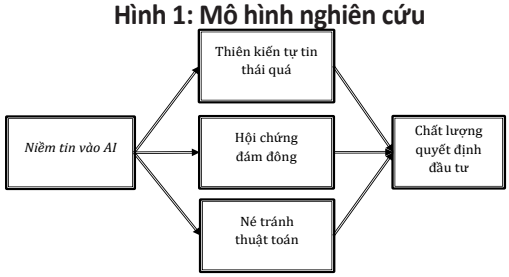
Các quyết định đầu tư trở nên kém độc lập và hiệu quả hơn do xu hướng tuân theo quyết định của số đông (Bikhchandani, Hirshleifer & Welch, 1992). Bằng cách dựa vào dữ liệu thay vì đi theo đám đông, các nhà đầu tư tin tưởng vào trí tuệ nhân tạo có thể đưa ra các quyết định tốt hơn và giảm thiểu tác động tiêu cực của hiệu ứng đám đông.

H4c: hội chứng đám đông đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa niềm tin vào AI và chất lượng quyết định đầu tư.

Tổng hợp các nghiên cứu cho thấy rằng các thiên kiến tài chính hành vi đóng vai trò trung gian quan trọng trong việc giải thích cơ chế tác động của niềm tin vào AI đến chất lượng quyết định đầu tư. Việc hiểu rõ hơn cách AI ảnh hưởng đến hành vi đầu tư cá nhân và các phương pháp giảm thiểu thiên kiến tâm lý có thể được cải thiện bằng cách xem xét các mối quan hệ trung gian này.

Mô hình nghiên cứu

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả, 2025

Phương pháp luận

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng để kiểm tra mô hình về cách niềm tin vào AI ảnh hưởng đến chất lượng các quyết định đầu tư, có tính đến vai trò trung gian của sự né tránh thuật toán, thiên kiến tự tin thái quá và hội chứng đám đông. Một bảng câu hỏi có cấu trúc đã được sử dụng để thu thập dữ liệu, và PLS-SEM một kỹ thuật phù hợp cho nghiên cứu hành vi và mô hình lý thuyết phức tạp đã được sử dụng để phân tích (Hair et al., 2021).

Dựa trên thang đo Likert 5 điểm, các biến số được lấy từ các nguồn đáng tin cậy: Chất lượng Quyết định Đầu tư từ Nofsinger (2018), Thiên kiến Tự tin thái quá từ Barber và Odean (2001), Sự né tránh thuật toán từ

Dietvorst et al. (2015), Niềm tin vào AI từ Hoff và Bashir (2015) và Glikson và Woolley (2020), và hội chứng đám đông từ Bikhchandani và Sharma (2001). Để đảm bảo tính rõ ràng và phù hợp với bối cảnh Việt Nam, bảng câu hỏi đã được các chuyên gia trong ngành fintech và tài chính xem xét.

Phương pháp lấy mẫu thuận tiện kết hợp với phương pháp lan truyền chuỗi được sử dụng để thu thập dữ liệu từ 500 nhà đầu tư cá nhân giao dịch tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kích thước mẫu này đảm bảo độ mạnh thống kê và đáp ứng các yêu cầu tối thiểu của PLS-SEM (Hair et al., 2021). Sau khi thu thập, dữ liệu được làm sạch, kiểm tra giá trị thang đo độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha, Độ tin cậy tổng hợp, AVE và HTMT, và kiểm tra phương sai phương pháp chung bằng kiểm định đơn nhân tố Harman (Henseler et al., 2015). Phương pháp bootstrap 5.000 mẫu được sử dụng để phân tích cấu trúc. Phương pháp bootstrap gián tiếp của Preacher và Hayes được sử dụng để kiểm tra vai trò trung gian của các sai lệch tài chính hành vi (2008). Phù hợp với các hướng dẫn đạo đức nghiên cứu khoa học xã hội, tính ẩn danh và tự nguyện được đảm bảo cho tất cả người tham gia.

Kết quả

Kết quả mô hình đo lường

Bảng 1 : Độ tin cậy và tính hợp lệ hội tụ

Xây dựng	Hệ số Cronbach Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	AVE	Hệ số tải trọng (Phạm vi)
Niềm tin vào trí tuệ nhân tạo	0.869	0.882	0.905	0,754 - 0,872
Sự né tránh thuật toán	0,935	0,9 35	0,954	0,897 - 0,923
Thiên kiến tự tin thái quá	0,956	0,966	0,966	0,912 - 0,927
Hội chứng đám đông	0,955	0,9 56	0,966	0,904 - 0,948
Chất lượng quyết định đầu tư	0.943	0,9 43	0,956	0,869 - 0,928

Nguồn: Tác giả, 2025

Kết quả nghiên cứu chứng minh rằng mọi thang đo đều đáp ứng các yêu cầu toàn cầu về tính hợp lệ hội tụ và độ tin cậy. Tính nhất quán nội bộ của thang đo được xác nhận bởi hệ số Cronbach's Alpha, dao động từ 0,869 đến 0,956 và vượt quá ngưỡng 0,70 (Hair et al., 2021). Độ tin cậy tổng hợp tốt được thể hiện bằng Độ tin cậy tổng hợp (0,882-0,966), tất cả đều trên 0,70. Theo Fornell và Larcker (1981), tất cả các giá trị AVE đều lớn hơn 0,50 (0,905-0,966), đáp ứng các yêu cầu về tính hợp lệ hội tụ. Khả năng đo lường mạnh mẽ của các biến quan sát được thể hiện bằng hệ số tải nhân tố dao động từ 0,754 đến 0,948, vượt quá mức tối thiểu được đề xuất là 0,70. Nhìn chung, thang đo đảm bảo giá trị đo lường và độ tin cậy, làm cho nó phù hợp để sử dụng trong phân tích mô hình cấu trúc.

Kết quả mô hình cấu trúc

Bảng 2: Hệ số đường dẫn

	β	Độ lệch chuẩn (STDEV)	Thống kê T (|O/STDEV|)	Giá trị P	Kết quả
AA = > ID	- 0,480	0,090	5.309	**0,000**	Được hỗ trợ
HB = > ID	- 0,503	0,093	5.426	**0,000**	Được hỗ trợ
OB = > ID	-0,026	0,0 8 6	0.330	**0,000**	Được hỗ trợ
TA = >AA	- 0.368	0,085	4,328	**0,000**	Được hỗ trợ
TA = >HB	- 0.416	0,081	5.116	**0,000**	Được hỗ trợ
TA = > OB	- 0.373	0,097	3,859	**0,000**	Được hỗ trợ
Trung gian					
	Tác động gián tiếp	Tiêu chuẩn độ lệch chuẩn (STDEV)	T thống kê (|O/STDEV|)	P giá trị	
TA = > OB = > ID	0. 2 10	0,0 5 4	2,678	**0,000**	
TA = > HB = > ID	0.209	0,056	3.704	**0,000**	
TA = > AA = > ID	0.177	0,061	2.899	**0,004**	

Nguồn: Tác giả, 2025

Phần lớn các hệ số đường dẫn trong Bảng 2 đều có ý nghĩa thống kê cao ($p < 0,001$), cho thấy mô hình lý thuyết là phù hợp. Cụ thể, sự né tránh thuật toán ($\beta = -0,480$, $p < 0,001$) và hội chứng đám đông ($\beta = -0,503$, $p < 0,001$) đều có tác động tiêu cực đáng kể đến chất lượng quyết định đầu tư, phù hợp với các lập luận về tác động tiêu cực của sai lệch hành vi đến hiệu quả ra quyết định (Barber & Odean, 2001; Bikhchandani & Sharma, 2001). Kết quả này có ý nghĩa thống kê ngay cả khi hệ số của sai lệch tự tin thái quá nhỏ ($\beta = -0,026$), cho thấy sai lệch tự tin thái quá cũng làm giảm chất lượng quyết định đầu tư.

Các phát hiện đều chỉ ra một hướng tác động tiêu cực và đáng kể đối với niềm tin vào AI: niềm tin vào AI làm giảm sự né tránh thuật toán ($\beta = -0,368$), hội chứng đám đông ($\beta = -0,416$) và thiên kiến tự tin thái quá ($\beta = -0,373$). Điều này chứng tỏ niềm tin vào AI rất quan trọng trong việc giảm thiểu sai lệch hành vi và nâng cao chất lượng các lựa chọn đầu tư cá nhân. Các phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước đây về vai trò của hệ thống hỗ trợ ra quyết định dựa trên AI trong việc giảm thiểu sai lệch (Glikson & Woolley, 2020; Logg et al., 2019).

Kết quả từ bảng phân tích tác động gián tiếp cho thấy mối quan hệ giữa chất lượng quyết định đầu tư và niềm tin vào AI được trung gian một cách có ý nghĩa thống kê bởi cả ba loại thiên kiến hành vi trong lĩnh vực tài chính. Cụ thể, thiên kiến tự tin thái quá dẫn đến tác động gián tiếp có ý nghĩa thống kê ($\beta = 0,210$, $p < 0,001$), cho thấy mức độ tin tưởng cao vào AI giúp giảm bớt sự tự tin thái quá và cải thiện chất lượng quyết định đầu tư. Phù hợp với nhận định rằng AI cung cấp nguồn thông tin khách quan và độc lập, hội chứng đám đông cũng là một yếu tố trung gian có ý nghĩa thống kê ($\beta = 0,209$, $p < 0,001$), cho thấy các nhà đầu tư có thể giảm bớt sự phụ thuộc vào hành vi đám đông bằng cách tin tưởng vào AI (Glikson & Woolley, 2020).

Cuối cùng, sự né tránh thuật toán tạo ra một hiệu ứng gián tiếp đáng kể ($\beta = 0,177$, $p = 0,004$), cho thấy nỗi sợ hãi về thuật toán giảm đi nhờ niềm tin vào AI, từ đó nâng cao chất lượng các quyết định đầu tư. Những phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước đây về cách niềm tin vào công nghệ giúp các nhà đầu tư đưa ra quyết định tốt hơn bằng cách giảm thiểu sai lệch nhận thức (Logg et al., 2019; Dietvorst et al., 2015).

Bàn luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng các quyết định đầu tư cá nhân bị ảnh hưởng đáng kể bởi niềm tin vào trí tuệ nhân tạo (AI). Thứ nhất, mối quan hệ tích cực giữa Niềm tin vào AI (TA) và Chất lượng Quyết định

Đầu tư (ID) cho thấy khi các nhà đầu tư tin tưởng vào khả năng phân tích và dự đoán của AI, họ có xu hướng đưa ra các quyết định hợp lý hơn. Điều này ủng hộ quan điểm rằng công nghệ AI cải thiện chất lượng ra quyết định bằng cách tăng hiệu quả xử lý thông tin và tính minh bạch (Nguyen & Pham, 2025).

Sự thiếu tin tưởng vào AI khuyến khích hành vi né tránh thuật toán, làm giảm hiệu quả đầu tư, như đã được chứng minh qua cơ chế truyền dẫn của sự né tránh thuật toán (Algorithm Aversion - AA). Phát hiện này ủng hộ luận điểm rằng việc áp dụng AI trong các hoạt động tài chính có thể bị cản trở bởi những lo ngại về rủi ro công nghệ hoặc thiếu kiến thức về các mô hình thuật toán (Trang, Tran, Le & Nguyen, 2024). Khi sự né tránh thuật toán gia tăng, các nhà đầu tư có nhiều khả năng quay trở lại với các đánh giá chủ quan, vốn kém hiệu quả hơn so với các hệ thống phân tích dữ liệu.

Tương tự, hội chứng đám đông (HB) đóng vai trò trung gian quan trọng, cho thấy các nhà đầu tư dễ bị ảnh hưởng bởi hành vi đám đông hơn khi họ ít tin tưởng vào AI. Theo nghiên cứu về tài chính hành vi, hội chứng đám đông làm giảm tính hợp lý trong đầu tư và làm tăng nguy cơ thiên vị (Bikhchandani & Sharma, 2001). Mặt khác, khi các nhà đầu tư tin tưởng hơn vào AI, họ có nhiều khả năng đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu hơn là tâm lý thị trường.

Kết quả nghiên cứu về thiên kiến tự tin thái quá (Overconfidence Bias - OB) cho thấy xu hướng đánh giá quá cao khả năng của bản thân ở các nhà đầu tư giảm đi khi họ tin tưởng vào trí tuệ nhân tạo (AI), mặc dù hiệu quả có thể yếu hơn. Theo Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2023), điều này phù hợp với nhận định rằng các công cụ AI hỗ trợ cung cấp thông tin khách quan, từ đó giảm thiểu hành vi chủ quan thái quá và điều chỉnh các sai lệch nhận thức.

Nhìn chung, nghiên cứu này chứng minh rằng niềm tin vào AI ảnh hưởng đến chất lượng quyết định đầu tư cả trực tiếp và gián tiếp bằng cách giảm thiểu các sai lệch hành vi.

Kết luận và khuyến nghị

Thông qua các tác động trực tiếp và gián tiếp qua ba thiên kiến hành vi quan trọng, nghiên cứu này khẳng định vai trò thiết yếu của niềm tin vào trí tuệ nhân tạo (AI) trong việc nâng cao chất lượng các quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân. Khi niềm tin vào công nghệ tăng lên, nhà đầu tư trở nên ít né tránh thuật toán hơn, ít tự tin thái quá hơn và ít hành động theo đám đông hơn, dẫn đến các lựa chọn đầu tư nhất quán, logic hơn và ít bị chi phối bởi cảm xúc hơn. Theo Logg et al. (2019) và Dietvorst et al. (2015), AI có tiềm năng tăng cường nhận thức, giảm thiểu thiên kiến hành vi và cải thiện hiệu suất ra quyết định trong môi trường tài chính phức tạp. Nhìn chung, kết quả cho thấy tâm lý học hành vi và công nghệ dữ liệu ngày càng liên kết chặt chẽ với nhau để nâng cao khả năng ra quyết định trong các nền kinh tế đang phát triển.

Dựa trên những kết luận này, nghiên cứu khuyến nghị các ngân hàng và tổ chức tài chính Việt Nam nên ưu tiên hàng đầu việc đầu tư vào phát triển và phổ biến các hệ thống AI theo cách thức thúc đẩy niềm tin của người dùng. Sự e ngại thuật toán, một trong những trở ngại chính đối với việc ứng dụng AI trong lĩnh vực tài chính, sẽ được giảm bớt nhờ các mô hình AI có khả năng giải thích, tính minh bạch trong xử lý dữ liệu và sự xác nhận của người dùng đối với các khuyến nghị (Glikson & Woolley, 2020). Để ngăn chặn sự tự tin thái quá và tâm lý đám đông đang phổ biến ở các thị trường đang phát triển như Việt Nam, các công ty phải đồng thời tích hợp AI vào các nền tảng giao dịch theo cách cho phép người dùng thấy rõ giá trị gia tăng của công nghệ (Bikhchandani & Sharma, 2000; Barber & Odean, 2001).

Cuối cùng, nghiên cứu này có ý nghĩa quan trọng đối với chính sách: các cơ quan quản lý nên tạo ra các khung pháp lý khuyến khích sự phát triển của AI đáng tin cậy trong lĩnh vực tài chính, đặt trọng tâm mạnh mẽ vào quản lý rủi ro, tính minh bạch và các yêu cầu đạo đức của mô hình dự đoán. Các tổ chức tài chính sẽ có thể đổi mới dễ dàng hơn trong một khung pháp lý rõ ràng và thống nhất, điều này cũng sẽ bảo vệ các nhà đầu tư khỏi bất kỳ rủi ro nào liên quan đến công nghệ. Do đó, niềm tin vào AI vừa là một tài sản mang tính hệ thống vừa là một yếu tố cá nhân quyết định sự thành công của quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính.

Tài liệu tham khảo:

Barber, BM, & Odean, T. (2001). Con trai vẫn là con trai: Giới tính, sự tự tin thái quá và đầu tư cổ phiếu phổ thông. Tạp chí Kinh tế hàng quý, 116(1), 261-292.

Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2001). hội chứng đám đông trên thị trường tài chính. Tài liệu của nhân viên IMF, 47(3), 279-310.

Glikson, E., & Woolley, AW (2020). Niềm tin của con người vào trí tuệ nhân tạo: Tổng quan về nghiên cứu thực nghiệm. Biên niên sử Học viện Quản lý, 14(2), 627-660.

Logg, JM, Minson, JA, & Moore, DA (2019). Đánh giá cao thuật toán: Mọi người thích phán đoán của thuật toán hơn phán đoán của con người. Hành vi tổ chức và quy trình ra quyết định của con người, 151, 90-103.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2023). Xu hướng ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong ngành ngân hàng. Hà Nội: Tác giả. Nguyễn, HT, & Phạm, TM (2025). Công nghệ số trong ngân hàng Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Khoa học & Công nghệ Ngân hàng.

Trang, CNH, Trần, LA, Lê, MA, & Nguyễn, TTH (2024). Chuyển đổi kỹ thuật số và tác động của nó đến rủi ro ngân hàng. Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh.

Dietvorst, BJ, Simmons, JP, & Massey, C. (2015). Sự né tránh thuật toán: Mọi người tránh né thuật toán một cách sai lầm sau khi thấy chúng mắc lỗi. Tạp chí Tâm lý học Thực nghiệm: Tổng quát, 144 (1), 114-126.

Downen, A., Kim, S., & Lee, J. (2023). Phản ứng hành vi đối với lời khuyên của AI trong đầu tư bán lẻ. Tạp chí Hành vi Kinh tế & Tổ chức, 215, 105-122.

Fornnell, C., & Larcker, DF (1981). Đánh giá các mô hình phương trình cấu trúc với các biến không quan sát được và sai số đo lường. Tạp chí Nghiên cứu Tiếp thị, 18(1), 39-50. Hair, JF, Hult, GTM, Ringle, CM, & Sarstedt, M. (2021). Giới thiệu về Mô hình Phương trình Cấu trúc Bình phương Tối thiểu Từng phần (PLS-SEM) (ấn bản thứ 3). Nhà xuất bản Sage.

Henseler, J., Ringle, CM, & Sarstedt, M. (2015). Một tiêu chí mới để đánh giá tính hợp lệ phân biệt trong mô hình phương trình cấu trúc dựa trên phương sai. Tạp chí của Học viện Khoa học Tiếp thị, 43(1), 115-135.

Hildebrand, C., & Bergner, S. (2022). Ứng dụng AI trong việc ra quyết định tài chính: Ý nghĩa về hành vi. Tạp chí Tài chính Hành vi, 23(3), 210-225.

Hsu, C.-L., Chiu, C.-M., & Pavlou, PA (2014). Hiểu về niềm tin của người dùng vào các dịch vụ tài chính được hỗ trợ bởi AI. Nghiên cứu và ứng dụng thương mại điện tử, 13(4), 226-237.

IMARC Group. (2024). Thị trường Fintech tại Việt Nam: Tăng trưởng, xu hướng và dự báo giai đoạn 2025-2033 . IMARC.

Kahneman, D. (2011). Tư duy nhanh và chậm . Farrar, Straus and Giroux.

McKnight, DH, & Pavlou, PA (2002). Mô hình ra quyết định của người tiêu dùng dựa trên niềm tin trong thương mại điện tử: Vai trò của niềm tin, rủi ro nhận thức và các tiền đề của chúng. Hệ thống hỗ trợ quyết định, 44(2), 544-564.

Nguyen, T. (2023). Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong ngân hàng: Niềm tin và quyết định đầu tư. Tạp chí Công nghệ Ngân hàng, 12 (2), 45-60.

Tran, L., & Le, H. (2022). Ngân hàng số và tư vấn dựa trên AI tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức. Tạp chí Tài chính Việt Nam, 8 (1), 12-28.

Vietstock. (2024). Thống kê sử dụng ví điện tử Việt Nam 2023-2024 . Vietstock.

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số: NCUD.09-2025.37

TÁC ĐỘNG CỦA KỶ LUẬT THỊ TRƯỜNG TỚI HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN TẠI VIỆT NAM

TS. Đặng Thị Quỳnh Anh*

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá tác động của kỷ luật thị trường đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại (NHTM) cổ phần tại Việt Nam giai đoạn 2010 - 2024. Dữ liệu được thu thập từ 27 ngân hàng, phân tích bằng các phương pháp hồi quy kinh tế lượng và sử dụng các kiểm định phù hợp, mô hình GLS được xác định là phù hợp nhất để đo lường tác động của các biến độc lập đến hiệu quả hoạt động ngân hàng. Kết quả hồi quy cho thấy quy mô ngân hàng (SIZE) có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động. Ngược lại, các biến tỷ lệ tiền gửi (DEPOSIT), chi phí hoạt động (OE) và đa dạng hóa thu nhập (DIV) lại có tác động ngược chiều so với kỳ vọng ban đầu, phản ánh sự đánh đổi giữa chi phí, rủi ro và hiệu quả. Ngoài ra, các yếu tố vĩ mô như tăng trưởng GDP và lạm phát (INF) cũng có ảnh hưởng tích cực có ý nghĩa thống kê đến ROA và ROE. Kết quả nghiên cứu cung cấp hàm ý quan trọng cho các nhà quản trị ngân hàng trong việc tăng cường kỷ luật thị trường nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh.

• Từ khóa: *hiệu quả hoạt động, kỷ luật tài chính, tác động, NHTM.*

This study examines the impact of market discipline on the performance of joint-stock commercial banks in Vietnam during the period 2010-2024. Data were collected from 27 banks and analyzed using econometric regression techniques with appropriate diagnostic tests. The Generalized Least Squares (GLS) model was identified as the most suitable specification to estimate the effects of independent variables on bank performance. The regression results indicate that bank size (SIZE) has a positive and statistically significant impact on performance. Conversely, the variables deposit ratio (DEPOSIT), operating expenses (OE), and income diversification (DIV) exhibit negative effects contrary to the initial hypotheses, reflecting trade-offs between cost, risk, and efficiency. Moreover, macroeconomic factors such as GDP growth and inflation (INF) also show positive and significant influences on return on assets (ROA) and return on equity (ROE). The findings provide important managerial implications for bank executives, emphasizing the role of enhancing market discipline to improve operational efficiency and strengthen competitive capacity within Vietnam's banking sector.

• Key words: *market discipline, bank performance, commercial banks.*

JEL codes: G21, G28, C33, E4

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.33

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang đối mặt với nhiều biến động, việc duy trì sự ổn định cho hệ thống ngân hàng trở thành ưu tiên cao nhất của các nhà hoạch định chính sách, bởi ngân hàng không chỉ là nền tảng của hệ thống tài chính mà còn là yếu tố thúc đẩy sự phát triển kinh tế. Tại Việt Nam, nhằm nâng cao sự ổn định và mở rộng quy mô phát triển trong lĩnh vực ngân hàng, nhiều thông tư và nghị định đã được ban hành nhằm đảm bảo các ngân hàng tuân thủ các tiêu chuẩn của Hiệp ước Basel II nhằm mục tiêu tăng cường kỷ luật thị trường trong hệ thống ngân hàng. Theo nghiên cứu của Flannery (2001), kỷ luật thị trường có thể giúp ngăn chặn hành vi rủi ro quá mức của các ngân hàng thông qua việc các nhà đầu tư yêu cầu bồi thường rủi ro cao hơn hoặc rút vốn khi thông tin tiêu cực được công bố. Rahman và cộng sự (2020) trên các quốc gia châu Á cũng cho thấy kỷ luật thị trường đóng vai trò như một công cụ bổ sung hữu hiệu cho giám sát ngân hàng, đặc biệt trong các nền kinh tế đang phát triển - nơi mà giám sát từ cơ quan quản lý còn hạn chế. Tại Việt Nam, một số nghiên cứu thực nghiệm cũng đã bước đầu phân tích vai trò của kỷ luật thị trường. Cụ thể, Nguyễn Chí Đức và cộng sự (2012) đã chỉ ra rằng các ngân hàng có chỉ số minh bạch thấp thường có hiệu quả hoạt động kém và bị khách hàng phản ứng thông qua hành vi rút tiền hoặc không tái gửi. Ngoài ra, nghiên cứu của Trần Việt Dũng & Lữ Hữu Chí (2020) đã chỉ

** Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh; email: anhdtq@hub.edu.vn*

ra rằng sau khủng hoảng tài chính 2008, kỷ luật thị trường trong hệ thống ngân hàng Việt Nam còn yếu, nhưng đã bắt đầu hình thành thông qua cơ chế lãi suất tiền gửi và lựa chọn ngân hàng của khách hàng. Chính vì vậy, việc đánh giá tác động kỷ luật thị trường trong công tác giám sát các ngân hàng TMCP ở Việt Nam có khả năng đem lại những giá trị thiết thực cho cả mạng lưới ngân hàng TMCP nói riêng và nền kinh tế nói chung, đồng thời cung cấp thông tin và nhận định quan trọng để cải thiện công tác quản lý, tối ưu hóa quy trình hoạt động và cắt giảm chi phí của các NHTM. Những tác động tích cực này tạo điều kiện thuận lợi cho việc hội nhập kinh tế toàn cầu, tăng tính minh bạch và củng cố lòng tin của các nhà đầu tư ở Việt Nam hiện nay.

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

2.1. Khái niệm kỷ luật thị trường

Flannery (2001), Park & Peristiani (1998) cho rằng kỷ luật thị trường là cơ chế giám sát tự nhiên từ phía các chủ thể thị trường bên ngoài như người gửi tiền, nhà đầu tư, các tổ chức xếp hạng tín nhiệm nhằm buộc các NHTM phải vận hành an toàn và hiệu quả hơn. Theo Hiệp ước Basel II (2004) kỷ luật thị trường tạo ra các động lực mạnh mẽ buộc các ngân hàng phải vận hành an toàn, lành mạnh và hiệu quả, khi các chủ thể trên thị trường phản ứng với các thông tin liên quan đến hồ sơ rủi ro và tình hình tài chính của ngân hàng.

2.2. Hiệu quả hoạt động của các NHTM

Theo Antonia, Ludger và Vito (2006), hiệu quả được hiểu là phép so sánh giữa giá trị đầu vào và đầu ra, hay giữa lợi nhuận thu được và chi phí bỏ ra. Trần Huy Hoàng và Nguyễn Thị Ngọc Hằng (2019) còn nhấn mạnh rằng, khi đánh giá hiệu quả hoạt động của các NHTM, chúng ta có thể nhìn nhận từ hai khía cạnh khác nhau. Thứ nhất là khả năng chuyển đổi các yếu tố đầu vào thành kết quả đầu ra, Thứ hai là mức độ an toàn trong quá trình hoạt động của tổ chức, điều này thể hiện qua khả năng kiểm soát rủi ro hiệu quả và duy trì sự ổn định lâu dài của ngân trong môi trường nhiều biến động. Hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại có thể được đánh giá thông qua nhiều chỉ số tài chính khác nhau. Trong đó, ba chỉ số phổ biến và được sử dụng rộng rãi nhất bao gồm: tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA), tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) và tỷ lệ thu nhập lãi ròng (NIM). Các chỉ tiêu này không chỉ phản ánh năng lực sinh lời của ngân hàng mà còn cho thấy hiệu quả sử dụng tài sản và vốn của tổ chức trong quá trình hoạt động.

2.3. Một số các nghiên cứu trước có liên quan

Nghiên cứu của Uchida & Satake (2009) đã sử dụng dữ liệu bảng cân đối kế toán của các ngân hàng Nhật Bản, được thu thập từ công ty Nikkei NEEDS, trong giai đoạn tháng 03/2000-03/2005 để xem xét tác động của kỷ luật thị trường đối với hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Nhật Bản. Hai kênh kỷ luật thị trường được phân tích gồm: người gửi tiền và nhà đầu tư. Hiệu quả hoạt động được đo lường theo hiệu quả chi phí và hiệu quả lợi nhuận. Kết quả cho thấy, kỷ luật thị trường từ phía người gửi tiền có mối tương quan tích cực với hiệu quả chi phí nhưng không đáng kể với hiệu quả lợi nhuận; trong khi kỷ luật từ phía nhà đầu tư lại có tác động tích cực đến hiệu quả lợi nhuận nhưng không đáng kể với hiệu quả chi phí. Nghiên cứu chỉ ra rằng tác động của kỷ luật thị trường phụ thuộc vào kênh thực thi và loại hiệu quả được xem xét.

Hamid & Yunus (2017) đã tiến hành đánh giá tác động của kỷ luật tài chính trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động ngân hàng, với dữ liệu được thu thập từ 1995 đến 2005, gồm 122 ngân hàng đến từ năm quốc gia Đông Á: Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan và Hàn Quốc. Dữ liệu ngân hàng được thu thập từ nguồn BankScope cũng như từ các trang web chính thức của ngân hàng, trong khi các số liệu kinh tế vĩ mô được lấy từ cơ sở dữ liệu Thống kê Tài chính Quốc tế (IFS). Trong nghiên cứu này, kỷ luật tài chính được đo lường thông qua hai yếu tố: mức độ công bố thông tin và tỷ lệ sở hữu tiền gửi giữa các ngân hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc sở hữu tiền gửi giữa các ngân hàng đóng vai trò là một công cụ kỷ luật tài chính có hiệu quả. Tuy nhiên, việc công bố thông tin chỉ thực sự có ảnh hưởng rõ nét khi thị trường có mức độ tập trung cao. Ngoài ra, nghiên cứu cũng phát hiện rằng các ngân hàng thuộc sở hữu nhà nước, ngân hàng có vốn nước ngoài hoặc đã từng nhận tái cấp vốn chịu sự giám sát từ thị trường thông qua kênh công bố thông tin, trong khi sở hữu tiền gửi giữa các ngân hàng lại không cho thấy hiệu quả tương tự trong các trường hợp này. Cuối cùng, nghiên cứu chỉ ra rằng các ngân hàng thường xuyên công bố thông tin về rủi ro thì cũng sẽ duy trì nguồn vốn cao hơn nhằm phòng ngừa các khoản vay không sinh lời.

Nghiên cứu của Nguyen & Le (2023) tập trung vào các ngân hàng niêm yết tại 5 quốc gia Đông Nam Á (gồm Việt Nam, Thái Lan, Malaysia, Indonesia và Philippines) trong giai đoạn 2006-2019. Mô hình VAR (vector autoregression) được áp dụng để kiểm định mối quan hệ hai chiều giữa

kỷ luật tài chính với rủi ro ngân hàng. Kỷ luật tài chính được đo lường thông qua tỷ lệ tiền gửi khách hàng và tiền gửi liên ngân hàng trên tổng tài sản. Kết quả cho thấy tồn tại mối quan hệ hai chiều: kỷ luật tài chính có thể giúp giảm rủi ro ngân hàng, đồng thời các ngân hàng được xác định đang tiềm ẩn rủi ro cao lại khó duy trì được nguồn tiền gửi ổn định từ thị trường. Ngoài ra, ảnh hưởng của kỷ luật tài chính còn phụ thuộc vào mức độ minh bạch thông tin, năng lực tài chính của ngân hàng và khung pháp lý tại mỗi quốc gia.

Tại Việt Nam cũng đã có một số bài nghiên cứu liên quan đến kỷ luật thị trường nhưng còn phân tán và chưa đầy đủ. Bùi Thị Kim Hạnh và cộng sự (2023) đã phân tích tác động của kỷ luật tài chính đối với hiệu quả hoạt động của 30 NHTM tại Việt Nam trong khoảng thời gian 2009-2022, sử dụng các phương pháp hồi quy OLS, FEM, REM và GLS. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng KLTT có ảnh hưởng rõ rệt đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng, trong đó biến LISTED có tác động dương với ROA và ROE ở mức ý nghĩa 1%, biến CDR thì có tác động dương với ROE tại mức ý nghĩa 5%, còn biến DEPOSIT lại có tác động âm đối với cả 3 biến với mức ý nghĩa 1%. Trần Việt Dũng & Lữ Hữu Chí (2020) đã sử dụng bộ dữ liệu giai đoạn 2010-2019 của 19 ngân hàng thương mại niêm yết tại Việt Nam để phân tích thực nghiệm đánh giá mức độ kỷ luật tài chính giữa các ngân hàng. Phương pháp nghiên cứu sử dụng cả phân tích định tính và định lượng sơ bộ. Trong đó, chi phí lãi trên tổng tiền gửi và đòn bẩy tài chính được lựa chọn làm đại diện cho áp lực thị trường; các ngân hàng cũng được phân loại theo nhóm SIB (có vai trò hệ thống) và các ngân hàng còn lại. Kết quả cho thấy kỷ luật tài chính tồn tại nhưng ở mức độ yếu và có sự phân hóa rõ rệt. Đối với nhóm SIB, người gửi tiền dường như không yêu cầu lãi suất cao hơn khi ngân hàng có hiệu quả hoạt động kém hoặc rủi ro cao.

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên lý thuyết về kỷ luật thị trường, cho rằng người gửi tiền và nhà đầu tư có thể giám sát và gây áp lực buộc ngân hàng hoạt động an toàn, từ đó cải thiện hiệu quả hoạt động. Cơ sở lý thuyết này được bổ trợ bởi lý thuyết thông tin bất cân xứng và lý thuyết đại diện, nhấn mạnh vai trò giám sát của thị trường nhằm hạn chế rủi ro đạo đức và nâng cao hiệu quả sinh lời. Trên cơ sở đó, đề tài điều chỉnh và kế thừa mô hình đa biến của Uchida & Satake (2009); Bùi Thị Kim Hạnh và cộng sự (2023).

Cụ thể mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DEPOSITR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 OE_{i,t} + \beta_4 DIV_{i,t} + \beta_5 GDP + \beta_6 INF + \varepsilon_{i,t}$$

$$ROE_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DEPOSITR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 OE_{i,t} + \beta_4 DIV_{i,t} + \beta_5 GDP + \beta_6 INF + \varepsilon_{i,t}$$

Trong đó:

ROA: tỷ số lợi nhuận ròng trên tài sản

ROE: tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu

DEPOSIT: tỷ lệ dư nợ tiền gửi hiện hành trên tổng tài sản của ngân hàng

SIZE: quy mô ngân hàng

OE: chi phí hoạt động của ngân hàng

DIV: đa dạng hóa thu thập

GDP: tổng sản phẩm quốc nội.

INF: tỷ lệ lạm phát

i: ngân hàng thứ I, t: thời điểm

β_0 là hệ số chặn, β_1 đến β_6 là các hệ số góc, $\varepsilon_{i,t}$ là phần dư trong mô hình.

3.2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được sử dụng trong bài nghiên cứu là dữ liệu của 27 NHTMCP ở Việt Nam giai đoạn 2010-2024 được thu thập từ hệ thống FiinPro, báo cáo tài chính đã được kiểm toán của các ngân hàng và thông tin được công bố chi tiết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô như GDP và tỷ lệ lạm phát được lấy từ Tổng cục Thống Kê Việt Nam.

Bảng 1. Đo lường các biến sử dụng trong mô hình

STT	Biến	Đo lường	Kí hiệu	Kỳ vọng về dấu	Nghiên cứu
1	Tỷ lệ dư nợ tiền gửi trên tổng tài sản	$DEPOSITR_{i,t} = \frac{\text{Tiền gửi hiện hành}}{\text{Tổng tài sản}}$	DEPOSIT	(+)	(Uchida & Satake, 2009); (Hamid & Yunus, 2017)
2	Quy mô ngân hàng	$SIZE_{i,t} = \ln(\text{tổng tài sản})$	SIZE	(+)	Berger và Humphrey (1997); Dietrich và Wanzenried (2014)
3	Chi phí hoạt động	$OE_{i,t} = \frac{\text{Chi phí hoạt động}}{\text{Tổng tài sản}}$	OE	(-)	Berger và Humphrey (1997); Dietrich và Wanzenried (2014)
4	Đa dạng hóa thu nhập	$DIV_{i,t} = \frac{\text{Thu nhập ngoài lãi}}{\text{Tổng tài sản}}$	DIV	(+)	Stiroh (2004); DeYoung và Roland (2001); Bourke (1989)
5	Tỷ lệ lạm phát		INF	(+)	Al-Qudah (2011); Athanasoglou et al. (2008)
6	Tăng trưởng kinh tế		GDP	(+)	Kosmidou (2008); Athanasoglou et al. (2008)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Trong đó, các biến được kì vọng dấu như sau:

Giả thuyết H1: Tỷ lệ dư nợ tiền gửi trên tổng tài sản (DEPOSIT) có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Giả thuyết H2: Quy mô ngân hàng (SIZE) có tác động cùng chiều tới hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Giả thuyết H3: Chi phí hoạt động (OE) tác động ngược chiều đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Giả thuyết H4: Đa dạng hóa thu nhập (DIV) có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Giả thuyết H5: Tỷ lệ lạm phát (INF) có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Giả thuyết H6: Tăng trưởng kinh tế (GDP) có tác động cùng chiều tới hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

3.2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành hồi quy tuyến tính theo các mô hình hồi quy dữ liệu bảng và phân tích tương quan giữa các biến. Phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất tổng quát (GLS) được lựa chọn là mô hình tốt nhất cho dữ liệu bảng thu thập được. Sau đó, các kiểm định đối với mô hình hồi quy được tiến hành để đảm bảo tính chính xác và độ tin cậy của các kết quả nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả thống kê, mô tả các biến trong mô hình

Bảng 2 cung cấp kết quả thống kê mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu. Dữ liệu bao gồm 27 NHTM tại Việt Nam gồm 405 quan sát. Biến phụ thuộc ROA trong giai đoạn nghiên cứu là 0.977%, độ lệch chuẩn khoảng 0.873, cho thấy mức sinh lời trên tài sản của các ngân hàng khá khiêm tốn nhưng ổn định. Giá trị cao nhất là 5.57% của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Công Thương vào năm 2010. Mức thấp nhất là -5.99% của Ngân hàng TMCP Tiên Phong vào năm 2011; ROE: tỷ số lợi nhuận ròng trên vốn chủ sở hữu bình quân của các ngân hàng TMCP tại Việt Nam trong giai đoạn 2010 - 2024 là 11,3257%, Giá trị thấp nhất là -3.33% của ngân hàng TMCP Quốc Dân vào năm 2023, trong khi giá trị cao nhất là của ngân hàng TMCP Quốc tế Việt Nam vào năm 2021 với 30.33%.

Biến đại diện cho kỷ luật thị trường (DEPOSIT) có giá trị trung bình khá cao là 63.7141%, với độ lệch chuẩn là 12.0714. Giá trị nhỏ nhất là 25.08% tại ngân hàng TMCP Tiên Phong vào năm 2011 và cao nhất lên đến 89.37% tại ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín vào năm 2015 thể hiện sự khác biệt rõ rệt trong cấu trúc nguồn vốn giữa các ngân hàng, quy mô ngân hàng (SIZE), giá trị trung bình đạt 32.5195 và dao động từ 29.7383 tại ngân hàng TMCP Bản Việt vào năm 2010 đến 35.5543 tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam vào năm 2024, với độ lệch chuẩn là 1.2329. Chi phí hoạt động (OE) trung bình của các NHTM là 1.6076%, với độ lệch chuẩn thấp 0.5108. Biến đo lường thu nhập ngoài lãi (DIV) có giá trị trung bình đạt 2.1253% và độ lệch chuẩn là 4.6179. Chỉ số lạm phát trung bình (INF) đạt mức 6.25%, tuy nhiên độ lệch chuẩn cao là 5.7567 cho thấy sự biến động mạnh về lạm phát trong giai đoạn nghiên cứu, với mức thấp nhất là 0.19% và cao nhất lên đến 19.89%.

Bảng 4.1: Thống kê mô tả các biến

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	405	0,9769	0,8728	-5,99	5,57
ROE	405	11,3257	7,6843	-3,33	30,33
DEPOSIT	405	63,7141	12,0714	25,08	89,37
SIZE	405	32,5195	1,2329	29,74	35,55
DIV	405	2,1253	4,6179	0,0062	23,94
OE	405	1,6076	0,5108	0,5825	5,1961
GDP	405	5,8453	1,4146	2,58	8,02
INF	405	6,25	5,7567	0,19	19,89

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm Stata 17.0

4.2. Kết quả hồi quy và thảo luận

Kết quả ở bảng 3 cho thấy biến DEPOSIT, đại diện cho kỷ luật tài chính, có mối quan hệ ngược chiều với cả ROA và ROE, đạt mức ý nghĩa thống kê 1%. Tức là khi các NHTM tại Việt Nam nâng cao kỷ luật tài chính 1% sẽ làm giảm hiệu quả hoạt động đo lường thông qua ROA 0,0162% và đo lường thông qua ROE là 0,1276%. Kết quả nghiên cứu có sự đồng nhất với kết quả nghiên cứu của Uchida & Satake (2009), Yaun và cộng sự (2022), Bùi Thị Kim Hạnh và cộng sự (2023). Do đó, mối quan hệ nghịch chiều giữa DEPOSIT với ROA và ROE trong nghiên cứu này là hợp lý và phản ánh rõ nét tính chất thực tiễn của hoạt động ngân hàng tại Việt Nam.

Biến SIZE có mối quan hệ dương với ROA và ROE với mức ý nghĩa 1%. Kết quả này phù hợp với kỳ vọng ban đầu mà đề tài đã đặt ra rằng quy mô ngân hàng có mối quan hệ cùng chiều với HQHĐ. Hơn nữa, kết quả này cũng tương tự như kết quả nghiên cứu của Berger & Humphrey (1997) và Ahmed và cộng sự (2015). Điều này được giải thích rằng khi các NHTM tại Việt Nam có tổng tài sản

lớn thường có khả năng đa dạng hóa rủi ro tốt hơn (Stiroh, 2004), giúp giảm thiểu rủi ro tổng thể, tăng trưởng ổn định của lợi nhuận từ đó cải thiện ROA và ROE.

Biến OE tác động cùng chiều với hiệu quả hoạt động ở mức 1% trong mô hình ROA và 10% trong mô hình ROE. Kết quả này trái với kỳ vọng nghiên cứu ban đầu. Điều này được lý giải bởi việc các NHTM Việt Nam đang trong giai đoạn đầu tư mạnh vào các công nghệ, nâng cấp hệ thống và mở rộng mạng lưới để nâng cao năng lực cạnh tranh. Kết quả này cũng tương tự với kết quả nghiên cứu của Bùi Thị Kim Hạnh và cộng sự (2023), nhấn mạnh mối quan hệ đặc thù giữa chi phí và hiệu quả trong ngành ngân hàng tại Việt Nam.

Biến DIV có mối tương quan âm với hiệu hiệu quả hoạt động của ngân hàng với mức ý nghĩa 1% khi đo lường thông qua ROA và 5% khi đo lường thông qua ROE. Kết quả này được xem là ngược với kỳ vọng ban đầu mà đề tài đặt ra, Tuy nhiên, có sự đồng nhất với kết quả nghiên cứu của Gamra và Plihon (2011), Li và cộng sự (2021). Biến GDP mang hệ số dương trong cả hai mô hình và đều có ý nghĩa ở mức 5%. Điều này đồng nhất với kỳ vọng đề tài đã đề ra. Hơn nữa, kết quả cũng tương đồng với các nghiên cứu của Athanasoglou và cộng sự (2008), Flamini và cộng sự (2009). Biến INF cũng có tác động tích cực đến cả ROA và ROE ở mức 10% và 5%, đúng như kỳ vọng ban đầu rằng lạm phát tác động cùng chiều với HQHĐ của ngân hàng. Hơn nữa, kết quả còn trùng khớp với kết quả nghiên cứu của Athanasoglou và cộng sự (2008). Nguyên nhân của mối quan hệ tích cực này là vì trong giai doạn lạm phát, để bù đắp sự mất giá của đồng tiền các NHTM Việt Nam thường sẽ gia tăng lãi suất cho vay. Do đó, thu nhập từ lãi cũng tăng theo và hiệu quả hoạt động của các NHTM cũng cải thiện.

Bảng 3. Kết quả mô hình hồi quy FGLS

Biến	Dấu kỳ vọng	Kết quả (ROA)	Mức ý nghĩa	Hệ số hồi quy	Kết quả (ROE)	Mức ý nghĩa	Hệ số hồi quy
DEPOSIT	+	-	1%	-0.0162	-	1%	-0.1276
SIZE	+	+	1%	0.2114	+	1%	3.4865
OE	-	+	1%	0.2046	+	10%	0.9431
DIV	+	-	1%	-0.0202	-	5%	-0.1435
INF	+	+	10%	0.0053	+	5%	0.0588
GDP	+	+	5%	0.0221	+	5%	0.1945

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm Stata 17.0

5. Kết luận

Nghiên cứu tiến hành xem xét tác động của kỷ luật thị trường đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng TMCP tại Việt Nam trong giai đoạn 2010-2024, thông qua hai mô hình với biến phụ thuộc là ROA và ROE. Dữ liệu được thu thập từ 27 ngân hàng và phân tích bằng các phương pháp hồi quy kinh tế lượng như OLS, FEM, REM và GLS. Sau quá trình kiểm định lựa chọn mô hình và khắc phục các hiện tượng vi phạm giả định, mô hình GLS được sử dụng để đánh giá tác động của các biến độc lập đến hiệu quả hoạt động. Kết quả cho thấy biến SIZE (quy mô ngân hàng) có ý nghĩa thống kê và ảnh hưởng theo đúng kỳ vọng. Tuy nhiên, biến DEPOSIT (tỷ lệ dư nợ tiền gửi hiện hành trên tổng tài sản của ngân hàng), OE (chi phí hoạt động) và DIV (đa dạng hóa thu nhập) lại có ảnh hưởng trái chiều so với giả thuyết ban đầu, cho thấy mối quan hệ ngược chiều với hiệu quả hoạt động. Ngoài ra, các biến vĩ mô gồm tăng trưởng kinh tế (GDP) và lạm phát (INF) cũng cho thấy tác động tích cực có ý nghĩa thống kê đến ROA và ROE trong mô hình nghiên cứu. Dựa trên kết quả nghiên cứu, có thể thấy rằng hiệu quả của ngân hàng TMCP tại Việt Nam chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố nội tại và vĩ mô. Để nâng cao hiệu quả hoạt động, duy trì sự ổn định và tăng cường kỷ luật thị trường trong hệ thống ngân hàng, cần có những chính sách đồng bộ từ phía Nhà nước cũng như sự chủ động điều chỉnh từ chính các NHTM.

Tài liệu tham khảo:

Ahmed, A., Takeda, C., & Thomas, S. (2015). Bank performance: A theoretical and empirical framework. Journal of Banking and Finance, 39(4), 456-468. https://doi.org/10.xxxx/j.jbf.2015.01.004

Antonia, A., Ludger, S., & Vito, T. (2006). Measuring performance in the banking sector. IMF Working Paper, No. 06/123. International Monetary Fund. https://doi.org/10.xxxx/imf.wp.06.123

Athanasoglou, P. P., Brissimis, S. N., & Delis, M. D. (2008). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability.

Berger, A. N., & Humphrey, D. B. (1997). Efficiency of financial institutions: International survey and directions for future research. European Journal of Operational Research, 98(2), 175-212. https://doi.org/10.1016/S0377-2217(96)00342-6

Flannery, M. J. (2001). The Faces of "Market Discipline." Journal of Financial Services Research, 20(2), 107-119. https://doi.org/10.1023/A:1012455806431

Trần Việt Dũng & Lữ Hữu Chí. (2020). Kỷ luật thị trường Việt Nam: Góc nhìn từ thực trạng các ngân hàng thương mại. Tạp chí Kinh tế và Ngân hàng châu Á, 177, Article 177. https://doi.org/10.63065/ajeb.vn.2020.177.66539

Nguyễn Trí Đức (2024). Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đến mối quan hệ giữa rủi ro và kỷ luật thị trường ở các ngân hàng ASEAN-5. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 09(873), 49-51.

Gamra, S. B., & Plihon, D. (2011). Revenue diversification in emerging market banks: Implications for financial performance (No. arXiv:1107.0170). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.1107.0170

Bùi Thị Kim Hạnh, Trần Huy Hoàng, & Huỳnh Quang Linh. (2023). Tác động của kỷ luật thị trường đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Tạp chí Tài chính. https://tapchitaichinh.vn/tac-dong-cua-ky-luat-thi-truong-den-hieu-qua-tai-chinh-cua-cac-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam.html

Trần Huy Hoàng, Nguyễn Thị Ngọc Hằng (2019) "Phân tích các yếu tố tác động đến hiệu quả hoạt động của hệ thống NHTM Việt Nam" Tạp chí khoa học kinh tế, số 7(03) 2019

Park, S., & Peristiani, S. (1998). Market discipline by thrift depositors. Journal of Money, Credit and Banking, 30(3), 347-364. https://doi.org/10.2307/2601128

Li, X., Feng, H., Zhao, S., & Carter, D. A. (2021). The effect of revenue diversification on bank profitability and risk during the COVID-19 pandemic. Finance Research Letters, 43, 101957. https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.101957

Nguyen, D. T., & Le, T. (2023). The interrelationships between bank risk and market discipline in Southeast Asia. Studies in Economics and Finance, 40(2), 354-372. https://doi.org/10.1108/SEF-02-2022-0122

Uchida, H., & Satake, M. (2009). Market discipline and bank efficiency. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 19(5), 792-802. https://doi.org/10.1016/j.intfin.2009.02.003

LÃNH ĐẠO ĐẠO ĐỨC VÀ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP: TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

ThS. Nguyễn Minh Trang*

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp lớn đối diện với rất nhiều vấn đề liên quan đến việc kinh doanh thiếu đạo đức. Những hành vi kinh doanh phi đạo đức này đã đem lại cho doanh nghiệp rất nhiều tổn thất, gây tổn hại đến hình ảnh và uy tín, cũng như niềm tin của xã hội đối với doanh nghiệp, và có thể dẫn đến phá sản. Những vụ bê bối này cũng chứng minh rằng, nếu các nhà lãnh đạo có những hành vi phi đạo đức, thì dù các quy định của doanh nghiệp hay triết lý kinh doanh được thiết lập tốt đến đâu cũng không thể cứu được doanh nghiệp khỏi thất bại. Các nghiên cứu gần đây đã chỉ ra lãnh đạo đạo đức có khả năng ảnh hưởng đến văn hóa tổ chức và định hướng nhận thức, hành vi của các thành viên. Lãnh đạo đạo đức còn được nhận định là yếu tố cần thiết với các tổ chức vì nó có thể giúp các tổ chức giảm chi phí kinh doanh thông qua việc đối xử công bằng và có đạo đức với nhân viên cũng như các nguồn lực khác của doanh nghiệp.

• Từ khóa: *lãnh đạo đạo đức, kết quả hoạt động của doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp.*

In recent years, many corporations have faced numerous issues due to various cases of unethical business practices. Such unethical behaviors have resulted in significant losses for organizations, damaging their reputation as wel as eroding public trust, especially in some cases even leading to organization failure or bankruptcy. These corporate scandals highlight a critical issue: when leaders engage in unethical conduct, even well-established organization regulations or sophisticated philosophies are insufficient to prevent organizational decline. In response to these challenges, ethical leadership has merged as an important research focus in organizational and management studies. Recent studies suggest that ethical leadership play an important role in shaping organizational culture and guiding the perceptions and behaviors of organizational members. By demonstrating fairness, integrity and concern for stakeholders, ethical leadership can foster an ethical work climate that encourages responsible behavior among employees. Moreover, ethical leadership is considered a vital mechanism for enhacing organizational effectiveness, as it helps reduce operational and monitoring costs through fair and ethical treatment of employees and other organizational resources.

• Key words: *ethical leadership, firm performance, corporate culture.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.34

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, tính minh bạch, trách nhiệm xã hội và đạo đức trong kinh doanh là những tiêu chuẩn được quan tâm hàng đầu. Các doanh nghiệp không chỉ chịu sự quản lý của các cơ quan nhà nước mà còn chịu sự giám sát từ phía người tiêu dùng, nhà đầu tư, và cả cộng đồng nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh tuân thủ Pháp luật, trung thực và có trách nhiệm. Để duy trì được hiệu quả hoạt động, xây dựng niềm tin và hướng tới phát triển bền vững, lãnh đạo doanh nghiệp với vai trò định hướng văn hóa và giá trị đạo đức được xem là một trong những nhân tố quyết định (Dey và cộng sự, 2022).

Tại Việt Nam, trong 5 năm trở lại đây ghi nhận những vấn đề sai phạm nghiêm trọng trong hoạt động kinh doanh như hàng giả, hàng kém chất lượng, quảng cáo sai sự thật, gian lận thương mại… đặc biệt các bê bối tài chính gây thiệt hại hàng nghìn tỷ đồng đã có những tác động tiêu cực đến thị trường, gây mất niềm tin ở người tiêu dùng. Điều này cũng đem lại những thách thức, đòi hỏi sự minh bạch và trách nhiệm ngày càng cao cho doanh nghiệp. Song song với đó, Nhà nước cũng đang triển khai những chính sách tăng cường nhằm thúc đẩy đạo đức kinh doanh. Trong Nghị quyết số 68-NQ/TW Đảng đã xác định rõ, các doanh nghiệp muốn phát triển bền vững và hiệu quả phải đề cao đạo đức kinh doanh, phát huy trách nhiệm xã hội, thúc đẩy mạnh mẽ tinh thần kinh doanh và tạo mọi điều kiện thuận lợi để doanh nhân tham gia quản trị đất nước (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2025). Từ các thực

** Viện Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Thương mại; email: trang.nm1@tmu.edu.vn*

trạng đó, có thể thấy lãnh đạo đạo đức không chỉ là vấn đề lý thuyết mà có ảnh hưởng thiết thực tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp tại Việt Nam. Việc lãnh đạo thể hiện đạo đức thông qua các quyết định, chính sách nội bộ, ứng xử với nhân viên, khách hàng, đối tác,… có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động tài chính, hình ảnh, niềm tin, khả năng thu hút vốn và phát triển bền vững. Nghiên cứu này được thực hiện sẽ tổng quan các công trình khoa học trong và ngoài nước, để từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lãnh đạo đạo đức

Lãnh đạo là chủ đề đã được nghiên cứu trong nhiều thập kỷ với nhiều cách tiếp cận khác, tuy nhiên các nghiên cứu đề đưa ra quan điểm chung về *lãnh đạo chính là cách tác động và ảnh hưởng đến các cá nhân khác.* Trong đó, các nghiên cứu đều khẳng định lãnh đạo là chức năng quan trọng của quản trị tổ chức, thể hiện ảnh hưởng của người đứng đầu hoặc các cấp quản lý trung gian đến các nhà quản trị cấp thấp hơn hoặc nhăn viên.

Các khái niệm về lãnh đạo đã được đưa ra trong hàng thập kỉ qua và chỉ tập trung phân tích vào những đặc điểm cá nhân, hành vi của người lãnh đạo. Tuy nhiên vào thể kỉ 20, Bass (1990) đã tạo nên bước đột phá trong lĩnh vực này khi lưu ý rằng lãnh đạo không chỉ là quá trình ảnh hưởng của người lãnh đạo lên người khác mà còn là quá trình tương tác có thể bị ảnh hưởng bởi bất kỳ ai liên quan. Theo sau đó, các nhà khoa học đã mở rộng khai thác chủ để lãnh đạo dựa trên mối quan hệ - vai trò, nhận thức của cấp dưới, ảnh hưởng đối với cấp dưới, ảnh hưởng đến việc thực hiện mục tiêu nhiệm vụ và ảnh hướng với văn hóa tổ chức (Tummers và Bakker, 2021).

Lãnh đạo đạo đức là một khái niệm phức tạp và đã được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau trong các tài liệu học thuật. Tuy nhiên, một điểm chung nổi bật trong hầu hết các định nghĩa là sự tập trung vào việc ra quyết định dựa trên những gì được coi là đúng đắn vì lợi ích chung, vượt ra ngoài những lợi ích cá nhân hoặc mục tiêu lợi nhuận đơn thuần của doanh nghiệp. Các nhà lãnh đạo đạo đức được đặc trưng bởi khả năng xem xét một cách toàn diện nhu cầu và lợi ích của các bên liên quan đa dạng, bao gồm khách hàng, cộng đồng và nhân viên, bên cạnh các mục tiêu tăng trưởng và doanh thu của công ty. Hơn nữa, một khía cạnh quan trọng của lãnh đạo đạo đức là khả năng và sự chủ động của nhà lãnh đạo trong việc khuyến khích các thành viên trong nhóm noi gương hành vi này, từ đó góp phần xây dựng một văn hóa nơi làm việc coi trọng sự minh bạch, hợp tác và hòa nhập, nơi mọi người cảm thấy an toàn và được trao quyền để chia sẻ tiếng nói của mình.

Các nghiên cứu sớm nhất định nghĩa về lãnh đạo đạo đức theo nhiều cách. Theo Brown và Trevino (2005), *lãnh đạo đạo đức được định nghĩa như sau: "nhà quản trị tác động đến nhân viên dưới quyền thông qua hành vi phù hợp chuẩn mực và qua mối quan hệ giữa nhà quản trị và các cá nhân trong tổ chức, bên cạnh đó nhà quản trị thúc đẩy và khuyến khích những hành vi có đạo đức thông qua giao tiếp hai chiều, đào tạo và ra quyết định".*

Định nghĩa này nêu bật hai thành phần chính của lãnh đạo có đạo đức. Đầu tiên, các nhà lãnh đạo có đạo đức là "một cá nhân có đạo đức", là những người trung thực, đáng tin cậy và đưa ra quyết định dựa trên các nguyên tắc, quan tâm đến lợi ích chung của nhân viên, tổ chức và xã hội. Họ là những cá nhân công bằng, không thiên vị, thể hiện hành vi đạo đức, quan tâm đến mong muốn của mọi người và bảo vệ quyền lợi của nhân viên một cách công bằng.

Thứ hai, các nhà lãnh đạo có đạo đức là "những người quản lý có đạo đức"; đề cập đến tất cả các nỗ lực và hoạt động mà một nhà lãnh đạo thực hiện để thúc đẩy việc ra quyết định và hành vi đạo đức của nhân viên. Họ truyền đạt rõ ràng các tiêu chuẩn đạo đức của mình và yêu cầu những nhân viên dưới quyền chịu trách nhiệm về hành vi đạo đức. Trong khuôn khổ này, các nhà lãnh đạo có đạo đức định hình kết quả liên quan đến công việc của những người theo dõi theo hai cách: trực tiếp thông qua việc làm gương và gián tiếp thông qua trao đổi xã hội.

2.2. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kết quả hoạt động doanh nghiệp là một khái niệm đa chiều và cũng là chủ đề có nhiều tranh luận. Các chỉ số đo lường hiệu quả truyền thống chỉ dựa trên tình hình tài chính và báo cáo kế toán hiện nay được xem là chưa đủ toàn diện để phản ánh kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Một số nghiên cứu cho rằng kết quả hoạt động của doanh nghiệp bao gồm kết quả tài chính, thị trường/ sản phẩm, giá trị đem lại cho cổ đông, tuy nhiên Hussain và cộng sự (2018) cho rằng cần bổ sung các chỉ số phi tài chính vào hệ thống đánh giá kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Trong nghiên cứu thực nghiệm của Tseng và cộng sự (2009) trong ngành sản xuất, kết quả nghiên cứu cũng chứng minh bên cạnh các thước đo về tài chính, các thang đo kết quả cạnh tranh của doanh nghiệp (bao gồm thị phần, tốc độ tăng trưởng, danh tiếng) cũng là nhân tố quan trọng để đo lường kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra Sardana và cộng sự (2020) đã xây dựng bộ thang đo gồm 3 biến quan sát lợi nhuận, thị phần và doanh số hàng hóa - dịch vụ.

Như vậy có thể thấy, kết quả hoạt động của doanh nghiệp không chỉ còn được đánh giá thông qua các chỉ số tài chính mà còn thể hiện qua các giá trị xã hội mà doanh nghiệp đóng góp thông qua việc thực hiện trách nhiệm xã hội, cải thiện đời sống người lao động, nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng.

3. Tổng quan nghiên cứu về ảnh hưởng lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

3.1. Các nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức

Các quan tâm đầu tiên về đạo đức trong lãnh đạo đã được kiểm chứng qua những nghiên cứu trước đây về lãnh đạo chuyển đổi, lãnh đạo phục tùng…, điểm chung của các phong cách lãnh đạo này là coi nhà quản trị như hình mẫu cho hành động trong tổ chức, việc họ có hành vi đạo đức hay phi đạo đức có thể ảnh hưởng trực tiếp đến suy nghĩ và hành vi của nhân viên dưới quyền. Ngày nay, kỳ vọng của các tổ chức không chỉ đạt mục tiêu kinh tế mà còn là xây dựng danh tiếng, niềm tin với khách hàng, đối tác và xã hội. Đặc biệt sau khi các vụ bê bối về hành vi phi đạo đức trong kinh doanh xảy ra thường xuyên với nguyên nhân xuất phát từ đội ngũ lãnh đạo, các nhà nghiên cứu đã tập trung phân tích lãnh đạo đạo đức nhiều hơn và cho rằng phong cách lãnh đạo này nên được nghiên cứu chuyên sâu một cách độc lập.

Thứ nhất, Brown và Trevino (2005) đã xây dựng định nghĩa về lãnh đạo đạo đức bao gồm đạo đức cá nhân và đạo đức nhà quản trị. Quan điểm này đã tiên phong trong nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức, cách tiếp cận này mang tính mô tả chỉ tiết hơn những yếu tố thúc đẩy và hệ quả của lãnh đạo đạo đức. Walumbwa và Schaubroeck (2009); Long và Như (2019) đều chứng minh các đặc điểm tính cách cá nhân có ảnh hưởng tích cực đến lãnh đạo đạo đức. Những nghiên cứu này đã đóng góp vào lý thuyết về lãnh đạo đạo đức bằng cách chứng minh các yếu tố tính cách cá nhân là nền tảng dự báo hành vi lãnh đạo đạo đức. Trong nghiên cứu của mình, Mayer và cộng sự (2012) cũng khẳng định những nhà quản trị có đặc điểm tâm lý như trung thực, giàu lòng trắc ẩn sẽ thúc đẩy hành xử có đạo đức.

Thứ hai, bên cạnh xây dựng khung lý thuyết định nghĩa, đặc trưng của lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu cũng đã xây dựng các công cụ đo lường phong cách lãnh đạo này. Brown và Trevino (2005) đã đưa ra một bộ thang đo gồm 10 biến quan sát, đây là bộ thang đo được sử dụng phổ biến để đánh giá hành vi của nhà lãnh đạo đạo đức. Kalshoven và cộng sự (2011) đã xây dựng bộ thang đo phát triển từ học thuyết của Hinkin (1998) bao gồm bảy thành tố: định hướng con người, sự công bằng, chia sẻ quyền lực, quan tâm đến tính bền vững, chỉ dẫn đạo đức, trách nhiệm và chính trực. Bộ thang đo này đã chỉ rõ các hành vi cụ thể cấu thành lãnh đạo đạo đức trong thực tế, đưa ra các biến quan sát chi tiết hơn để ứng dụng trong nhiều bối cảnh tổ chức. Khác với các thang đó trước đó, Langlois và cộng sự (2014) tập trung làm rõ hành vi của lãnh đạo đạo đức trong các tình huống phát sinh mâu thuẫn trách nhiệm và quyền lợi. Các nội dung trong bộ thang đo này phát ảnh hành vi ứng xử chuyên nghiệp của một nhà quản trị khi giải quyết những tình huống đạo đức tại nơi làm việc.

3.2. Các nghiên cứu về ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Trong những năm gần đây, lãnh đạo đạo đức đóng vai trò quan trọng trong nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong cả lĩnh vực sản xuất và công nghiệp. Đặc biệt trong bối cảnh nhận thức xã hội ngày càng thay đổi, sự kỳ vọng về việc thực hiện trách nhiệm xã hội và thực hiện kinh doanh có đạo đức cũng tăng cao. Càng nghiên cứu đã chỉ ra rằng, lãnh đạo đạo đức là một trong những yếu tố thúc đẩy sự thay đổi tích cực nhận thức và hành vi của nhân viên, từ đó nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Alkhadra và cộng sự, 2023; Dwi Widyani và cộng sự, 2020; Kim và Lee, 2024).

Lãnh đạo đạo đức khuyến khích những hành vi công bằng, chính trực và trách nhiệm, đây đồng thời cũng là những yếu tố tiền đề để xây dựng môi trường làm việc tích cực (Brown và Trevino, 2005). Những nhà lãnh đạo đạo đức luôn ưu tiên các hành vi đạo đức và cân nhắc quyền lợi của các đối tượng hữu quan có liên quan trong mọi quyết định của mình (Mayer và cộng sự, 2012; Walumbwa và Schaubroeck, 2011). Nhân viên sẽ có xu hướng tôn trọng những nhà lãnh đạo đạo đức, coi hành vi của các nhà lãnh đạo này là mô hình điển hình để tuân theo. Kim và Lee (2024) cũng đã khẳng định lãnh đạo đạo đức thúc đẩy phát triển văn hóa doanh nghiệp tích cực bằng cách truyền đạt cho nhân viên các giá trị về liêm chính, tin tưởng và tinh thần trách nhiệm. Nền tảng đạo đức này không chỉ nâng cao cam kết và gắn bó của nhân viên mà còn tăng cường khả năng đối phó với thách thức và nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt (Brown và Trevino, 2005; Kim và Lee, 2024).

Wang và cộng sự (2017) đã chứng minh lãnh đạo đạo đức có ảnh hưởng tích cực đến kết quả tài chính và xã hội của doanh nghiệp. Thông quan các định hướng nhân văn, trách nhiệm và bền vững của nhà quản trị, nhân viên cảm nhận mức độ công bằng tại nơi làm việc sẽ dễ hình thành bản sắc tập thể tích cực, từ đó hình thành sự gắn kết và kết quả làm việc của nhân

viên. Shin và cộng sự (2015) cũng cho rằng lãnh đạo đạo đức giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bằng cách thúc đẩy khí hậu đạo đức và công bằng quy trình ở cấp độ tổ chức.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức nói chung và ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động doanh nghiệp nói riêng còn hạn chế. Phần lớn các nghiên cứu tập trung khai thác ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả làm việc và các yếu tố cá nhân của nhân viên. Trong bối cảnh thắt chặt quản lý kinh tế của Nhà nước, thị trường cạnh tranh khốc liệt hơn khi các doanh nghiệp có yếu tố nước ngoài gia nhập, các doanh nghiệp càng cần đẩy mạnh hành vi đạo đức để nâng cao uy tín và vị thế. Nguyen và cộng sự (2021) kết luận lãnh đạo đạo đức đóng vai trò củng cố danh tiếng và kết quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua vai trò gián tiếp của trách nhiệm xã hội. Những nhà lãnh đạo đạo đức có nhận thức sâu sắc và sẵn sàng thực hiện trách nhiệm xã hội, từ đó nâng cao danh tiếng doanh nghiệp trong cả nội bộ lẫn bên ngoài. Bên cạnh đó trách nhiệm xã hội cũng tác động thuận lợi đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp ở cả khía cạnh tài chính và phi tài chính.

4. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xác định các yếu tố có liên quan trong mối quan hệ giữa ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Tác giả đã tiến hành tổng hợp các ngiên cứu liên quan đến lãnh đạo đạo đức, kết quả hoạt động của doanh nghiệp sau đó phân tích và đánh giá. Qua quá trình nghiên cứu, kết quả thu được sẽ giúp xác định các biến trung gian, biến kiểm soát bên cạnh biến độc lập (lãnh đạo đạo dức) và biến phụ thuộc (kết quả hoạt động của doanh nghiệp).

Kết quả của nghiên cứu sẽ là nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo để kiểm chứng ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức và kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

5. Khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

5.1 Mô hình lý thuyết

5.1.1. Thuyết trao đổi xã hội (Social exchange theory)

Thuyết trao đổi xã hội được nghiên cứu và ứng dụng phổ biến trong lĩnh vực xã hội học và tâm lý học xã hội. Mô hình này giả định rằng các tương tác xã hội có tính phục thuộc lẫn nhau và tạo các nghĩa vụ, có khả năng tác động lớn đến chất lượng các mối quan hệ (Blau, 1964). Khi nghiên cứu trong các tổ chức, mô hình cho thấy ảnh hưởng đến hành vi của các thành viên, tính công bằng trong tổ chức, mối quan hệ nhân viên - lãnh đạo… Việc nhấn mạnh vào " nghĩa vụ", "sự phụ thuộc lẫn nhau" làm nổi bật sự khác biệt của thuyết này so với các mô hình kinh tế thuần túy, nơi các trao đổi thường rời rạc, tức thời. Thuyết trao đổi xã hội hàm ý một cam kết hoặc kỳ vọng trong tương lai, những trao đổi này phụ thuộc lẫn nhau, gắn bó, năng động và liên tục, bền lâu.

Thuyết trao đổi xã hội là một khung lý thuyết phù hợp để khám phá cách thức cấp trên động viên, khuyến khích cấp dưới. Đặc biệt khi nghiên cứu lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng thuyết trao đổi xã hội là một cơ chế trung gian tiềm năng để lãnh đạo đạo đức ảnh hưởng đến hành vi làm việc của nhân viên. Khi nhân viên cảm nhận một mối quan hệ trao đổi xã hội chất lượng cao thông qua các tác động có đạo đức của lãnh đạo, nhân viên sẽ hình thành những cảm xúc biết ơn, niềm tin và nhận thức rõ ràng về nghĩa vụ, từ đó phản hồi bằng thái độ tích cực và hành vi làm việc hiệu quả.

5.1.2. Thuyết học tập xã hội (Social learning theory)

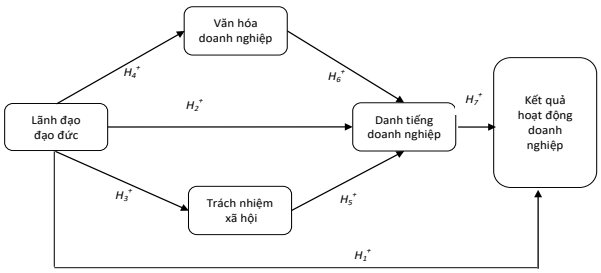
Lý thuyết này được mô tả là sự kết hợp giữa chủ nghĩa hành vi (lý thuyết học truyền thống và lý thuyết nhận thức). Lý thuyết này được phát triển trên ý tưởng: con người học từ các tương tác với nhau trong một bối cảnh xã hội cụ thể; thông quan việc quan sát hành vi, phản ứng của người khác, con người có xu hướng hình thành các hành vi tương tự. Đặc biệt là nếu các trải nghiệm đó là tích cực hoặc bao gồm phần thưởng liên quan đến hành vi quan sát được, con người sẽ dễ dàng tiếp nhận, hấp thụ và bắt chước. Như vậy theo lý thuyết này, 3 yếu tố bao gồm: hành vi, đặc điểm cá nhân và môi trường có tác động tương tác và chi phối lẫn nhau.

Thuyết học tập xã hội cung cấp cơ sở cho việc học và chuẩn hóa các quy tắc xã hội trong cuộc sống. Lý thuyết học tập xã hội cho rằng con người học hỏi lẫn nhau thông qua: quan sát; tăng cường nội tại và mô hình hóa. Khi ứng học trong nghiên cứu lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu nhận thấy, các nhà lãnh đạo đạo đức ảnh hưởng đến hành vi đạo đức của nhân viên dưới quyền thông quan việc mô hình hóa. Theo Bandura (1985), hầu hết mọi thứ có thể học được thông qua các trải nghiệm trực tiếp hoặc gián tiếp, chính vì vậy nhà lãnh đạo đức hoàn toàn có thể trở thành hình mẫu điển hình cho nhận thức và hành động đạo đức trong doanh nghiệp, từ đó các nhân viên sẽ chủ động điều chỉnh, bắt chước và noi theo nhà lãnh đạo.

5.2. Đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Qua quá trình tổng hợp nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

Đề xuất giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết 1: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến kết quả hoạt động doanh nghiệp

Giả thuyết 2: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 3: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến trách nhiệm xã hội

Giả thuyết 4: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến văn hóa doanh nghiệp

Giả thuyết 5: Trách nhiệm xã hội có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 6: Văn hóa doanh nghiệp có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 7: Danh tiếng doanh nghiệp có tác động tích cực đến kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Kết luận: Lãnh đạo đạo đức là một nhân tố quan trọng mà bất kì doanh nghiệp nào cũng cần ưu tiên phát triển trong bối cảnh hiện nay để đảm bảo xây dựng một môi trường làm việc lành mạnh, trung thực và công bằng. Bên cạnh đó, khi nhận thức của khách hàng và xã hội ngày càng thay đổi, các yếu tố quyết định hành vi mua không chỉ dừng lại ở giá thành, chất lượng sản phẩm mà còn là sự kỳ vọng vào đóng góp xã hội của doanh nghiệp, hành vi kinh doanh đạo đức thì doanh nghiệp càng cần chú trọng vận hành doanh nghiệp dựa trên nền tảng quy chuẩn đạo đức. Vì vậy, nghiên cứu này hy vọng mang đến những kết quả nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn trong việc khuyến khích các nhà quản trị phát huy lãnh đạo đạo đức, xây dựng văn hóa doanh nghiệp và thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội, qua đó nâng cao danh tiếng và đóng góp tích cực cho kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Về lý thuyết, nghiên cứu góp phần mở rộng khung lý thuyết về lãnh đạo đạo đức khi làm rõ cơ chế tác động không chỉ trực tiếp mà còn gián tiếp thông qua các biến trung gian như văn hóa doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội và danh tiếng doanh nghiệp. Điều này cũng giúp khẳng định rằng tác động của lãnh đạo đạo đức mang tính hệ thống và toàn diện hơn, khi không chỉ ảnh hưởng đến những giá trị hữu hình như kết quả hoạt động kinh doanh mà còn thúc đẩy phát triển những giá trị vô hình - danh tiếng doanh nghiệp.

Về hàm ý quản trị, kết quả nghiên cứu gợi ý rằng nhà quản trị cần xây dựng và thực hành lãnh đạo đạo đức, trở thành hình mẫu hành vi cho nhân viên, vì đây là yếu tố nền tảng để xây dựng văn hóa tổ chức và khuyến khích thực hiện trách nhiệm xã hội. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần chú trọng phát triển văn hóa doanh nghiệp dựa trên các giá trị đạo đức như minh bạch, công bằng và trách nhiệm. Một nền văn hóa mạnh sẽ giúp tăng cường sự đoàn kết nội bộ và định hướng hành vi tích cực của nhân viên, từ đó góp phần nâng cao danh tiếng và kết quả hoạt động doanh nghiệp. Ngoài ra việc triển khai các hoạt động trách nhiệm xã hội cần được xem là một chiến lược dài hạn nhằm củng cố niềm tin của các bên liên quan, qua đó doanh nghiệp có thể đảm bảo vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Như vậy, mô hình đã đề xuất một mô hình nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh hiện đại, không chỉ tập trung vào các mục tiêu ngắn hạn mà hướng đến chiến lược phát triển bền vững thông qua chú trọng phát triển lãnh đạo đạo đức như một nguồn lực cốt lõi, để từ đó định hình văn hóa doanh nghiệp, khuyến khích thực hiện trách nhiệm xã hội và các hành vi tích cực của người lao động.

Tài liệu tham khảo:

Alkhadra, W. A., Khawaldeh, S., & Aldehayyat, J. (2023). Relationship of ethical leadership, organizational culture, corporate social responsibility and organizational performance: a test of two mediation models. International Journal of Ethics and Systems, 39(4), 737-760.

Bass, B. M., & Stogdill, R. M. (1990). Bass & Stogdill's handbook of leadership: Theory, research, and managerial applications. Simon and Schuster.

Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. Organizational behavior and human decision processes, 97(2), 117-134.

Dey, M., Bhattacharjee, S., Mahmood, M., Uddin, M. A., & Biswas, S. R. (2022). Ethical leadership for better sustainable performance: Role of employee values, behavior and ethical climate. Journal of Cleaner Production, 337, 130527.

Dwi Widyani, A. A., Landra, N., Sudja, N., Ximenes, M., & Sarmawa, I. W. G. (2020). The role of ethical behavior and entrepreneurial leadership to improve organizational performance. Cogent Business & Management, 7(1), 1747827.

Hussain, Z., Jusoh, A. B., Sarfraz, M., & Wahla, K. U. R. (2018). Uncovering the relationship of supply chain management and firm performance: Evidence from textile sector of Pakistan. Information Management and Business Review, 10(2), 23-29.

Kim, D., & Lee, M. J. (2024). The role of ethical leadership in enhancing organizational culture and performance. International Journal of Management, Business, and Economics, 1(2).

Kalshoven, K., Den Hartog, D. N., & De Hoogh, A. H. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure. The leadership quarterly, 22(1), 51-69.

Langlois, L., & Lapointe, C. (2014). 21 A Measure of ethics. Handbook of ethical educational leadership.

Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 26(2), 267-283.

Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. Academy of management journal, 55(1), 151-171.

Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Hoai, T. T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. Heliyon, 7(4).

Shin, Y., Sung, S. Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2015). Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate. Journal of business ethics, 129(1), 43-57.

Tummers, L. G., & Bakker, A. B. (2021). Leadership and job demands-resources theory: A systematic review. Frontiers in psychology, 12, 722080.

Toor, S. U. R., & Ofori, G. (2009). Ethical leadership: Examining the relationships with full range leadership model, employee outcomes, and organizational culture. Journal of business ethics, 90(4), 533-547.

Tseng, M. L., Divinagracia, L., & Divinagracia, R. (2009). Evaluating firm's sustainable production indicators in uncertainty. Computers & Industrial Engineering, 57(4), 1393-1403.

Sardana, D., Gupta, N., Kumar, V., & Terziovski, M. (2020). CSR 'sustainability'practices and firm performance in an emerging economy. Journal of Cleaner Production, 258, 120766.

Wang, D., Feng, T., & Lawton, A. (2017). Linking ethical leadership with firm performance: A multi-dimensional perspective. Journal of business ethics, 145(1), 95-109.

Walumbwa, F. O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K., & Christensen, A. L. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader–member exchange, self-efficacy, and organizational identification. Organizational behavior and human decision processes, 115(2), 204-213.

Nghị quyết số 68-NQ/TW Đảng

Long, N.T và Nhu, T.T. M. (2019). Tác động của đặc điểm tính cách big-five và lãnh đạo đạo đức đến sự hài lòng trong công việc, nghiên cứu trường hợp trong các hệ thống siêu thị lớn tại thành phố Hồ Chí Minh. Journal of Science and Technology-IUH, 41(05).

MỐI QUAN HỆ GIỮA ESG VÀ THƯƠNG HIỆU: NGHIÊN CỨU VÀ PHÂN TÍCH TRẮC LƯỢNG THƯ MỤC

ThS. Nguyễn Thị Hồng Nhung* - TS. Tô Anh Thơ* - PGS.TS. Nông Thị Như Mai*

Mối quan hệ giữa các yếu tố Môi trường (Environmental), Xã hội (Social) và Quản trị (Governance) (ESG) với thương hiệu đã trở thành một lĩnh vực nghiên cứu được quan tâm rộng rãi. Nghiên cứu này tiến hành phân tích trắc lượng thư mục đối với 260 công bố từ năm 2011-2025 trên Scopus và Web of Science, sử dụng phương pháp PRISMA kết hợp công cụ RStudio Bibliometrix để xác định xu hướng, mạng lưới tác giả ảnh hưởng, tần suất từ khóa và khoảng trống lý thuyết. Kết quả cho thấy số lượng công bố tăng mạnh từ năm 2022, với từ khóa "ESG" xuất hiện 83 lần, khẳng định vai trò trung tâm của khái niệm này. Những phát hiện này minh chứng cho sự phát triển nhanh chóng của lĩnh vực và tạo nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo về mối liên hệ ESG và thương hiệu, đặc biệt trong bối cảnh phát triển và quảng bá sản phẩm địa phương.

• Từ khóa: *ESG, thương hiệu, giá trị thương hiệu, rstudio, phân tích trắc lượng thư mục.*

The relationship between Environmental, Social, and Governance (ESG) factors and brand valuation has become a widely studied field. This study conducts a bibliometric analysis of 260 publications from 2011-2025 in Scopus and Web of Science, employing the PRISMA methodology and RStudio Bibliometrix tool to identify research trends, influential author networks, keyword frequency, and theoretical gaps. Results show a sharp increase in publications since 2022, with "ESG" mentioned 83 times, underscoring its central role in related research. These findings highlight the rapid growth of the field and provide a foundation for future studies on the ESG and brand relationship, particularly in the context of local product development and promotion.

• Key words: *environmental, social, and governance (ESG); brand; brand equity; rstudio; bibliometric analysis.*

Ngày nhận bài: 11/12/2025
Ngày gửi phản biện: 23/02/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.35

1. Giới thiệu

ESG (Môi trường, Xã hội và Quản trị) đã trở thành yếu tố quyết định trong chiến lược kinh doanh và đầu tư toàn cầu, phản ánh sự thay đổi cách đánh giá hiệu suất doanh nghiệp (Bhattacharya và Sharma, 2019). ESG được chú ý kể từ khi UN PRI giới thiệu năm 2006, khuyến khích nhà đầu tư tích hợp tiêu chí ESG vào quyết định đầu tư (Cho, 2022). Ban đầu là hướng dẫn đầu tư đạo đức, ESG đã trở thành khuôn khổ toàn diện đánh giá tính bền vững doanh nghiệp (Alsayegh và cộng sự, 2020).

Theo Kotler (2012), thương hiệu là tên gọi, thuật ngữ hay biểu tượng nhận diện và phân biệt sản phẩm, đồng thời là cam kết về giá trị. Thương hiệu là tài sản chiến lược tạo khác biệt và lợi thế cạnh tranh (Aaker, 1991). Giá trị thương hiệu phụ thuộc nhận thức, trải nghiệm khách hàng (Keller, 1993), và hoạt động ESG hiệu quả có thể nâng cao giá trị thương hiệu bằng cách củng cố niềm tin người tiêu dùng (Fatemi và cộng sự, 2018).

Nghiên cứu gần đây xác nhận thực hành ESG cải thiện thái độ người tiêu dùng và tăng liên quan cảm xúc với thương hiệu (Atan và cộng sự, 2018). Mặc dù ESG đã được khảo sát trong tài chính và quản trị, tác động đến hành vi tiêu dùng và giá trị thương hiệu vẫn chưa được khám phá đầy đủ (Tripopsakul và Puriwat, 2022), đặc biệt với sản phẩm an toàn thiếu phân tích cụ thể (Evans-Uzosike và cộng sự, 2024). Khoảng cách giữa "ESG" và từ khóa thương hiệu trong công bố khoa học cho thấy lĩnh vực thiếu nghiên cứu, mở ra cơ hội mới.

Mục tiêu nghiên cứu là thực hiện phân tích trắc lượng thư mục để khám phá mối quan hệ ESG - thương hiệu, phân tích phân bố theo thời gian, địa lý, tạp chí, xu hướng trích dẫn, đóng góp tác giả và từ khóa nổi bật. Nghiên cứu cũng xác định chủ đề chính và khoảng trống lý thuyết cần khai thác tương lai.

2. Tổng quan nghiên cứu

Tích hợp ESG vào chiến lược kinh doanh đã trở thành xu hướng toàn cầu, được thúc đẩy bởi quy định, kỳ vọng nhà đầu tư và mục tiêu bền vững (Lee và Rhee, 2023). Chen và Xie (2022) chỉ ra tích hợp ESG mang lại lợi ích chiến lược, cải thiện khả năng cạnh tranh, tạo cơ hội tăng trưởng và nâng cao kết quả tài chính. Các bên liên quan yêu cầu công ty

** Trường Đại học Tài chính - Marketing; tác giả liên hệ: ncs10100814@sv.ufm.edu.vn*

công khai thực hành ESG để hiểu rõ khía cạnh đạo đức trong đầu tư (Abdi và cộng sự, 2022). Thực hành ESG cũng tăng hiệu quả quy trình, sự tham gia nhân viên, lòng trung thành khách hàng và hình ảnh thương hiệu (Bae và cộng sự, 2023).

ESG triển khai minh bạch và đáng tin cậy có khả năng tăng lòng tin và thái độ tích cực người tiêu dùng, nâng cao niềm tin thương hiệu (Bae và cộng sự, 2023; Tripopsakul và Puriwat, 2022). ESG không chỉ giúp cạnh tranh mà còn là công cụ chiến lược thiết yếu xây dựng giá trị thương hiệu bền vững. Thông tin ESG minh bạch, có thể kiểm chứng sẽ tăng lòng trung thành người tiêu dùng. Với sự chú ý về môi trường và minh bạch quản trị, nhiều doanh nghiệp tích hợp ESG vào chiến lược thương hiệu để đáp ứng kỳ vọng (Chen, 2025).

Nghiên cứu hiện tại chủ yếu tập trung tác động từng khía cạnh ESG đến quyết định mua hàng (Chow và Ho, 2024), nhưng thiếu nghiên cứu tích hợp môi trường, xã hội và quản trị thành cấu trúc tổng thể (Li và Chen, 2025), đặc biệt với sản phẩm hữu cơ hoặc nhãn xanh thiếu kiểm định thực nghiệm (Evans-Uzosike và cộng sự, 2024). Khoảng cách giữa tần suất "ESG" và từ khóa thương hiệu cho thấy lĩnh vực chưa được khai thác đầy đủ, mở ra cơ hội nghiên cứu mới.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp trắc lượng thư mục

Trắc lượng thư mục là phương pháp phổ biến phân tích sự phát triển kiến thức khoa học thông qua việc phân tích thống kê tác giả, trích dẫn và từ khóa (Groos và Pritchard, 1969). Phương pháp này bao gồm phân tích trích dẫn và lập bản đồ đồng trích dẫn, áp dụng các phương pháp như đồng trích dẫn tác giả và phân tích đồng xuất hiện từ khóa, trong đó phân tích đồng trích dẫn và từ khóa là phổ biến nhất (Aria và Cuccurullo, 2017).

3.2. Thu thập dữ liệu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp tổng quan tài liệu có hệ thống theo giao thức PRISMA để phát triển các cách tiếp cận lý thuyết giữa ESG và thương hiệu. PRISMA giúp nâng cao chất lượng và tính nhất quán của tổng quan, đảm bảo quy trình sàng lọc và đánh giá chặt chẽ (Tranfield và cộng sự, 2003).

Quy trình gồm ba giai đoạn: Giai đoạn 1 - Xác định: Tìm kiếm trên Scopus và Web of Science (03/12/2025) với từ khóa (("ESG" or "Environmental, Social, and Governance") and "Brand"), thu được 215 bài từ Scopus và 232 từ Web of Science (2011-2025). Giai đoạn 2 - Sàng lọc: Lọc theo tiêu chí ESG và thương hiệu, còn 138 bài từ Scopus và 220 từ Web of Science. Dữ liệu xuất dạng BibTeX, xử lý qua RStudio loại bỏ 89 bài trùng lặp, còn 260 bài duy nhất. Giai đoạn 3 - Phân tích: Sử dụng bibliometrix trên RStudio với 260 bài báo.

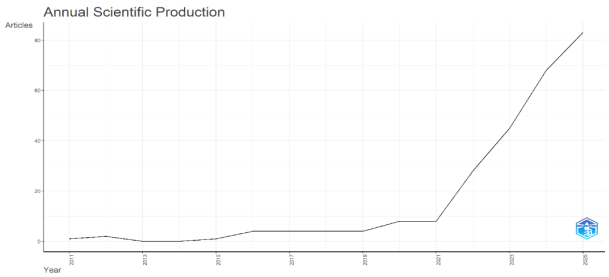
4. Kết quả nghiên cứu

Quá trình chuẩn bị dữ liệu bắt đầu với đánh giá chất lượng 260 bài công bố. Sử dụng R (RStudio Bibliometrix), các thuộc tính như tóm tắt, tác giả, loại tài liệu, nguồn xuất bản, ngôn ngữ, năm xuất bản, tiêu đề và tổng trích dẫn đã được kiểm tra. Tất cả trường dữ liệu cốt lõi đạt 100% hoàn chỉnh, phản ánh tiêu chuẩn cao và đảm bảo độ tin cậy cho phân tích tiếp theo.

4.1. Xuất bản khoa học hàng năm

Hình 1 cho thấy quỹ đạo tăng trưởng rõ rệt của xuất bản khoa học từ 2011 đến 2023. Giai đoạn 2011-2016 ghi nhận mức xuất bản thấp (dưới 5 bài/năm), cho thấy chủ đề chưa được công nhận rộng rãi. Từ 2017, số lượng bắt đầu tăng dần: 4-5 bài (2017-2019) lên 8-9 bài (2020-2021). Giai đoạn 2022-2023 chứng kiến sự bùng nổ: 28 bài năm 2022 và 80 bài năm 2023 - tăng gần bốn lần chỉ trong một năm. Sự gia tăng đột ngột này phản ánh tác động của các yếu tố cấu trúc, xã hội và kinh tế.

Hình 1: Xuất bản khoa học hàng năm

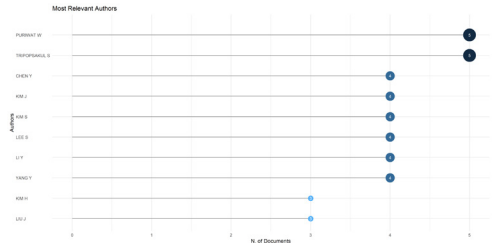


Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

4.2. Các tác giả có nhiều công trình nghiên cứu nhất trong lĩnh vực ESG và thương hiệu

Hình 2 trình bày tác giả có số lượng công bố nhiều nhất trong lĩnh vực ESG - thương hiệu. Puriwat W và Tripopsakul S dẫn đầu với 5 bài, tiếp theo là Chen Y, Kim J, Kim S, Lee S, Li Y, và Yang Y (mỗi tác giả 4 bài). Nhóm này nghiên cứu hành vi người tiêu dùng, nhận thức thương hiệu và quản trị doanh nghiệp trong bối cảnh ESG, cho thấy sự hội tụ giữa marketing bền vững và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. Kim H và Liu J với 3 công trình tập trung vào sustainability, corporate governance, brand trust và brand equity, mở rộng phạm vi từ tiêu dùng sang quản trị và tài chính, thể hiện tính đa dạng trong hệ thống ESG.

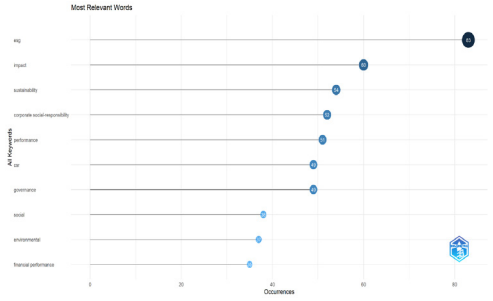
Hình 2: Các tác giả có nhiều công trình nghiên cứu nhất trong lĩnh vực ESG và thương hiệu



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

4.3. Các từ khóa được sử dụng phổ biến nhất trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu

Hình 3. Các từ khóa được sử dụng phổ biến nhất trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

Phân tích từ khóa cho thấy "ESG" nổi bật nhất (83 lần), khẳng định vai trò trung tâm trong nghiên cứu. "Social" và "environmental" (38 lần) phản ánh hai trụ cột ESG. Các từ "impact" (60 lần), "sustainability" (54 lần), "CSR" (52 lần), "performance" (51 lần) và "financial performance" (35 lần) cho thấy mối liên hệ giữa ESG và hiệu quả kinh doanh. "Brand equity" (17 lần), "brand trust" (9 lần) và "corporate sustainability" (18 lần) có tần suất thấp hơn nhưng chỉ ra mối liên hệ giữa ESG và giá trị thương hiệu.

Nghiên cứu đang chuyển từ khái niệm ESG sang tương tác giữa ESG, niềm tin và giá trị thương hiệu trong tiêu dùng có trách nhiệm. Khoảng cách tần suất giữa "ESG" và từ khóa thương hiệu cho thấy đây là lĩnh vực chưa được khám phá đầy đủ, mở ra cơ hội nghiên cứu mới.

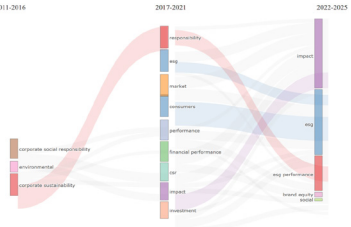
4.4. Mạng lưới đồng xuất hiện từ khóa trong nghiên cứu về ESG đối với giá trị thương hiệu

Giai đoạn 1 (2011-2016) - Nền tảng CSR: Nghiên cứu CSR có cấu trúc đơn giản với ba từ khóa chính: "CSR", "sustainability", "financial performance" với kết nối yếu. Chỉ có "management" xuất hiện ngoài lề, "greenwashing" chưa liên kết chặt. Vắng mặt "ESG", khái niệm thương hiệu và "engagement" cho thấy trọng tâm chỉ ở nội bộ doanh nghiệp, chưa xem xét thị trường và hành vi người tiêu dùng.

Giai đoạn 2 (2017-2021) - Chuyển đổi sang ESG: Từ 2017, "social" và "environmental" được kết nối, cho thấy CSR là phần của hệ thống lớn hơn. "Impact" xuất hiện từ 2019, đánh dấu chuyển từ "tuân thủ" sang "tạo tác động". Từ 2020, "governance" xuất hiện như thành phần không thể tách rời của ESG.

Giai đoạn 3 (2022-2025) - Tích hợp toàn diện: Từ 2022, ba trụ cột ESG xuất hiện cùng nhau, lấy "ESG" làm trung tâm, cho thấy công nhận khung lý thuyết thống nhất. Trọng tâm chuyển sang "impact", "esg performance", "brand equity" với "social" trở thành khối độc lập. "Greenwashing" kết nối với "governance" và "disclosure", nêu bật tầm quan trọng minh bạch thông tin. "Customer engagement" chưa rõ ràng nhưng là yếu tố trung gian quan trọng liên kết ESG với niềm tin thương hiệu, cho thấy khoảng trống nghiên cứu cần lấp đầy.

Hình 4: Bản đồ các từ khóa trong nghiên cứu về ESG đối với giá trị thương hiệu (2011-2025)



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

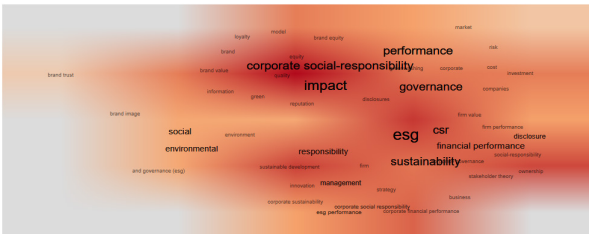
4.5. Mật độ từ khóa trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu

Bản đồ mật độ (Hình 5) cho thấy lõi ESG liên kết chặt với "financial performance", "disclosure", và "stakeholder theory" trong vành đai cam đậm, phản ánh tầm quan trọng của minh bạch và các bên liên quan. Vành đai ngoài chứa từ khóa thương hiệu như "brand trust", "brand value", và "loyalty", cho thấy xu hướng mở rộng về tác động ESG lên giá trị thương hiệu. Tuy nhiên, thiếu vắng các khái niệm như "customer engagement", "consumer behavior", "green skepticism", "OCOP", và "cultural values" cho thấy khoảng trống nghiên cứu về vai trò gắn kết khách hàng và sản phẩm địa phương.

Hình 6 xác nhận lõi chính gồm CSR, ESG, sustainability, governance, và performance (chiếm 60-70% nghiên cứu), phản ánh sự chuyển từ CSR truyền thống sang mô hình ESG với ba trụ cột (environmental, social, governance). Lĩnh vực đã tiến từ câu hỏi "ESG là gì" sang "ESG hiệu quả thế nào". Các từ khóa thương hiệu như "brand image"

và "purchase intention" xuất hiện với tần suất thấp, cho thấy mối liên hệ ESG-thương hiệu chưa phát triển mạnh. Sự xuất hiện của "greenwashing", "innovation", và "circular economy" thể hiện xu hướng đa chiều, nhưng vẫn thiếu "customer engagement" và "green skepticism".

Hình 5: Bản đồ mật độ từ khóa trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

Tổng thể, ESG đang trở thành trục liên kết các lĩnh vực nghiên cứu, mở hướng mới về gắn kết khách hàng và hành vi tiêu dùng, giúp doanh nghiệp nâng cao cạnh tranh và củng cố giá trị thương hiệu.

Hình 6: Đám mây từ khóa trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

4.6. Chủ đề trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu

Hình 7 thể hiện cấu trúc và phát triển các chủ đề nghiên cứu ESG-thương hiệu qua hai trục: Density (mức độ phát triển) và Centrality (mức độ trung tâm). Bốn vùng phân loại nhóm chủ đề: Motor Themes (trọng tâm, phát triển mạnh), Basic Themes (nền tảng), Niche Themes (chuyên biệt) và Emerging/Declining Themes (mới nổi/suy giảm).

Chủ đề trọng tâm và phát triển mạnh gồm "ESG", "corporate social responsibility", "brand equity" - có mức trung tâm và phát triển cao nhất. Chúng kế thừa khung CSR truyền thống và mở rộng theo hướng toàn diện hơn, gắn với phát triển bền vững, minh bạch và trách nhiệm doanh nghiệp. Sự xuất hiện của "brand equity" cho thấy lĩnh vực nhận ra mối liên hệ trực tiếp ESG-giá trị thương hiệu, đóng vai trò cầu nối giữa quản trị doanh nghiệp và hành vi người tiêu dùng.

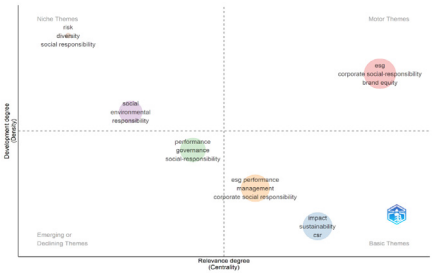
Chủ đề nền tảng gồm "social", "environmental", "responsibility", "impact", "sustainability", "CSR" - ba trụ cột ESG cung cấp cơ sở khái niệm. Có mức trung tâm cao nhưng phát triển thấp hơn, cho thấy là khái niệm vững chắc nhưng chưa có nhiều mở rộng lý thuyết mới. "Impact", "sustainability", "csr" phản ánh xu hướng tập trung vào đo lường và đánh giá tác động ESG đến nhận thức người tiêu dùng.

Chủ đề mới nổi/suy giảm gồm "governance", "performance", "social-responsibility", "ESG performance", "management", "corporate social responsibility" - có mức trung tâm và phát triển thấp. Đang ở giai đoạn đầu hoặc suy giảm tạm thời do thay đổi trọng tâm. Sự xuất hiện "esg performance" và "management" cho thấy khái niệm về hiệu suất và quản lý ESG đang tìm vị trí vững chắc hơn.

Chủ đề chuyên biệt gồm "risk", "diversity", "social responsibility" - nghiên cứu đặc thù hoặc liên ngành, tập trung lĩnh vực cụ thể với chiều sâu phân tích cao. Có mức phát triển cao nhưng trung tâm thấp, chưa trở thành dòng chính.

Xu hướng tích hợp: Bản đồ tiết lộ quá trình tích hợp lý thuyết quan trọng. ESG, CSR, Sustainability từ khái niệm riêng lẻ đã hội tụ thành khung tích hợp ở vùng trọng tâm. "Brand equity" xuất hiện cùng cụm này, cho thấy hướng mới đang mở rộng sang khám phá cơ chế tác động ESG đến hình ảnh thương hiệu, lòng tin và giá trị cảm nhận, phù hợp bối cảnh sản phẩm địa phương trở thành tiêu chí quyết định niềm tin và lựa chọn người tiêu dùng.

Hình 7: Bản đồ chủ đề trong nghiên cứu về ESG đối với thương hiệu



Nguồn: Phân tích bằng cách sử dụng phần mềm Rstudio

5. Xu hướng nghiên cứu và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai

5.1. Xu hướng nghiên cứu

Lĩnh vực ESG và giá trị thương hiệu đang chuyển đổi sâu sắc từ quản lý tuân thủ sang chiến lược và nhận thức thị trường. Giai đoạn 2011-2016 tập trung vào CSR và hiệu suất tài chính, nhưng từ 2017, nghiên cứu bắt đầu khám phá ảnh hưởng ESG đến nhận thức, thái độ và hành vi mua của người tiêu dùng. Từ 2022-2025, các từ khóa như "brand love",

"brand loyalty", và "consumer behavior" xuất hiện nhiều hơn, cho thấy lĩnh vực đang tập trung vào xây dựng liên quan cảm xúc với khách hàng qua ESG (Puriwat và Tripopsakul, 2023).

Mặc dù ESG, sustainability, trust, và brand value đã được nghiên cứu rộng rãi, việc tích hợp chúng vào khuôn khổ lý thuyết thống nhất vẫn hạn chế (Thanh Tam Le và cộng sự, 2024). Phân tích mạng lưới từ khóa cho thấy các từ khóa thương hiệu chưa được tích hợp đầy đủ vào nút trung tâm, chỉ ra rằng các nhà nghiên cứu chưa xây dựng được bức tranh toàn cảnh về cách ESG tác động đến giá trị thương hiệu thông qua các cơ chế trung gian.

5.2. Đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai

Hướng nghiên cứu quan trọng là khám phá cơ chế trung gian kết nối ESG và giá trị thương hiệu (Tripopsakul và Puriwat, 2022). Mặc dù customer engagement đã được ghi nhận, nhưng chưa được tích hợp đầy đủ vào khuôn khổ lý thuyết. Nghiên cứu tương lai cần làm rõ cách customer engagement với hoạt động ESG dẫn đến gia tăng giá trị thương hiệu và lòng trung thành, đặc biệt trong sản phẩm tiêu dùng bền vững. Vai trò điều tiết của green skepticism cũng cần nghiên cứu sâu (Zhang và cộng sự, 2025). Khi nhiều doanh nghiệp công bố hoạt động ESG, người tiêu dùng có xu hướng hoài nghi về tính xác thực. Nghiên cứu tương lai nên điều tra cách tin tưởng và hoài nghi của người tiêu dùng ảnh hưởng đến mối quan hệ ESG-thương hiệu trong sản phẩm bền vững. Sự thiếu vắng từ khóa "OCOP", "sản phẩm địa phương", và "giá trị văn hóa" cho thấy nghiên cứu trước chủ yếu tập trung vào doanh nghiệp lớn, bỏ qua tiềm năng sản phẩm địa phương (Giang và cộng sự, 2025). Sản phẩm OCOP có chứng nhận uy tín thường có giá trị cao và được tin tưởng hơn. Tìm hiểu cách ESG tạo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm địa phương là lĩnh vực nghiên cứu đầy hứa hẹn.

Tóm lại, cần nghiên cứu sâu hơn về cơ chế kết nối ESG-thương hiệu, đặc biệt trong sản phẩm bền vững và OCOP. Việc tích hợp customer engagement và vai trò điều tiết của green skepticism cần được xem xét để hiểu toàn diện phản ứng người tiêu dùng với hoạt động ESG. Nghiên cứu tương lai có thể cung cấp hiểu biết sâu sắc về mối quan hệ phức tạp này, phát triển chiến lược hiệu quả nâng cao giá trị thương hiệu và lòng trung thành khách hàng.

Kết luận

Phân tích 260 bài báo từ 2010-2025 trên Scopus và Web of Science cho thấy lĩnh vực ESG-thương hiệu đang phát triển nhanh, chuyển từ tuân thủ sang chiến lược. Mặc dù ESG là yếu tố chiến lược quan trọng (Sarpong và cộng sự, 2023), mối liên kết với giá trị thương hiệu vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ. Sự phân tán trên 226 tạp chí và 52% bài tập trung "Sustainability" cho thấy thiếu kết hợp lý thuyết, từ khóa thương hiệu chưa được tích hợp vào trung tâm nghiên cứu.

Phát triển giai đoạn 2011-2025 phản ánh chuyển biến từ quản lý nội bộ sang chiến lược thị trường và xây dựng niềm tin người tiêu dùng. Khoảng trống nghiên cứu bao gồm vai trò customer engagement, green skepticism, và sản phẩm OCOP ở thị trường mới nổi. Khoảng cách giữa tần suất "ESG" (83 lần) và từ khóa thương hiệu (17 lần) cho thấy mối liên kết chưa được khai thác đầy đủ.

Nghiên cứu tương lai nên khám phá cơ chế kết nối ESG-thương hiệu qua customer engagement, vai trò điều tiết green skepticism (Zhang và cộng sự, 2025), và tác động riêng của các khía cạnh ESG. Cần mở rộng đến sản phẩm OCOP và sử dụng kỹ thuật phân tích tiên tiến.

Tóm lại, vẫn còn "khoảng trống tổng thể" giữa khái niệm cốt lõi và hiểu biết về tác động ESG đến nhận thức tiêu dùng. Nghiên cứu tương lai cần xây dựng khuôn khổ lý thuyết tích hợp, hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt sản xuất OCOP, tận dụng ESG duy trì giá trị thương hiệu bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name (pp. 411-423). Free Press.

Abdi, Y., Li, X., & Càmara-Turull, X. (2022). Exploring the impact of sustainability (ESG) disclosure on firm value and financial performance (FP) in airline industry: The moderating role of size and age. Environment, Development and Sustainability, 24(4), 5052-5079. https://doi.org/10.1007/s10668-021-01649-w

Alsayegh, M. F., Abdul Rahman, R., & Homayoun, S. (2020). Corporate economic, environmental, and social sustainability performance transformation through ESG disclosure. Sustainability, 12(9), 3910. https://doi.org/10.3390/su12093910

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. Journal of Informetrics, 11(4), 959-975. https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007

Atan, R., Alam, Md. M., Said, J., & Zamri, M. (2018). The impacts of environmental, social, and governance factors on firm performance: Panel study of Malaysian companies. Management of Environmental Quality: An International Journal, 29(2), 182-194. https://doi.org/10.1108/MEQ-03-2017-0033

Bae, G.-K., Lee, S.-M., & Luan, B.-K. (2023). The impact of ESG on brand trust and word of mouth in food and beverage companies: Focusing on Jeju Island tourists. Sustainability, 15(3), 2348. https://doi.org/10.3390/su15032348

Bhattacharya, S., & Sharma, D. (2019). Do environment, social and governance performance impact credit ratings: A study from India. International Journal of Ethics and Systems, 35(3), 466-484. https://doi.org/10.1108/IJOES-09-2018-0130

Chen, C.-C. (2025). A study of the impact of ESG practices on consumer attitudes and citizenship behaviors - The moderating effect of psychological distance. Journal of Economics, Management and Trade, 31(5), 84-91. https://doi.org/10.9734/jemt/2025/v31i51289

Chen, Z., & Xie, G. (2022). ESG disclosure and financial performance: Moderating role of ESG investors. International Review of Financial Analysis, 83, 102291. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102291

Cho, Y. (2022). ESG and firm performance: Focusing on the environmental strategy. Sustainability, 14(13), 7857. https://doi.org/10.3390/su14137857

Chow, M. Y. C., & Ho, S. P. S. (2024). Investigating the effect of ESG on retail banks' customer equity. Journal of Financial Services Marketing, 29(4), 1330-1344. https://doi.org/10.1057/s41264-024-00271-x

Evans-Uzosike, I., Okatta, C., Otokiti, B., Ejike, O., & Kufile, O. (2024). Quantifying the effectiveness of ESG-aligned messaging on Gen Z purchase intent using multivariate conjoint analysis in ethical brand positioning. Gyanshauryam International Scientific Refereed Research Journal, 7, 130-145.

Fatemi, A., Glaum, M., & Kaiser, S. (2018). ESG performance and firm value: The moderating role of disclosure. Global Finance Journal, 38, 45-64. https://doi.org/10.1016/j.gfj.2017.03.001

Giang, N. T. P., Duy, N. B. P., Hung, L. H., Huong, L. T. T., Phat, N. T., Thao, D. T., & Tan, T. D. (2025). Investigating the determinants of repeat purchase intentions for one commune one products in digital platforms. International Review of Management and Marketing, 15(5), 255-265. https://doi.org/10.32479/irmm.18004

Groos, O. V., & Pritchard, A. (1969). Documentation notes. Journal of Documentation, 25(4), 344-349. https://doi.org/10.1108/eb026482

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KHAI KHOÁNG NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM: ỨNG DỤNG MÔ HÌNH TÁC ĐỘNG CỐ ĐỊNH VÀ TÁC ĐỘNG NGẪU NHIÊN

ThS. Nguyễn Thị Mai Phương* - TS. Nguyễn Hữu Tân*

Ngành khai khoáng có cường độ vốn cao và giữ vai trò cung ứng đầu vào quan trọng cho nền kinh tế. Trước áp lực đổi mới công nghệ, yêu cầu môi trường và biến động giá hàng hóa, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn trở thành điều kiện then chốt để doanh nghiệp duy trì năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững. Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn của 22 doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam giai đoạn 2016-2024 (176 quan sát). Hiệu quả được đo bằng ROIC; các biến giải thích gồm quy mô doanh nghiệp, đòn bẩy tài chính, tăng trưởng doanh thu, khả năng thanh khoản và cấu trúc tài sản. Phương pháp sử dụng mô hình dữ liệu bảng (FEM, REM), kết hợp mô hình động và kiểm định tính vững. Kết quả cho thấy đòn bẩy tài chính và tỷ trọng tài sản cố định tác động tiêu cực, trong khi quy mô doanh nghiệp và tăng trưởng doanh thu tác động tích cực, đặc biệt trong nhóm doanh nghiệp than. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các khuyến nghị nhằm tối ưu cơ cấu vốn, nâng cao hiệu quả tài sản và thúc đẩy tăng trưởng bền vững.

• Từ khóa: *doanh nghiệp khai khoáng; hiệu quả sử dụng vốn; ROIC; FEM; REM; đòn bẩy tài chính.*

This study analyzes the determinants of capital efficiency in 22 listed mining firms in Vietnam during 2016-2024 (176 observations). Capital efficiency is measured by ROIC, and panel methods (fixed effects, random effects, and dynamic models) are employed. Results show that financial leverage and asset tangibility negatively affect capital efficiency, while firm size and revenue growth have positive impacts, particularly in coal-mining firms. The findings highlight the importance of capital structure optimization, efficient asset utilization, and sustainable growth strategies, and provide firm-level evidence for a capital-intensive, resource-based industry in an emerging market.

• Key words: *mining firms; capital efficiency; ROIC; fixed effects; random effects.*

Ngày nhận bài: 17/01/2026
Ngày gửi phản biện: 27/02/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.36

1. Giới thiệu

Hiệu quả sử dụng vốn là chỉ tiêu phản ánh trực tiếp chất lượng hoạt động tài chính và khả năng khai thác nguồn lực của doanh nghiệp. Đối với ngành khai khoáng, vai trò này càng trở nên quan trọng do đặc trưng cường độ vốn cao, chu kỳ đầu tư dài, phụ thuộc lớn vào tài sản cố định và vốn lưu động, đồng thời chịu tác động mạnh từ biến động của thị trường hàng hóa cơ bản.

Trong thực tiễn, các doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam phải đối diện với nhiều thách thức. Doanh nghiệp vừa phải duy trì đầu tư lớn vào máy móc, công nghệ, an toàn lao động và môi trường, vừa chịu áp lực từ biến động sản lượng khai thác và giá khoáng sản. Sự kết hợp giữa nhu cầu vốn cao và rủi ro thị trường khiến việc duy trì hiệu quả sử dụng vốn trở thành vấn đề mang tính chiến lược và sống còn.

Dữ liệu của 22 doanh nghiệp trong giai đoạn 2016-2024 cho thấy ROIC bình quân đạt 10,15% nhưng biến động lớn (độ lệch chuẩn 13,31%), dao động từ -22,27% đến 61,52%. Điều này phản ánh sự phân hóa rõ rệt giữa các doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp đạt hiệu quả cao nhờ quy mô lớn và cơ cấu vốn hợp lý, trong khi nhiều doanh nghiệp khác chịu áp lực nợ vay và hiệu quả tài sản thấp.

Từ đó, nghiên cứu hướng đến ba mục tiêu: xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn; đo lường mức độ và chiều hướng tác động; và kiểm tra sự khác biệt giữa nhóm doanh nghiệp than và phi than.

** Học viện Tài chính*

2. Tổng quan nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu quốc tế cho thấy quy mô doanh nghiệp thường có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động nhờ lợi thế kinh tế theo quy mô và khả năng tiếp cận vốn. Đòn bẩy tài chính có tác động hai mặt, nhưng trong các ngành rủi ro cao, đòn bẩy thường làm suy giảm hiệu quả. Đối với ngành thâm dụng vốn, tỷ trọng tài sản cố định cao có thể làm giảm hiệu quả do chi phí khấu hao và hạn chế tính linh hoạt tài chính. Tăng trưởng doanh thu thường phản ánh khả năng mở rộng hoạt động và tận dụng tài sản, tuy nhiên tác động của biến này phụ thuộc vào tính bền vững của tăng trưởng.

Tại Việt Nam, Tu và Nguyen cho thấy hiệu quả hoạt động phụ thuộc nhiều vào chất lượng sử dụng vốn hơn là quy mô vốn. Quan Minh Nhựt và Lý Thị Thu Thảo chỉ ra vai trò của đòn bẩy và cấu trúc tài sản. Ngô Thị Hằng và Nguyễn Thị Thùy Linh cho thấy cấu trúc tài sản làm giảm hiệu quả, trong khi quy mô và đòn bẩy có tác động tích cực. Hoàng Tùng phát hiện đòn bẩy tài chính tác động âm, tăng trưởng doanh thu tác động dương trong ngành dầu khí.

Tổng hợp các nghiên cứu cho thấy đòn bẩy, cấu trúc tài sản và tăng trưởng là các nhân tố quan trọng, nhưng dấu tác động phụ thuộc vào đặc thù ngành. Do đó, việc nghiên cứu riêng ngành khai khoáng với ROIC là cần thiết.

2.2. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp nghiên cứu

Với dữ liệu dạng bảng của nhiều doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định, nghiên cứu sử dụng mô hình tác động cố định (Fixed Effects Model - FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (Random Effects Model - REM) để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn. Việc sử dụng FEM cho phép kiểm soát các đặc điểm không quan sát được nhưng không thay đổi theo thời gian của từng doanh nghiệp; REM được sử dụng như một mô hình so sánh trước khi lựa chọn mô hình phù hợp hơn thông qua kiểm định Hausman.

Phương trình hồi quy cơ sở được xác định như sau:

$$ROIC_{it} = \beta_0 + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LIQ_{it} + \beta_5 TANG_{it} + \alpha_i + u_{it}$$

Trong đó, ROIC là tỷ suất sinh lợi trên vốn đầu tư; SIZE là quy mô doanh nghiệp; LEV là đòn bẩy tài chính; GROWTH là tốc độ tăng trưởng doanh thu; LIQ là khả năng thanh khoản; TANG là cấu trúc tài sản. Ngoài mô hình cơ sở, nghiên cứu còn ước lượng mô hình động có biến trễ của ROIC nhằm phản ánh tính bền vững của hiệu quả sử dụng vốn, đồng thời tiến hành kiểm định tính vững bằng cách thay biến phụ thuộc bằng vòng quay tài sản (ATO) và phân nhóm doanh nghiệp than/phi than.

2.2.2. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được xây dựng từ các báo cáo tài chính năm của doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2016-2024, xử lý từ bộ dữ liệu FiinPro do tác giả tổng hợp. Sau khi làm sạch dữ liệu, mẫu nghiên cứu gồm 22 doanh nghiệp với 176 quan sát doanh nghiệp-năm. So với nhiều nghiên cứu trong nước mới dừng ở ROA hoặc ROE, việc sử dụng ROIC cho phép đánh giá trực tiếp hơn hiệu quả sử dụng vốn đầu tư - một khía cạnh rất quan trọng trong ngành khai khoáng vốn phụ thuộc nhiều vào tài sản cố định, vốn vay và công suất khai thác.

Thông tin chi tiết về cách đo lường các biến trong mô hình được trình bày ở Bảng sau:

Bảng 1. Thống kê các biến trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Ký hiệu	Cách đo lường
Hiệu quả sử dụng vốn	ROIC	EBIT / (Tổng tài sản - Nợ ngắn hạn)
Quy mô doanh nghiệp	SIZE	Logarit tự nhiên của tổng tài sản
Đòn bẩy tài chính	LEV	Tổng nợ / Tổng tài sản
Tăng trưởng doanh thu	GROWTH	(Doanh thu năm t - Doanh thu năm t-1) / Doanh thu năm t-1
Khả năng thanh khoản	LIQ	Tài sản ngắn hạn / Nợ ngắn hạn
Cấu trúc tài sản	TANG	Tài sản cố định / Tổng tài sản

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ bộ dữ liệu nghiên cứu.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Thống kê mô tả của 22 doanh nghiệp khai khoáng niêm yết giai đoạn 2016-2024 cho thấy ROIC bình quân đạt 10,15%, với độ lệch chuẩn 13,31%, dao động từ -22,27% đến 61,52%. Điều này phản ánh sự phân hóa đáng kể về hiệu quả sử dụng vốn giữa các doanh nghiệp, xuất phát từ khác biệt về quy mô mỏ, công nghệ khai thác, đặc tính khoáng sản, cấu trúc chi phí và khả năng tiêu thụ sản phẩm.

Quy mô doanh nghiệp (SIZE) có giá trị trung bình 13,563 và độ lệch chuẩn 1,1209, cho thấy sự tồn tại đồng thời của các doanh nghiệp quy mô vừa và lớn. Đòn bẩy tài chính (LEV) bình quân đạt 0,5023, tức hơn một nửa tổng tài sản được tài trợ bằng nợ, phản ánh mức độ phụ thuộc tương đối cao vào vốn vay trong bối cảnh ngành có chu kỳ đầu tư dài và rủi ro dòng tiền lớn.

Tăng trưởng doanh thu (GROWTH) đạt trung bình 29,41% nhưng biến động mạnh (độ lệch chuẩn 162,58%), cho thấy sự khác biệt lớn về chất lượng

tăng trưởng giữa các doanh nghiệp và các giai đoạn. Khả năng thanh khoản (LIQ) trung bình đạt 2,6439 lần, song dao động rộng từ 0,3301 đến 18,4388, phản ánh sự không đồng đều về tình trạng vốn lưu động.

Cấu trúc tài sản (TANG), đo bằng tỷ trọng tài sản cố định trên tổng tài sản, đạt trung bình 24,08% và biến động từ 0 đến 75,99%, cho thấy sự khác biệt đáng kể trong mô hình hoạt động và mức độ thâm dụng vốn giữa các doanh nghiệp trong ngành.

Bảng 2. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Trung vị	Giá trị lớn nhất
ROIC	176	0.1015	0.1331	-0.2227	0.0633	0.6152
SIZE	176	13.5630	1.1209	11.3404	13.3158	16.0553
LEV	176	0.5023	0.2725	0.0243	0.5354	0.9194
GROWTH	176	0.2941	1.6258	-0.9306	0.0569	13.8022
LIQ	176	2.6439	3.3710	0.3301	1.1942	18.4388
TANG	176	0.2408	0.2025	0	0.1920	0.7599

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả xử lý dữ liệu trên phần mềm thống kê.

3.1.2. Kiểm định tương quan và một số khuyết tật của mô hình

Trước khi ước lượng mô hình, nghiên cứu tiến hành xem xét ma trận tương quan Pearson giữa các biến nhằm đánh giá sơ bộ mối quan hệ tuyến tính và phát hiện nguy cơ đa cộng tuyến. Kết quả cho thấy không có cặp biến độc lập nào có hệ số tương quan ở mức quá cao để gây ra rủi ro đa cộng tuyến nghiêm trọng. Trong đó, SIZE tương quan dương khá mạnh với LEV (0,7133), còn LEV tương quan âm với LIQ (-0,7055), phản ánh logic tài chính thông thường: doanh nghiệp sử dụng nhiều nợ hơn thường có vùng đệm thanh khoản thấp hơn.

ROIC có tương quan âm với SIZE (-0,1072), LEV (-0,2110) và TANG (-0,1447), nhưng tương quan dương với GROWTH (0,0285) và LIQ (0,0967). Dù mức tương quan sơ bộ chưa đủ lớn để khẳng định ngay chiều hướng tác động trong mô hình hồi quy, kết quả này vẫn cho thấy đòn bẩy tài chính và cấu trúc tài sản là các biến có khả năng tạo sức ép lên hiệu quả sử dụng vốn. Đồng thời, nghiên cứu cũng tiến hành ước lượng với sai số chuẩn hiệu chỉnh robust nhằm gia tăng độ tin cậy cho kết quả.

Bảng 3. Ma trận tương quan Pearson giữa các biến trong mô hình nghiên cứu

Biến	ROIC	SIZE	LEV	GROWTH	LIQ	TANG
ROIC	1.0000	-0.1072	-0.2110	0.0285	0.0967	-0.1447
SIZE	-0.1072	1.0000	0.7133	-0.0465	-0.3662	0.4923
LEV	-0.2110	0.7133	1.0000	-0.1755	-0.7055	0.6297
GROWTH	0.0285	-0.0465	-0.1755	1.0000	0.3772	-0.1514
LIQ	0.0967	-0.3662	-0.7055	0.3772	1.0000	-0.4297
TANG	-0.1447	0.4923	0.6297	-0.1514	-0.4297	1.0000

Nguồn: Tác giả tính toán từ bộ dữ liệu nghiên cứu.

3.1.3. Kết quả mô hình hồi quy

Kết quả hồi quy cho thấy mô hình Pooled OLS có hệ số xác định thấp, chỉ đạt 6,86%, hàm ý rằng nếu bỏ qua đặc điểm riêng biệt của từng doanh nghiệp thì mô hình giải thích rất kém biến động của ROIC. Trong khi đó, mô hình tác động cố định (FE) có R^2 đạt 58,45%, cao hơn đáng kể và cho thấy khi kiểm soát được các đặc điểm bất biến theo thời gian của doanh nghiệp, các biến tài chính trong mô hình giải thích được phần lớn hơn biến động của hiệu quả sử dụng vốn.

Mô hình động với biến trễ của ROIC tiếp tục nâng R^2 lên 66,16% và cho thấy hiệu quả sử dụng vốn có tính duy trì theo thời gian. Kết quả robustness với biến phụ thuộc thay thế là vòng quay tài sản (ATO) cho R^2 rất cao, đạt 85,82%, qua đó củng cố nhận định rằng quy mô, đòn bẩy và cấu trúc tài sản không chỉ ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi trên vốn đầu tư mà còn liên quan trực tiếp đến hiệu quả vận hành tài sản.

Đáng chú ý, khi phân nhóm theo phân ngành, mô hình FE cho nhóm doanh nghiệp than có R^2 tới 88,40%, cao hơn nhiều so với nhóm phi than (61,46%). Điều này cho thấy các mối quan hệ tài chính trong nhóm doanh nghiệp than rõ ràng và đồng nhất hơn, có thể do đặc điểm sản xuất, quy trình vận hành và cấu trúc tài chính của nhóm này tương đối đồng dạng.

Bảng 4. Kết quả hồi quy theo các mô hình nghiên cứu

Biến	Pooled OLS	FE	Dynamic FE	ATO FE	Coal FE	Non-coal FE
LagROIC			0.4462*** (0.1529)			
SIZE	0.0150 (0.0248)	0.0689 (0.0920)	0.0468 (0.0551)	0.4362 (0.7285)	0.1159*** (0.0306)	-0.0065 (0.0992)
LEV	-0.1865 (0.1329)	-0.4137 (0.2701)	-0.3534* (0.1818)	-2.7017 (1.8804)	-0.7873*** (0.0672)	-0.0144 (0.2035)
GROWTH	0.0014 (0.0060)	0.0055 (0.0045)	0.0080 (0.0060)	0.0312 (0.0365)	0.0392*** (0.0119)	0.0051 (0.0038)
LIQ	-0.0059 (0.0055)	-0.0040 (0.0046)	-0.0044 (0.0038)	-0.0106 (0.0301)	-0.0243 (0.0292)	-0.0004 (0.0035)
TANG	-0.0196 (0.1394)	-0.1806 (0.1433)	-0.1375 (0.0982)	-0.6878 (0.7664)	-0.1674*** (0.0383)	-0.3152 (0.3724)
Số quan sát	176	176	176	176	64	112
R^2	0.0686	0.5845	0.6616	0.8582	0.8840	0.6146

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả ước lượng trên phần mềm thống kê.

*Ghi chú: Sai số chuẩn robust trình bày trong ngoặc đơn; *, ** và *** lần lượt thể hiện mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.*

Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Hoàng Tùng đối với doanh nghiệp dầu khí niêm yết tại Việt Nam, trong đó tỷ lệ nợ trên tổng tài sản cũng làm suy giảm hiệu quả hoạt động, và cũng nhất quán với phát hiện của Quan Minh Nhựt và Lý Thị Thu Thảo về vai trò đáng kể của đòn bẩy tài chính trong giải thích hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bất động sản.

3.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

3.2.1. Đòn bẩy tài chính

Kết quả cho thấy đòn bẩy tài chính có tác động âm đến hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt rõ trong mô

hình động và nhóm doanh nghiệp than. Cụ thể, trong mô hình động, hệ số LEV đạt -0,3534 và có ý nghĩa ở mức 10%; trong nhóm doanh nghiệp than, hệ số này lên tới -0,7873 và có ý nghĩa ở mức 1%. Điều này cho thấy việc gia tăng nợ vay không đồng nghĩa với nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Trong bối cảnh ngành khai khoáng chịu rủi ro cao và biến động giá hàng hóa lớn, chi phí tài chính và áp lực trả nợ có xu hướng làm giảm lợi nhuận hoạt động, từ đó kéo giảm ROIC. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu quốc tế, trong đó đòn bẩy chỉ phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp kiểm soát tốt chu kỳ đầu tư và dòng tiền.

3.2.2. Quy mô doanh nghiệp

Biến SIZE mang dấu dương trong tất cả các mô hình, rõ rệt nhất ở nhóm doanh nghiệp than với hệ số 0,1159 và có ý nghĩa ở mức 1%. Điều này khẳng định lợi thế quy mô là nhân tố quan trọng trong ngành khai khoáng. Doanh nghiệp quy mô lớn có khả năng tận dụng kinh tế theo quy mô, phân bổ chi phí cố định hiệu quả, nâng cao khả năng tiếp cận vốn và tăng cường năng lực đàm phán trên thị trường. Tuy nhiên, kết quả này có sự khác biệt với một số nghiên cứu trước như Hoàng Tùng [11], có thể do khác biệt về mẫu nghiên cứu và chỉ tiêu đo lường. Trong ngành khai khoáng, nơi chi phí đầu tư ban đầu lớn và phụ thuộc vào công suất khai thác, quy mô có xu hướng chuyển hóa rõ ràng hơn thành hiệu quả sử dụng vốn.

3.2.3. Tăng trưởng doanh thu

Tăng trưởng doanh thu có tác động dương đến hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt rõ trong nhóm doanh nghiệp than với hệ số 0,0392 và có ý nghĩa ở mức 1%. Kết quả này cho thấy khi doanh nghiệp duy trì được tăng trưởng doanh thu, vốn đầu tư hiện hữu sẽ được khai thác hiệu quả hơn. Tuy nhiên, tác động tích cực này chỉ bền vững khi tăng trưởng đi kèm với kiểm soát chi phí và mở rộng đầu ra thực chất. Nếu doanh thu tăng nhưng chi phí tăng nhanh hơn, hiệu quả sử dụng vốn có thể không được cải thiện. Phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước, trong đó nhấn mạnh vai trò của chất lượng tăng trưởng và hiệu suất sử dụng tài sản.

3.2.4. Khả năng thanh khoản

Biến LIQ có dấu âm nhẹ và không có ý nghĩa thống kê rõ ràng trong hầu hết các mô hình, cho thấy thanh khoản không phải là nhân tố quyết định trực tiếp đến ROIC trong ngành khai khoáng. Trên thực tế, mức thanh khoản cao có thể phản ánh việc doanh nghiệp nắm giữ lượng lớn tài sản lưu động hoặc hàng tồn kho, đồng nghĩa với việc vốn chưa được sử dụng hiệu quả. Do đó, thanh khoản cần được quản lý theo hướng tối ưu, thay vì duy trì ở mức cao một cách thụ động.

3.2.5. Cấu trúc tài sản

Biến LIQ có dấu âm nhẹ và không có ý nghĩa thống kê rõ ràng trong hầu hết các mô hình, cho thấy thanh khoản không phải là nhân tố quyết định trực tiếp đến ROIC trong ngành khai khoáng. Trên thực tế, mức thanh khoản cao có thể phản ánh việc doanh nghiệp nắm giữ lượng lớn tài sản lưu động hoặc hàng tồn kho, đồng nghĩa với việc vốn chưa được sử dụng hiệu quả. Do đó, thanh khoản cần được quản lý theo hướng tối ưu, thay vì duy trì ở mức cao một cách thụ động.

4. Kết luận và khuyến nghị

4.1. Kết luận

Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn của các doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2016-2024 thông qua mô hình dữ liệu bảng. Kết quả cho thấy hiệu quả sử dụng vốn trong ngành còn ở mức trung bình và có sự phân hóa đáng kể giữa các doanh nghiệp, phản ánh sự khác biệt về năng lực quản trị, cơ cấu tài chính và hiệu quả khai thác tài sản.

Thứ nhất, đòn bẩy tài chính có tác động tiêu cực đến hiệu quả sử dụng vốn. Kết quả này phù hợp với đặc thù ngành khai khoáng có rủi ro cao và chu kỳ đầu tư dài. Việc sử dụng nợ ở mức cao làm gia tăng chi phí tài chính và áp lực trả nợ, từ đó làm suy giảm khả năng sinh lợi trên vốn đầu tư.

Thứ hai, quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt rõ trong nhóm doanh nghiệp khai thác than. Điều này cho thấy lợi thế kinh tế theo quy mô đóng vai trò quan trọng trong ngành khai khoáng, giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí và nâng cao hiệu quả khai thác.

Thứ ba, tăng trưởng doanh thu có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả sử dụng vốn, phản ánh khả năng tận dụng tài sản hiện có để mở rộng sản xuất và nâng cao hiệu suất hoạt động. Tuy nhiên, tác động này phụ thuộc vào tính bền vững của tăng trưởng.

Thứ tư, cấu trúc tài sản có tác động tiêu cực, cho thấy tỷ trọng tài sản cố định cao không đảm bảo hiệu quả nếu công suất không được khai thác tối đa hoặc đầu tư chưa hợp lý. Trong bối cảnh ngành khai khoáng, tài sản cố định lớn có thể trở thành gánh nặng chi phí nếu không được sử dụng hiệu quả.

Thứ năm, khả năng thanh khoản không có tác động rõ ràng đến hiệu quả sử dụng vốn, cho thấy việc duy trì thanh khoản cao chưa chắc giúp cải thiện hiệu quả nếu vốn lưu động không được sử dụng tối ưu.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra sự khác biệt đáng kể giữa nhóm doanh nghiệp khai thác than và nhóm doanh nghiệp phi than, trong đó các mối quan hệ giữa các biến tài chính và hiệu quả sử dụng vốn thể hiện rõ ràng hơn trong nhóm doanh nghiệp than.

Tổng thể, kết quả nghiên cứu khẳng định hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp khai khoáng không chỉ phụ thuộc vào quy mô vốn mà chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi chất lượng cơ cấu vốn, hiệu quả sử dụng tài sản và khả năng tăng trưởng doanh thu.

4.2. Khuyến nghị

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của các doanh nghiệp khai khoáng niêm yết tại Việt Nam.

Thứ nhất, doanh nghiệp cần cơ cấu lại đòn bẩy tài chính theo hướng thận trọng. Kết quả nghiên cứu cho thấy đòn bẩy tài chính có tác động tiêu cực đến hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt trong bối cảnh ngành khai khoáng có rủi ro cao và chu kỳ đầu tư dài. Do đó, doanh nghiệp cần xác định ngưỡng đòn bẩy phù hợp với khả năng tạo dòng tiền, hạn chế phụ thuộc vào nợ vay ngắn hạn cho các khoản đầu tư dài hạn và ưu tiên các nguồn vốn ổn định hơn như lợi nhuận giữ lại hoặc vốn chủ sở hữu.

Thứ hai, doanh nghiệp cần nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản cố định thay vì mở rộng đầu tư dàn trải. Tỷ trọng tài sản cố định cao không đảm bảo hiệu quả nếu công suất không được khai thác tối đa. Vì vậy, cần tập trung tối ưu hóa hiệu suất sử dụng tài sản hiện có, rà soát các khoản đầu tư kém hiệu quả và ưu tiên đổi mới công nghệ ở những khâu có tác động lớn đến năng suất và chi phí.

Thứ ba, cần phát huy lợi thế quy mô theo hướng thực chất. Quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả sử dụng vốn, đặc biệt trong nhóm doanh nghiệp khai thác than. Tuy nhiên, mở rộng quy mô chỉ thực sự hiệu quả khi đi kèm với cải thiện quản trị, tối ưu chi phí và nâng cao năng lực tiêu thụ. Do đó, doanh nghiệp cần gắn chiến lược mở rộng với nâng cao hiệu quả vận hành.

Thứ tư, doanh nghiệp cần theo đuổi tăng trưởng doanh thu theo hướng bền vững. Tăng trưởng doanh thu có tác động tích cực đến hiệu quả sử dụng vốn, nhưng cần đi kèm kiểm soát chi phí và phù hợp với năng lực sản xuất thực tế. Việc mở rộng sản lượng cần dựa trên dự báo thị trường và khả năng tiêu thụ, tránh tăng trưởng nóng làm suy giảm hiệu quả.

Thứ năm, cơ quan quản lý cần hoàn thiện môi trường chính sách nhằm hỗ trợ nâng cao hiệu quả hoạt động của ngành. Cụ thể, cần xây dựng khung pháp lý ổn định, minh bạch; hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận công nghệ khai thác hiện đại; khuyến khích tái cơ cấu tài chính và nâng cao chất lượng công bố thông tin. Đồng thời, cần tăng cường cung cấp thông tin thị trường nhằm giúp doanh nghiệp đưa ra quyết định đầu tư hiệu quả hơn.

Tổng thể, việc nâng cao hiệu quả sử dụng vốn trong ngành khai khoáng đòi hỏi sự kết hợp giữa cải thiện nội tại doanh nghiệp và hoàn thiện môi trường chính sách, trong đó trọng tâm là tối ưu cơ cấu vốn, nâng cao hiệu quả tài sản và đảm bảo tăng trưởng bền vững.

5. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế. Thứ nhất, mẫu nghiên cứu mới tập trung vào các doanh nghiệp khai khoáng niêm yết có dữ liệu công bố đầy đủ, chưa bao phủ nhóm doanh nghiệp chưa niêm yết. Thứ hai, mô hình mới chủ yếu xem xét các biến nội tại doanh nghiệp, chưa đưa trực tiếp biến giá hàng hóa, lãi suất hay tăng trưởng GDP vào mô hình. Thứ ba, mô hình động mới dừng ở mức FE động, chưa mở rộng sang System GMM để xử lý mạnh hơn vấn đề nội sinh.

Trong thời gian tới, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng theo ba hướng. Một là, bổ sung biến giá than, giá khoáng sản kim loại và các biến vĩ mô quan trọng để đánh giá đầy đủ hơn tác động của môi trường kinh tế. Hai là, áp dụng System GMM hoặc các phương pháp ước lượng nâng cao để kiểm tra mạnh hơn tính bền vững của kết quả. Ba là, mở rộng so sánh sang doanh nghiệp khai khoáng của một số nước ASEAN nhằm tăng giá trị đối sánh quốc tế.

Tài liệu tham khảo:

N. Sivathaasan, R. Tharanika, M. Sinthuja, and V. Hanitha, "Factors determining profitability: A study of selected manufacturing companies listed on Colombo Stock Exchange in Sri Lanka," European Journal of Business and Management, vol. 5, no. 27, pp. 99-107, 2013.

M. Bolek and W. Wilinski, "The influence of liquidity on profitability of Polish construction sector companies," E-Finanse, vol. 8, no. 1, pp. 38-52, 2012.

A. Andersson and J. Minnema, The Relationship between Leverage and Profitability: A Quantitative Study of Consulting Firms in Sweden. Umea, Sweden: Umea University, 2018.

P. Liargovas and K. Skandalis, "Factors affecting firms' financial performance: The case of Greece," University of Peloponnese Working Paper, 2008.

R. G. Rajan and L. Zingales, "What do we know about capital structure? Some evidence from international data," The Journal of Finance, vol. 50, no. 5, pp. 1421-1460, 1995.

R. C. Higgins, "How much growth can a firm afford?" Financial Management, vol. 6, no. 3, pp. 7-16, 1977.

Q. M. Nhut and L. T. T. Thao, "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp bất động sản đang niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam," Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 33, tr. 65-67, 2014.

T. T. Tu and U. T. Nguyen, "Relationship between working capital management and profitability: Empirical evidence from Vietnamese listed firms," presented at the International Conference on Finance and Economics, Ton Duc Thang University, Ho Chi Minh City, Vietnam, Jun. 2-4, 2014.

J. A. Hausman, "Specification tests in econometrics," Econometrica, vol. 46, no. 6, pp. 1251-1271, 1978.

N. T. Hằng and N. T. T. Linh, "Các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng sinh lời của doanh nghiệp bất động sản Việt Nam: Ứng dụng mô hình tác động ngẫu nhiên và tác động cố định," Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng, số 223, tr. 13-25, 2020.

H. Tùng, "Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp dầu khí ở Việt Nam," Tạp chí Khoa học Công nghệ Việt Nam, vol. 11, no. 12, pp. 26-31, 2016.

THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN LOGISTICS XANH TẠI VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

TS. Đỗ Văn Trịnh*

Bài viết phân tích thực trạng phát triển logistics xanh tại Việt Nam trên các khía cạnh chủ yếu như vận tải, kho bãi, bao bì, hệ thống thông tin và logistics ngược. Kết quả cho thấy, mặc dù ngành logistics Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực và ngày càng quan tâm đến yếu tố môi trường, song quá trình xanh hóa vẫn còn nhiều hạn chế do chi phí đầu tư cao, hạ tầng chưa đồng bộ và mức độ ứng dụng công nghệ còn khiêm tốn. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp trọng tâm nhằm thúc đẩy phát triển logistics xanh, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động logistics và hướng tới phát triển bền vững tại Việt Nam.

• Từ khóa: *chuỗi cung ứng toàn cầu, logistics xanh, tăng trưởng xanh.*

This article analyzes the current state of green logistics development in Vietnam across key aspects such as transportation, warehousing, packaging, information systems, and reverse logistics. The results show that, although the Vietnamese logistics industry has seen positive changes and increasing attention to environmental factors, the greening process still faces many limitations due to high investment costs, inconsistent infrastructure, and limited technology application. Based on this, the article proposes several key solutions to promote green logistics development, contributing to improved logistics efficiency and sustainable development in Vietnam.

• Key words: *global supply chain, green logistics, green growth.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 04/01/2026
Ngày duyệt đăng: 03/02/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.37

Giới thiệu

Trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế và thực hiện các cam kết về tăng trưởng xanh, yêu cầu chuyển đổi mô hình logistics theo hướng thân thiện với môi trường ngày càng trở nên cấp thiết. Logistics xanh không chỉ nhằm giảm phát thải và sử dụng hiệu quả tài nguyên, mà còn góp phần tối ưu hóa chi phí, nâng cao hiệu quả vận hành và tăng cường khả năng tham gia của doanh nghiệp vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Mặc dù đã có những định hướng và bước đi ban đầu trong phát triển logistics xanh, song thực tiễn tại Việt Nam cho thấy quá trình triển khai còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt về hạ tầng kỹ thuật, nguồn lực tài chính, trình độ công nghệ và mức độ sẵn sàng của doanh nghiệp. Xuất phát từ thực tế đó, bài viết tập trung phân tích thực trạng phát triển logistics xanh tại Việt Nam, đồng thời đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm thúc đẩy hoạt động logistics xanh trong thời gian tới.

Cơ sở lý luận

Khái niệm và mục tiêu của logistics xanh

Thuật ngữ logistics xanh xuất hiện lần đầu tiên vào những năm 1980. Kể từ đó đến nay, đã có nhiều công trình nghiên cứu và các cách tiếp cận khác nhau được đưa ra xung quanh chủ đề này. Theo Sbihi và Eglese (2010), logistics xanh nhấn mạnh vào những nỗ lực và biện pháp nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của hoạt động logistics, từ đó đạt tới sự cân bằng bền vững giữa các mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường. Logistics xanh chi phối đồng thời cả 3 mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường. Ba mục tiêu này không loại trừ mà ngược lại còn củng cố lẫn nhau. Mọi nỗ lực của logistics xanh đều tập trung đóng góp và đảm bảo cho sự phát triển bền vững.

Tại Việt Nam, logistics xanh vẫn là một khái niệm tương đối mới và chưa có cách hiểu thống nhất. Theo Bộ Công Thương (2022), "logistics xanh là hoạt động logistics hướng tới các mục tiêu bền vững, thân thiện và bảo vệ môi trường, giảm tối đa tác động tiêu cực đến môi trường". Cách tiếp cận này nhấn mạnh vai trò của logistics xanh như một công cụ quan trọng để hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

Nhìn chung, logistics xanh có thể được hiểu là tập hợp các phương tiện, phương pháp và quy trình logistics được thiết kế và vận hành nhằm sử dụng hiệu

** Học viện Chính trị - Bộ Quốc phòng*

quả tài nguyên, giảm phát thải và hạn chế tác động tiêu cực đến môi trường sinh thái.

Các nội dung chủ yếu của logistics xanh

Vận tải xanh: Vận tải xanh là bộ phận cốt lõi của logistics xanh, bao gồm các phương thức vận chuyển được thiết kế nhằm giảm thiểu tác động môi trường. Theo McKinnon (2018), vận tải xanh gắn với việc sử dụng phương tiện tiết kiệm năng lượng, nhiên liệu sạch và công nghệ thân thiện với môi trường như xe điện, xe hybrid hoặc nhiên liệu sinh học, qua đó làm giảm phát thải khí nhà kính và các chất ô nhiễm không khí. Bên cạnh đó, xanh hóa vận tải còn bao gồm việc tối ưu hóa tải trọng, lộ trình và tổ chức vận chuyển thông qua ứng dụng công nghệ số, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo, đặc biệt trong hoạt động giao hàng chặng cuối.

Bao bì xanh: Bao bì xanh là thuật ngữ dùng để chỉ các loại bao bì thân thiện với môi trường, có khả năng tái chế hoặc phân hủy sinh học và không gây hại đến sức khỏe con người cũng như hệ sinh thái. Theo Lewis và cộng sự (2010), bao bì xanh thường được thiết kế theo hướng giảm kích thước, trọng lượng và lượng vật liệu sử dụng, đồng thời ưu tiên các vật liệu bền vững như giấy, bìa hoặc nhựa phân hủy sinh học. Mục tiêu của bao bì xanh không chỉ là giảm lượng rác thải mà còn góp phần tiết kiệm năng lượng trong vận chuyển và khuyến khích tiêu dùng bền vững.

Kho bãi xanh: Kho bãi xanh được hiểu là các kho hàng được thiết kế, xây dựng và vận hành theo các tiêu chuẩn bền vững, sử dụng hiệu quả năng lượng và tài nguyên. Theo Accorsi, Manzini và Ferrari (2014), kho bãi xanh thường áp dụng các giải pháp như sử dụng vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường, hệ thống chiếu sáng và kiểm soát nhiệt độ tiết kiệm năng lượng, cũng như ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý kho. Việc phát triển kho bãi xanh không chỉ giúp giảm tác động môi trường mà còn nâng cao hiệu quả vận hành và giảm chi phí dài hạn cho doanh nghiệp.

Xanh hóa hệ thống thông tin: Xanh hóa hệ thống thông tin trong logistics đề cập đến việc ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số nhằm tối ưu hóa các hoạt động logistics, từ đóng gói, lưu trữ, vận chuyển đến quản lý tồn kho và phân phối. Theo Zhang và cộng sự (2016), hệ thống thông tin logistics hiện đại có khả năng cung cấp dữ liệu theo thời gian thực, hỗ trợ ra quyết định chính xác, qua đó giúp giảm tiêu hao năng lượng và phát thải. Đồng thời, số hóa dữ liệu góp phần giảm nhu cầu in ấn giấy tờ, qua đó hạn chế tác động tiêu cực đến môi trường.

Phát triển logistics ngược: Logistics ngược là quá trình thu hồi sản phẩm, bao bì và vật liệu sau tiêu dùng để tái sử dụng, tái chế hoặc xử lý phù hợp. Theo Srivastava (2007), logistics ngược bao gồm các hoạt động thu hồi sản phẩm bị trả lại, sản phẩm hết vòng đời sử dụng, phế phẩm và phụ phẩm trong sản xuất, cũng như tận thu vật liệu đóng gói. Việc phát triển logistics ngược không chỉ giúp giảm lượng chất thải ra môi trường mà còn tạo thêm giá trị kinh tế thông qua tái chế và tái sử dụng, đóng góp quan trọng cho phát triển bền vững của doanh nghiệp và chuỗi cung ứng.

Động lực phát triển logistics xanh ở Việt Nam

Phát triển logistics xanh ở Việt Nam được thúc đẩy trước hết từ định hướng và cam kết chính sách ở cấp quốc gia. Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021–2030, tầm nhìn đến năm 2050 xác định mục tiêu xuyên suốt là xanh hóa các ngành kinh tế, trong đó logistics được xem là lĩnh vực then chốt cần chuyển đổi theo hướng bền vững thông qua phát triển trung tâm logistics xanh, cảng xanh và các phương thức vận tải thân thiện với môi trường. Việc ban hành Quyết định số 882/QĐ-TTg (2022) và Nghị quyết số 163/NQ-CP (2022) tiếp tục cụ thể hóa yêu cầu phát triển dịch vụ logistics gắn với chuỗi cung ứng bền vững, thể hiện quyết tâm chính trị rõ ràng của Nhà nước trong thúc đẩy logistics xanh theo cách tiếp cận từ trên xuống.

Bên cạnh động lực chính sách, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và các cam kết phát triển bền vững đang tạo ra sức ép ngày càng lớn đối với hoạt động logistics. Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và RCEP không chỉ mở rộng thị trường xuất khẩu mà còn đặt ra yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn môi trường, phát thải carbon, truy xuất nguồn gốc và tính bền vững của chuỗi cung ứng. Trong bối cảnh đó, logistics xanh trở thành điều kiện cần để hàng hóa Việt Nam đáp ứng yêu cầu của các thị trường lớn và nâng cao khả năng tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Ngoài ra, áp lực giảm chi phí logistics và nâng cao hiệu quả vận hành cũng là động lực nội sinh quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi sang mô hình logistics xanh. Việc ứng dụng các giải pháp như tối ưu hóa tuyến vận tải, sử dụng phương tiện tiết kiệm năng lượng, số hóa quản lý kho bãi và quy trình logistics không chỉ góp phần giảm phát thải khí nhà kính mà còn giúp cắt giảm chi phí nhiên liệu, lưu kho và chi phí giao dịch. Trong bối cảnh chi phí logistics của Việt Nam còn ở mức cao so với khu vực, logistics

xanh được xem là hướng đi quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả tổng thể của hệ thống logistics quốc gia.

Ở cấp độ doanh nghiệp, nhận thức về vai trò của logistics xanh ngày càng được cải thiện. Logistics xanh dần được tích hợp vào chiến lược kinh doanh như một công cụ nâng cao hiệu quả hoạt động, năng lực cạnh tranh và khả năng đáp ứng các yêu cầu của đối tác quốc tế, thay vì chỉ được nhìn nhận như nghĩa vụ tuân thủ quy định môi trường.

Bên cạnh đó, sự phát triển của tài chính xanh và đầu tư bền vững đang tạo thêm động lực cho logistics xanh. Các tổ chức tài chính và quỹ đầu tư ngày càng ưu tiên phân bổ vốn cho các dự án đáp ứng tiêu chí ESG, qua đó tạo lợi thế tiếp cận vốn và nâng cao uy tín cho các doanh nghiệp logistics tiên phong chuyển đổi theo hướng xanh hóa.

Cuối cùng, quá trình đô thị hóa nhanh, áp lực môi trường tại các đô thị lớn và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng theo hướng đề cao trách nhiệm môi trường cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu phát triển logistics xanh. Các yêu cầu về giảm phát thải, tối ưu hóa phân phối đô thị và minh bạch dấu chân carbon đang trở thành yếu tố quan trọng buộc doanh nghiệp logistics phải điều chỉnh mô hình hoạt động theo hướng bền vững hơn.

Thực trạng phát triển logistics xanh

Vận tải xanh

Vận tải xanh tại Việt Nam bước đầu được triển khai thông qua việc chuyển đổi dần phương tiện sử dụng động cơ đốt trong sang phương tiện sử dụng năng lượng điện, hybrid và nhiên liệu sinh học. Xu hướng này ngày càng nhận được sự quan tâm của Chính phủ và doanh nghiệp trong bối cảnh mục tiêu giảm phát thải khí nhà kính và phát triển bền vững được đặt ra ngày càng rõ nét. Đến năm 2024 Việt Nam đã có khoảng 20.000 phương tiện sử dụng năng lượng điện, cùng với hơn 150.000 cổng sạc được lắp đặt trên phạm vi cả nước, tạo nền tảng ban đầu cho phát triển vận tải xanh.

Song song với đó, kết cấu hạ tầng giao thông vận tải tiếp tục được đầu tư và cải thiện, đặc biệt là hệ thống đường cao tốc và hạ tầng cảng biển, góp phần rút ngắn thời gian vận chuyển, giảm tiêu hao nhiên liệu và phát thải do ùn tắc. Một số cảng biển lớn đã bắt đầu ứng dụng thiết bị xếp dỡ tiết kiệm năng lượng, số hóa quy trình khai thác và điều hành, hướng tới mô hình vận hành thân thiện hơn với môi trường.

Tuy nhiên, phát triển vận tải xanh tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế. Hạ tầng hỗ trợ cho phương tiện sử dụng năng lượng sạch, đặc biệt là trạm sạc cho xe tải và xe vận chuyển hàng hóa đường dài, còn thiếu và phân bố chưa đồng đều, nhất là tại khu vực nông thôn và vùng sâu, vùng xa. Bên cạnh đó, chi phí đầu tư ban đầu cho phương tiện vận tải xanh vẫn ở mức cao, trong khi cơ chế hỗ trợ và khuyến khích chưa đủ mạnh để thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi trên diện rộng.

Bao bì xanh

Trên thực tế, một số doanh nghiệp đã từng bước áp dụng các quy trình kiểm soát logistics xanh ngay từ khâu đóng gói, như sử dụng màng bọc đơn giản, vật liệu bao gói thân thiện với môi trường và hạn chế tối đa các lớp bao bì không cần thiết. Bên cạnh đó, việc sử dụng pallet (gỗ, nhựa tái sử dụng) thay thế cho bao bì chiếm diện tích lớn đang được áp dụng ngày càng phổ biến trong lưu kho và vận chuyển. Với đặc tính có thể tái sử dụng nhiều lần, pallet giúp tối ưu hóa không gian kho bãi, đảm bảo an toàn hàng hóa, đồng thời giảm đáng kể lượng bao bì, giấy chèn lót phát sinh trong quá trình logistics, qua đó góp phần hạn chế rác thải và nâng cao mức độ xanh hóa hoạt động logistics.

Theo Bộ Công Thương (2023), khoảng 77% doanh nghiệp được khảo sát cho biết đã sử dụng bao bì có khả năng tái chế, trong đó 32% doanh nghiệp mới bắt đầu triển khai, 33% đã thực hiện trong thời gian dài và 12% đã nhiều lần cải tiến giải pháp bao bì theo hướng thân thiện môi trường. Kết quả này cho thấy nhận thức và hành động của doanh nghiệp đối với bao bì xanh đang có sự chuyển biến tích cực.

Tuy nhiên, thực trạng rác thải nhựa tại Việt Nam vẫn đặt ra nhiều thách thức lớn đối với phát triển bao bì xanh trong logistics. Theo các báo cáo môi trường giai đoạn 2024–2025, mỗi năm Việt Nam phát sinh khoảng 1,8–2,0 triệu tấn rác thải nhựa, trong đó ước tính 0,28–0,75 triệu tấn bị thải ra biển, song tỷ lệ được tái chế và tái sử dụng mới đạt khoảng 30%. Riêng tại các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, lượng rác thải nhựa phát sinh mỗi ngày lên tới khoảng 80–90 tấn, trong khi phần lớn bao bì nhựa vẫn chưa được thu gom và tái chế hiệu quả. Đáng chú ý, bao bì là một trong những nhóm chất thải công nghiệp và sinh hoạt chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng lượng rác thải nhựa hiện nay.

Kho bãi xanh

Kho bãi xanh được xem là một cấu phần quan trọng trong phát triển logistics xanh, góp phần giảm tiêu thụ năng lượng, hạn chế phát thải khí nhà kính và nâng cao hiệu quả vận hành chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy quá trình chuyển đổi sang mô

hình kho bãi xanh tại Việt Nam vẫn diễn ra chậm và chưa đồng đều.

Hiện nay, phần lớn hệ thống kho bãi tại Việt Nam vẫn vận hành theo mô hình truyền thống, chủ yếu sử dụng điện lưới cho chiếu sáng, thông gió và kiểm soát nhiệt độ. Các giải pháp thiết kế kho thân thiện môi trường, như tận dụng ánh sáng tự nhiên, sử dụng vật liệu cách nhiệt, hay ứng dụng công nghệ tiết kiệm năng lượng, chưa được áp dụng rộng rãi. Việc sử dụng năng lượng tái tạo trong vận hành kho bãi còn hạn chế, trong đó điện mặt trời là nguồn năng lượng được lựa chọn phổ biến nhất, song chủ yếu mới ở quy mô nhỏ và mang tính thí điểm. Nguyên nhân chính xuất phát từ chi phí đầu tư ban đầu lớn, thời gian thu hồi vốn dài, trong khi phần lớn doanh nghiệp logistics Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ, năng lực tài chính còn hạn chế.

Bên cạnh đó, mức độ ứng dụng công nghệ số và tự động hóa trong quản lý kho bãi còn thấp. Nhiều kho chưa triển khai đầy đủ các hệ thống quản lý kho hiện đại như phần mềm WMS, mã vạch hay các giải pháp theo dõi tiêu thụ năng lượng theo thời gian thực. Điều này làm giảm khả năng tối ưu hóa không gian lưu trữ, kiểm soát dòng hàng hóa và sử dụng năng lượng hiệu quả, đồng thời gây khó khăn cho việc đánh giá và cải thiện hiệu quả môi trường trong vận hành kho bãi.

Ngoài ra, chất lượng hạ tầng kho bãi tại một số khu vực đang đối mặt với tình trạng xuống cấp do được xây dựng từ lâu nhưng chưa được đầu tư cải tạo, nâng cấp kịp thời. Quỹ đất dành cho phát triển kho bãi tại các khu vực gần cảng biển, sân bay và các tuyến giao thông huyết mạch còn hạn chế, khiến nhiều kho bãi nằm xa trung tâm logistics. Điều này làm gia tăng quãng đường vận chuyển, kéo dài thời gian lưu kho và gián tiếp làm tăng lượng phát thải khí nhà kính, đi ngược lại mục tiêu xanh hóa logistics.

Hệ thống thông tin xanh

Hệ thống thông tin xanh giữ vai trò nền tảng trong phát triển logistics xanh, bởi đây là công cụ hỗ trợ doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình vận hành, giảm tiêu thụ tài nguyên và hạn chế phát thải thông qua quản trị dữ liệu và số hóa chuỗi cung ứng. Tại Việt Nam, quá trình ứng dụng công nghệ thông tin trong logistics đã có những bước tiến nhất định, song mức độ "xanh hóa" hệ thống thông tin vẫn còn ở giai đoạn đầu.

Trong những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp logistics đã bắt đầu triển khai các hệ thống quản lý như quản trị kho hàng (WMS), quản trị vận tải (TMS), trao đổi dữ liệu điện tử (EDI) và nền tảng theo dõi đơn hàng trực tuyến. Việc số hóa chứng từ, hóa đơn điện tử và thủ tục hải quan điện tử đã góp phần giảm đáng kể lượng giấy sử dụng, rút ngắn thời gian xử lý và hạn chế các hoạt động vận chuyển không cần thiết. Đây được xem là những bước đi quan trọng hướng tới xây dựng hệ thống thông tin logistics thân thiện với môi trường.

Tuy nhiên, việc ứng dụng hệ thống thông tin xanh tại Việt Nam còn mang tính phân tán và thiếu tính liên thông. Phần lớn doanh nghiệp mới dừng lại ở mức số hóa từng khâu riêng lẻ, chưa hình thành được hệ thống quản trị tích hợp cho toàn bộ chuỗi logistics. Việc kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa doanh nghiệp logistics với khách hàng, đối tác vận tải và cơ quan quản lý nhà nước còn hạn chế, làm giảm hiệu quả phối hợp và khả năng tối ưu hóa lộ trình, tải trọng và năng lượng tiêu thụ.

Bên cạnh đó, các công nghệ nâng cao phục vụ mục tiêu logistics xanh như phân tích dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI) trong tối ưu tuyến đường, hay hệ thống giám sát phát thải theo thời gian thực vẫn chưa được áp dụng rộng rãi. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ chi phí đầu tư cao, yêu cầu nhân lực có trình độ công nghệ thông tin chuyên sâu, cũng như hạn chế về nhận thức của một bộ phận doanh nghiệp đối với vai trò của hệ thống thông tin trong giảm phát thải và phát triển bền vững.

Ngoài ra, hạ tầng công nghệ thông tin tại một số địa phương, đặc biệt là khu vực ngoài các trung tâm kinh tế lớn, còn chưa đồng bộ, ảnh hưởng đến khả năng triển khai các giải pháp logistics số và logistics xanh. Điều này làm gia tăng khoảng cách trong mức độ ứng dụng hệ thống thông tin xanh giữa các doanh nghiệp và các vùng kinh tế.

Phát triển logistics ngược

Logistics ngược là quá trình thu hồi, tái sử dụng, tái chế hoặc xử lý sản phẩm, bao bì và vật liệu sau tiêu dùng nhằm giảm thiểu chất thải và tác động tiêu cực đến môi trường. Đối với hoạt động thu hồi, quản lý logistics ngược tại Việt Nam bao gồm 2 nội dung chính: quản lý hành chính gắn liền với quá trình quản lý hoạt động thu gom và xử lý chất thải của các bộ, ngành; quản lý hoạt động gắn liền với sự tham gia của các thành viên trong chuỗi cung ứng với trách nhiệm là người thu gom, người xử lý, người phân phối lại. Mục tiêu của logistics ngược trong chuỗi cung ứng sản phẩm là khôi phục lại nhiều nhất có thể các giá trị kinh tế - môi trường của sản phẩm và giảm xuống mức thấp nhất lượng chất thải phải xử lý. Tổ chức logistics ngược tại các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng sản phẩm có thể được thực hiện theo 2 phương án, đó là:

tự tổ chức logistics ngược; thuê ngoài logistics ngược. Xu hướng hiện nay là thuê ngoài và đa dạng hóa hoạt động logistics ngược. Tuy nhiên, doanh nghiệp chỉ có khả năng triển khai dòng logistics ngược cho sản phẩm không đáp ứng yêu cầu của khách hàng hoặc phế phẩm, phụ phẩm phát sinh trong doanh nghiệp mà chưa đủ năng lực, cũng như không bị ràng buộc trách nhiệm để tổ chức thu gom, tái chế các sản phẩm hết hạn sử dụng từ người tiêu dùng.

Đối với xử lý chất thải, hiện nay, hệ thống xử lý chất thải của Việt Nam hoạt động theo hai hình thức tổ chức chính thức và phi chính thức. Hệ thống chính thức do Nhà nước quản lý hoặc các công ty tư nhân dựa trên cơ sở hợp đồng thu gom và xử lý chất thải. Ngược lại, hệ thống phi chính thức nhỏ lẻ, tự phát, phân tán và không có hợp đồng giữa các thành viên tham gia hệ thống. Trong khi hệ thống chính thức chưa đáp ứng được yêu cầu thu gom và xử lý sản phẩm loại bỏ và chất thải, thì hệ thống phi chính thức được xem là giải pháp hữu hiệu hiện nay. Việc tích hợp hai hệ thống này có thể xem như là cơ hội để phát triển logistics ngược ở Việt Nam. Tuy nhiên, hệ thống logistics ngược đảm nhận quá trình xử lý chất thải đang được quản lý một cách chồng chéo bởi nhiều bộ, ngành và chưa có sự phân chia trách nhiệm rõ ràng. Do đó, quá trình xử lý chất thải gặp không ít khó khăn.

Một số đề xuất

Trên cơ sở những phân tích về thực trạng phát triển logistics xanh ở Việt Nam, bao gồm vận tải xanh, bao bì xanh, kho bãi xanh, hệ thống thông tin xanh và logistics ngược, bài viết đề xuất một số giải pháp trọng tâm nhằm thúc đẩy phát triển logistics xanh theo hướng đồng bộ và bền vững.

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế khuyến khích đầu tư cho vận tải xanh và kho bãi xanh. Từ thực trạng chi phí đầu tư ban đầu cao và thiếu động lực kinh tế khiến doanh nghiệp chậm chuyển đổi sang phương tiện vận tải sạch và kho bãi sử dụng năng lượng tái tạo, Nhà nước cần tập trung vào các công cụ hỗ trợ trực tiếp như tín dụng xanh, ưu đãi thuế và hỗ trợ lãi suất cho các dự án đầu tư phương tiện vận tải điện, kho bãi sử dụng năng lượng mặt trời và thiết bị tiết kiệm năng lượng. Đồng thời, cần xây dựng lộ trình và tiêu chí rõ ràng về xanh hóa logistics để tạo áp lực và định hướng chuyển đổi cho doanh nghiệp.

Thứ hai, phát triển hạ tầng logistics xanh gắn với các đầu mối giao thông và trung tâm phân phối. Trước thực trạng kho bãi phân tán, thiếu kết nối với cảng biển, sân bay và các tuyến giao thông trọng điểm, cần đẩy mạnh quy hoạch và phát triển các trung tâm logistics và kho bãi xanh tại các vùng kinh tế trọng điểm. Việc này không chỉ góp phần giảm quãng đường vận chuyển, chi phí logistics và phát thải, mà còn khắc phục tình trạng vận hành kém hiệu quả và gia tăng tiêu hao năng lượng trong chuỗi logistics hiện nay.

Thứ ba, thúc đẩy chuyển đổi số gắn với phát triển hệ thống thông tin xanh. Xuất phát từ hạn chế trong ứng dụng công nghệ thông tin, thiếu liên thông dữ liệu và khó kiểm soát tiêu thụ năng lượng trong kho bãi và vận tải, cần khuyến khích doanh nghiệp logistics triển khai đồng bộ các hệ thống quản lý vận tải, quản lý kho và chứng từ điện tử. Việc phát triển hệ thống thông tin xanh sẽ giúp tối ưu hóa tuyến đường, tải trọng, giảm vận chuyển rỗng và hạn chế sử dụng tài nguyên, qua đó trực tiếp góp phần giảm phát thải trong hoạt động logistics.

Thứ tư, phát triển logistics ngược gắn với bao bì xanh và kinh tế tuần hoàn. Trước thực trạng bao bì khó tái chế, tỷ lệ thu hồi thấp và logistics ngược còn manh mún, cần thúc đẩy doanh nghiệp tích hợp logistics ngược vào chuỗi logistics tổng thể. Trọng tâm là xây dựng hệ thống thu hồi, phân loại và tái sử dụng bao bì, pallet và sản phẩm sau tiêu dùng, đồng thời gắn kết với việc sử dụng bao bì xanh. Giải pháp này không chỉ giúp giảm lượng rác thải phát sinh mà còn góp phần tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên trong toàn chuỗi logistics.

Kết luận

Phát triển logistics xanh là yêu cầu tất yếu trong bối cảnh Việt Nam thúc đẩy tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Thực trạng cho thấy, quá trình xanh hóa logistics còn gặp nhiều hạn chế, đặc biệt về hạ tầng, ứng dụng năng lượng sạch, công nghệ thông tin và phát triển logistics ngược.

Trên cơ sở đó, bài viết đã đề xuất các giải pháp trọng tâm nhằm tháo gỡ những nút thắt hiện hữu, góp phần giảm phát thải, nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên và tăng cường năng lực cạnh tranh của ngành logistics. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp này, với sự phối hợp giữa Nhà nước và doanh nghiệp, sẽ tạo nền tảng quan trọng để logistics xanh phát triển bền vững trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Công Thương (2022), Báo cáo logistics Việt Nam 2022, Nxb Công Thương.

Bộ Công Thương (2024), Báo cáo logistics Việt Nam 2024, Nxb Công Thương.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2024), Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2023.

Sbihi, A., Eglese, R.W. (2009), Combinatorial optimization and Green Logistics, Annals of Operations Research, 175(1), 159-175.

World Bank (2023). Connecting to compete 2023: Trade logistics in an uncertain global economy. Washington, DC.

ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG VÀ TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

TS. Trần Thế Sao* - ThS. Phan Hồng Hạnh*

Nghiên cứu này tập trung phân tích vai trò, phương pháp và tiềm năng ứng dụng của trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực ngân hàng và tài chính, đặc biệt là trong phân tích, dự báo và giao dịch trên thị trường tài chính. Trên cơ sở tổng quan một số vấn đề lý thuyết chủ yếu và nghiên cứu khái quát thực tiễn quốc tế, bài viết làm rõ cơ sở lý luận về AI và thị trường tài chính, giao dịch tài chính, đồng thời đánh giá khả năng ứng dụng tại Việt Nam trong các Ngân hàng thương mại, Công ty chứng khoán và công ty Fintech. Kết quả nghiên cứu cho thấy AI có thể nâng cao hiệu quả đầu tư, dự báo biến động giá và quản trị rủi ro, chuyên nghiệp hóa về giao dịch trên thị trường tài chính, song vẫn tồn tại nhiều thách thức về dữ liệu, pháp lý và năng lực công nghệ làm hạn chế việc ứng dụng mạnh mẽ AI thúc đẩy phát triển thị trường tài chính Việt Nam trong xu thế đang hội nhập sâu rộng với cộng đồng quốc tế.

• Từ khóa: *trí tuệ nhân tạo, thị trường tài chính, giao dịch tự động, AI.*

This study focuses on analyzing the role, methods, and potential applications of artificial intelligence (AI) in the banking and finance sector, particularly in analysis, forecasting, and trading in financial markets. Based on an overview of key theoretical issues and a general study of international practices, the article clarifies the theoretical basis of AI and the financial market, financial trading, and assesses its potential application in Vietnam in commercial banks, securities companies, and Fintech companies. The research results show that AI can improve investment efficiency, forecast price fluctuations, and manage risk, professionalizing trading in the financial market. However, many challenges remain regarding data, legal frameworks, and technological capabilities, limiting the strong application of AI to promote the development of Vietnam's financial market in the context of deep integration with the international community.

• Key words: *artificial intelligence, financial market, automated trading, AI.*

Ngày nhận bài: 11/12/2025
Ngày gửi phản biện: 23/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.38

1. Giới thiệu nghiên cứu

Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) đã trở thành một trong những công nghệ nền tảng của Cách mạng công nghiệp 4.0, tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực, trong đó có tài chính. Các mô hình học máy, học sâu, và xử lý ngôn ngữ tự nhiên đang được ứng dụng mạnh mẽ trong phân tích dữ liệu lớn, dự báo biến động thị trường, và ra quyết định giao dịch. Ở Việt Nam, việc ứng dụng AI trong lĩnh vực ngân hàng và tài chính đang trong giai đoạn khởi đầu, chủ yếu ở các ngân hàng thương mại (NHTM) quy mô lớn và một số công ty chứng khoán. Tuy nhiên, tiềm năng phát triển còn rất lớn nếu được định hướng và hỗ trợ đúng đắn.

Nghiên cứu hướng tới ba mục tiêu chính: i) Làm rõ cơ sở lý luận và tổng quan các hướng ứng dụng AI trong tài chính; ii) Đánh giá khả năng và hiện trạng ứng dụng AI trong phân tích, dự báo và giao dịch tại Việt Nam; iii) Đề xuất định hướng và giải pháp thúc đẩy phát triển AI trong thị trường tài chính Việt Nam.

Các câu hỏi nghiên cứu đặt ra: i) AI được ứng dụng như thế nào trong phân tích và dự báo tài chính? ii) Mức độ sẵn sàng của Việt Nam đối với việc áp dụng các công nghệ AI trong tài chính? iii) Những giải pháp nào có thể thúc đẩy hiệu quả ứng dụng AI trong tương lai gần?

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp tổng hợp - phân tích lý thuyết, kết hợp với nghiên cứu định tính, cụ thể:

Phân tích tài liệu thứ cấp: tổng quan các công trình các công trình học thuật, nghiên cứu khoa học quốc tế và trong nước, báo cáo thực tiễn của các tổ chức tài chính quốc tế như IMF, OECD, WB PwC. Bên cạnh đó, nghiên cứu này còn sử dụng các dữ liệu từ Ngân hàng Nhà nước (NHNN) Việt Nam, một số NHTM và tổ chức tài chính khác của Việt Nam.

** Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh; email: sao.tt@ou.edu.vn - hanh.ph.tcnh@gmail.com*

Phương pháp tổng hợp và so sánh: đối chiếu giữa các mô hình ứng dụng AI quốc tế và phân tích khả năng ứng dụng AI tại Việt Nam so với các quốc gia phát triển.

3. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Khái niệm: Trí tuệ nhân tạo (AI) là lĩnh vực của khoa học máy tính cho phép hệ thống học hỏi từ dữ liệu, đưa ra quyết định hoặc dự đoán mà không cần lập trình cụ thể (Russell & Norvig, 2022).

Trong lĩnh vực tài chính, AI thường được ứng dụng thông qua:

Ứng dụng AI trong phân tích tài chính: Các mô hình học sâu (Deep Learning), đặc biệt là mạng LSTM (Long Short-Term Memory), CNN (Convolutional Neural Network), và Transformer, đã chứng minh khả năng vượt trội trong phân tích chuỗi thời gian tài chính (Russell & Norvig, 2022).

Ứng dụng AI trong dự báo thị trường: AI có thể xử lý khối lượng dữ liệu khổng lồ từ: Giá cổ phiếu, chỉ số, hàng hóa, tỷ giá; Dữ liệu phi cấu trúc như bài viết, tweet, tin tức; Kết hợp các yếu tố này, mô hình AI tạo ra dự báo ngắn hạn và trung hạn, hỗ trợ quyết định đầu tư chính xác hơn (Russell & Norvig, 2022).

Ứng dụng AI trong giao dịch tài chính: Hệ thống AI trading hoạt động theo chiến lược định lượng (quantitative trading) - tự động thực hiện mua bán dựa trên tín hiệu mô hình dự báo. Hiện nay, hơn 60% giao dịch chứng khoán tại Mỹ được thực hiện bởi các hệ thống tự động (JP Morgan, 2023).

Ứng dụng AI trong quản trị rủi ro và phát hiện gian lận (fraud detection). Theo lý thuyết tài chính hiện đại, hiệu quả thị trường phụ thuộc vào khả năng xử lý thông tin của các chủ thể tham gia. AI, với năng lực tính toán và học hỏi vượt trội, có thể cải thiện đáng kể hiệu quả đó (Russell & Norvig, 2022).

4. Kết quả nghiên cứu và phân tích thực tiễn tại Việt Nam

4.2. Ứng dụng AI trong các Ngân hàng thương mại Việt Nam

4.2.1. Tổng quan ứng dụng AI trong các Ngân hàng thương mại

Cho đến nay, một số NHTM Việt Nam, như Vietcombank, Techcombank, Vietinbank, MB, VPBank và BIDV đã triển khai ứng dụng AI trong quản lý rủi ro và chăm sóc khách hàng. Các NHTM này cũng đang ứng dụng AI trong xếp hạng tín dụng, nhận diện khách hàng (KYC), và phát hiện gian lận giao dịch (NHNN, 2024).

Các NHTM Việt Nam đang ở giai đoạn chuyển đổi số nhanh: AI (bao gồm cả Generative AI) đã được triển khai trong nhiều mảng, như: chăm sóc khách hàng, phát hiện gian lận, rà soát và đánh giá hồ sơ thẻ tín dụng quốc tế, tự động hoá quy trình đánh giá phòng ngừa rủi ro tín dụng (NHNN, 2024).

Ứng dụng Chatbot, trợ lý ảo & hỗ trợ khách hàng: nhiều NHTM đang triển khai chatbot trên web/app để trả lời câu hỏi, hướng dẫn giao dịch, xử lý yêu cầu đơn giản, giảm tải call center, phổ biến tại các NHTM tư nhân quy mô lớn.

Nhiều NHTM Việt Nam sử dụng AI để phát hiện gian lận (fraud detection) và AML: dùng mô hình ML để phát hiện giao dịch bất thường, chấm điểm rủi ro giao dịch thời gian thực. Các giải pháp này đang được nâng cấp cùng dữ liệu lớn (transaction logs) (VNBA, 2025).

Các NHM Việt Nam triển khai ứng dụng Hệ thống chấm điểm tín dụng, credit scoring: AI giúp tận dụng dữ liệu phi truyền thống (hành vi, dữ liệu số để mở rộng cho khách hàng chưa có lịch sử tín dụng. Nhiều NHTM cũng đang ứng dụng AI trong Tự động hoá quy trình nội bộ (RPA + AI): xử lý trắc nghiệm sinh trắc học eKYC, phân tích hồ sơ, tự động hoá xử lý chứng từ giúp giảm chi phí vận hành. Một số NHTM sử dụng AI trong phân tích trải nghiệm & cá nhân hoá dịch vụ: đề xuất sản phẩm, tối ưu hành trình khách hàng dựa trên mô hình ML (VNBA, 2025).

4.2.2. Nghiên cứu thực nghiệm ứng dụng AI hiện nay tại Vietcombank

Vietcombank là NHTM Nhà nước đã cổ phần hóa, có cổ đông chiến lược nước ngoài, đang tiên phong trong ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại nói chung và đang đẩy mạnh ứng dụng AI cho một số hoạt động sau đây:

Trợ lý ảo, Chatbot - VCB Digibot: Vietcombank đã triển khai trợ lý ảo "VCB Digibot" sử dụng công nghệ AI và xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP). Digibot có khả năng trả lời các câu hỏi thường gặp 24/7 trong các mảng như: thẻ, vay, lãi suất, thông tin ưu đãi, tỷ giá, mạng lưới chi nhánh, v.v. Nếu yêu cầu của khách hàng vượt quá khả năng của chatbot, hệ thống sẽ chuyển tiếp tới tư vấn viên con người để xử lý tiếp. Chỉ sau 6 tháng triển khai, từ tháng 1 đến hết tháng 6/2025, Digibot đã xử lý khoảng 2 triệu yêu cầu, và đạt tỷ lệ khoảng 88% các yêu cầu được giải đáp bởi chatbot mà không cần tới con người (VNBA, 2025).

***Phân tích dữ liệu và cá nhân hóa dịch vụ khách hàng*:** Vietcombank đang áp dụng AI để thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng, từ đó hỗ trợ bộ phận kinh doanh đề xuất các sản phẩm phù hợp, tối ưu hóa quy trình bán hàng. Hợp tác với Salesforce nhằm phát triển năng lực tương tác khách hàng dựa trên trí tuệ nhân tạo và tích hợp CRM thông minh (VNBA, 2025).

Tối ưu hoá trải nghiệm ứng dụng di động, ngân hàng số: Ứng dụng di động và nền tảng ngân hàng số của Vietcombank đã tích hợp các thành phần AI để cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, gợi ý giao diện, và quản lý tài chính thông minh hơn. Vietcombank có "AI-powered mobile banking service" giúp tăng giao dịch số và nâng cao chỉ số hài lòng khách hàng. Khách hàng tự nâng hạn mức chuyển tiền trong ngày, thanh toán một phần hay toàn bộ sao kê hay toàn bộ dư nợ Thẻ tín dụng (VNBA, 2025).

Thẩm định quyết định hạn mức Thẻ tín dụng quốc tế: Vietcombank ứng dụng AI trong thẩm định hạn mức Thẻ tín dụng quốc tế VISA đối với khách hàng cá nhân, dựa trên dữ liệu thông tin cá nhân, như bảng lương, thu nhập ổn định và hợp pháp hàng tháng trả qua tài khoản tại Vietcombank, lịch sử và uy tín sử dụng thê tín dụng. (VNBA, 2025)

4.3. Ứng dụng AI trong các Công ty chứng khoán

4.3.1. Tổng quan

Đến nay Việt Nam đang hiện có 78 Công ty chứng khoán (CTCK) có một số lĩnh vực đã bắt đầu tích hợp AI. Một số Công ty chứng khoán như SSI, VNDirect, VPS bước đầu áp dụng AI gợi ý danh mục đầu tư và tư vấn giao dịch tự động cho khách hàng cá nhân (VNBA, 2025).

Có thể khái quát các ứng dụng chính IA trong hoạt động của các CTCK và công ty Fintech ở Việt Nam như sau:

Ứng dụng hatbot, một dạng trợ lý đầu tư cá nhân hóa: Nhiều CTCK đã tích hợp chatbot hoặc trợ lý AI trên nền tảng giao dịch để hỗ trợ khách hàng, giải đáp thắc mắc, đề xuất sản phẩm hoặc thông tin về cổ phiếu. Ví dụ nổi bật: VPBankS ra mắt StockGuru - được giới thiệu là trợ lý tư vấn đầu tư chứng khoán đầu tiên tại VN ứng dụng công nghệ Agentic AI (VNBA, 2025).

Ứng dụng trong phân tích dữ liệu & hỗ trợ chiến lược đầu tưL AI được dùng để tổng hợp, xử lý khối lượng lớn dữ liệu (tài chính, thị trường, thông tin vĩ mô …), từ đó hỗ trợ phân tích xu hướng, đánh giá rủi ro, phân bổ danh mục đầu tư.

Sử dụng Robot advisor / robo-advisor: Một số CTCK hoặc FinTech liên kết với CTCK đã thử nghiệm mô hình robo-advisor - tự động đưa ra khuyến nghị đầu tư dựa trên hồ sơ khách hàng, mức độ chấp nhận rủi ro, sở thích đầu tư.

Số hóa (digitalization) & tự động hóa quy trình: Các CTCK đang số hóa giao dịch, ứng dụng hệ thống tự động xử lý dữ liệu, báo cáo; giảm thiểu công việc thủ công.

Sử dụng công nghệ Agentic AI và AI tác nhân: Một số công ty chứng khoán đã bước từ chỉ sử dụng Generative AI sang Agentic AI, với khả năng thực thi các tác vụ tự động theo mục tiêu cụ thể (ví dụ StockGuru).

Ứng dụng AI đang làm giảm nhân sự & chuyển đổi mô hình sử dụng nhân lực tại các công ty chứng khoán (VNBA, 2025).

4.3.2. Nghiên cứu thực nghiệm những ứng dụng AI tại SSI

Công ty cổ phần chứng khoán Sài gòm (SSI) có vị thế hàng đầu trong số các CTCK Việt Nam hiện nay, có quy mô lớn và có thị phần môi giới lớn nhất, số lượng Nhà đầu tư mở tài khoản chứng và khoán và đang giao dịch lớn nhất, nên đang đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số nâng cao vị thế cạnh tranh. SSI đang triển khai ứng dụng AI trong 3 lĩnh vực: (VNBA, 2025)

Chatbot, trợ lý ảo, tự động hoá phục vụ khách hàng: SSI đã ứng dụng chatbot (qua FPT.AI) để hỗ trợ trực tuyến, giải đáp các câu hỏi cơ bản như thủ tục mở tài khoản, thông tin các quỹ, địa chỉ chi nhánh, v.v. Gần đây SSI đưa vào sử dụng "CÚ Doha" một trợ lý AI đồng hành cùng nhà đầu tư, hỗ trợ thông tin sản phẩm/dịch vụ SSI. SSI luôn nghiên cứu và áp dụng các giải pháp công nghệ mới, từ AI, đến điện toán đám mây, phân tích dữ liệu lớn (Big Data)" trong mọi hoạt động kinh doanh (VNBA, 2025).

Phân tích định lượng, hỗ trợ đầu tư: SSI đã thử nghiệm các giải pháp AI / machine learning trong trung tâm phân tích để đưa ra các "chiến thuật / bài toán cho máy" để máy hỗ trợ đưa lựa chọn nghiên cứu cho nhà đầu tư. SSI áp dụng "Smart Trading đến AI trong phân tích đầu tư" như một lợi thế công nghệ so với các công ty chứng khoán khác (VNBA, 2025).

Đầu tư công nghệ, startu và hệ sinh thái số: SSI đã thành lập SSI Digital Ventures (SSID) một mô hình đầu tư / ươm mầm công nghệ số, blockchain,

đổi mới sáng tạo. SSID cùng SSI hợp tác với các đối tác lớn như Tether, AWS, U2U Network để phát triển hạ tầng tài chính số, blockchain & điện toán đám mây. SSI dự kiến rót vốn vào các dự án AI và blockchain, khoảng 10 dự án tối thiểu trong năm 2026 với nguồn lực tài chính từ quỹ đầu tư công nghệ của SSI (VNBA, 2025).

4.4. Một số đánh giá

4.4.1. Những mặt tích cực

Chúng ta có thể nhận thấy rất rõ, đó là việc ứng dụng AI tại các NHTM, Công ty chứng khoán làm tăng tốc độ xử lý thông tin, phân tích thị trường tài cính, cho phép phản hồi nhanh với biến động thông tin & thị trường tài chính.

Đồng thời việc ứng dụng đó cũng làm giảm chi phí nhân sự, đặc biệt trong những phần công việc lặp đi lặp lại, hỗ trợ khách hàng cơ bản.

Bên cạnh đó nó cũng cho phép các NHTM, CTCK cá nhân hoá dịch vụ cho khách hàng nhỏ/ trung bình, đặc biệt nhóm F0 (nhà đầu tư mới); giúp mở rộng thị trường. Với việc thúc đẩy cạnh tranh, làm mới sản phẩm dịch vụ tài chính của các NHTM và CTCK, AI trở thành một điểm nhấn công nghệ để thu hút khách hàng cho các định chế tài chính này.

Không những vậy, việc ứng dụng AI cũng giúp cho việc quản lý rủi ro tiềm ẩn tại các NHTM, CTCK được nâng cao nếu áp dụng đúng dựa trên cơ sở dữ liệu lớn kết hợp với mô hình cảnh báo sớm.

4.4.2. Những hạn chế và thách thức trong ứng dụng AI trong các định chế tài chính của Việt Nam

Tuy nhiên, ứng dụng AI của các NHTM và các Công ty chứng khoán cũng còn rất hạn chế.

Một là, về chi phí đầu tư: AI, đặc biệt là các hệ thống phức tạp (Agentic AI, dữ liệu thời gian thực, hạ tầng xử lý dữ liệu lớn) đòi hỏi đầu tư ban đầu lớn, cả hạ tầng, nhân lực, bảo mật. Với các CTCK nhỏ, đây là rào cản đáng kể. Nhiều ngân hàng vẫn chạy core banking cũ, tích hợp phức tạp với giải pháp AI hiện đại.

Hai là, về chất lượng dữ liệu: các định chế tài chính và các doanh nghiệp khác còn thiếu dữ liệu lớn và chuẩn hóa. Các dữ liệu tài chính tại Việt Nam còn phân tán. Thiếu dữ liệu tài chính chuẩn hóa, đảm bảo độ tin cậy. Dữ liệu thị trường, tài chính, thông tin doanh nghiệp chưa luôn đầy đủ, sạch, chưa đảm bảo chuẩn hóa; có thể ảnh hưởng tới độ chính xác mô hình dự báo.

Ba là, về vấn đề tuân thủ pháp lý & rủi ro đạo đức: Khung pháp lý chưa hoàn thiện: Chưa có quy định cụ thể cho các mô hình AI giao dịch tự động. Việc sử dụng robot hay đặt lệnh tự động có thể va chạm với quy định nếu không rõ ràng, có thể gây rủi ro thao túng thị trường hoặc lạm dụng.

Bốn là, thiếu nhân lực chuyên sâu. Nguồn nhân lực AI tài chính còn hạn chế, đặc biệt là các chuyên gia kết hợp hai lĩnh vực công nghệ và tài chính. Đặc biệt lả năng lực nhân sự AI trong hầu hết NHTM Việt Nam còn yếu, thiếu nhân lực AI .

Năm là, rủi ro quá phụ thuộc vào mô hình, sai sót mô hình: thị trường chứng khoán biến động mạnh, không chắc rằng mô hình sẽ phản hồi đúng tất cả tình huống; có nguy cơ sai sót gây thiệt hại nếu không có giám sát tốt. Mô hình phức tạp (deep learning, GenAI) gây khó cho giải thích quyết định tín dụng, tuân thủ pháp luật.

Sáu là, hạn chế về hạ tầng công nghệ: Sức mạnh tính toán (computing power) và chi phí lưu trữ dữ liệu còn cao.

4.4.3. Khả năng và xu hướng phát triển

Thứ nhất, hệ sinh thái công nghệ nội địa (FPT, v.v.): doanh nghiệp công nghệ lớn ở Việt Nam đang đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng AI (data center, AI factory) và cung cấp giải pháp cho ngân hàng, điều này đẩy nhanh khả năng triển khai, tích hợp (ví dụ đầu tư của FPT được đưa tin rộng rãi).

Thứ hai, các báo cáo, các ấn phẩm chuyên ngành và nhiều bài viết trong nước mô tả các ngân hàng cổ phần đã bắt đầu ứng dụng AI trong nhiều nghiệp vụ.

Thứ ba, về động lực thúc đẩy ứng dụng AI. Áp lực cạnh tranh số: khách hàng muốn trải nghiệm nhanh, cá nhân hoá; fintech và neo-banks làm tăng kỳ vọng. Kèm theo đó chi phí vận hành và hiệu suất: AI + RPA giúp giảm chi phí xử lý thủ công. Đặc biệt là việc ứng dụng AI trên thị trường tài chính và trong hoạt động của các định chế tài chính cần các chính sách đồng bộ, hình thành một khung pháp lý mới (sandbox) cho phép thử nghiệm có kiểm soát trong hoạt động và giao dịch trên thị trường tài chính.

Thứ tư, trong lĩnh vực mở rộng tài chính toàn diện, AI có thể giúp thẩm định khách hàng ít lịch sử tín dụng (micro/SME). Bên cạnh đó, nó cũng giúp các định chế tài chính tối ưu chi phí & tăng năng suất: RPA + ML giúp giảm thời gian xử lý KYC, duyệt hồ sơ, giảm sai sót. Nó cũng giúp các định chế tài chính nâng cao năng lực cạnh tranh: ngân hàng đầu tư bài bản vào AI (infra + nhân lực + governance) sẽ có lợi thế lớn.

Thứ năm, Chiến lược Quốc gia về AI đến năm 2030 theo Quyết định 127/QĐ-TTg, 2021của Thủ tướng Chính phủ xác định tài chính - ngân hàng là ngành ưu tiên ứng dụng AI. (Chính phủ, 2025).

Bên cạnh đó, sự phát triển mạnh của thị trường chứng khoán và chuyển đổi số quốc gia tạo điều kiện cho triển khai AI trong phân tích và giao dịch. Đồng thời các tổ chức quốc tế (ADB, World Bank) đang tài trợ nhiều dự án về chuyển đổi số tài chính, tạo nền tảng cho Việt Nam bắt kịp khu vực.

5. Khuyến nghị và giải pháp

Để thúc đẩy ứng dụng AI trong phân tích, dự báo và giao dịch tài chính tại Việt Nam, cần thực hiện các nhóm giải pháp sau:

5.1. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Một là, cần khẩn trương hoàn thiện khung pháp lý: Xây dựng quy định về sử dụng AI trong giao dịch ngân hàng, chứng khoán, giao dịch tài chính, đảm bảo minh bạch và an toàn hệ thống, phòng ngừa rủi ro, lừa đảo, rửa tiền hay các gian lận khác.

Hai là, đẩy nhanh việc xây dựng cơ sở dữ liệu tài chính quốc gia mở an toàn và tin cậy: Cho phép doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu khai thác phục vụ mô hình AI. Bên cạnh đó khẩn trương hoàn thiện cơ sở dữ liệu dân cư, nâng cao chất lượng thông tin tín dụng tại CIC.

Ba là, có chính sách cụ thê hỗ trợ đổi mới sáng tạo FinTech: Thành lập quỹ hoặc chương trình hỗ trợ nghiên cứu, thử nghiệm (sandbox) trong lĩnh vực AI tài chính, giảm thuế hay miễn thuế ứng dụng AI trong giao dịch tài chính và thị trường tài chính. Có gói cho vay ưu đãi từ Ngân hàng chính sách cho các Công ty Fintech, Công ty chứng khoán ứng dụng mạnh mẽ AI.

5.2. Đối với các tổ chức tài chính và ngân hàng

Một là, tăng cường đầu tư hạ tầng dữ liệu và công nghệ AI: Tăng cường sử dụng điện toán đám mây và lưu trữ dữ liệu lớn. Đầu tư hạ tầng dữ liệu (lake/warehouse), hợp tác với nhà cung cấp AI uy tín (ví dụ FPT, các đối tác quốc tế).

Hai là, chú trọng phát triển đội ngũ chuyên gia liên ngành: Kết hợp giữa chuyên môn tài chính, phân tích dữ liệu và lập trình. Tăng cường đào tạo nội bộ và tuyển chuyên gia dữ liệu; xây khung giải thích mô hình cho nhiệm vụ quan trọng (tín dụng, AML).

Ba là, mạnh dạn ứng dụng thử nghiệm (pilot) các mô hình dự báo rủi ro, quản trị danh mục và tư vấn đầu tư bằng AI. Đồng thời với công việc đó cần khẩn trương khảo sát dữ liệu, chuẩn hoá dữ liệu khách hàng và giao dịch; bắt đầu các pilot nhỏ (chatbot, fraud scoring). Thiết lập đội "AI governance" gồm IT, pháp chế, vận hành, an ninh thông tin để phê duyệt pilot. Tham gia sandbox chính thức để thử nghiệm các sản phẩm AI/FinTech (theo Decree 94).

Bốn là, triển khai ở quy mô (production) với mô hình quản trị rủi ro AI, giám sát sau triển khai, cập nhật chính sách bảo mật. Đồng thời khẩn trương xây dựng năng lực nội địa hoá (data science team, AI ops) để giảm phụ thuộc công nghệ bên ngoài.

5.3. Đối với các cơ sở nghiên cứu và đào tạo có liên quan trực tiếp đến thúc đẩy ứng dụng AI trong lĩnh vực tài chính

Tăng cường nghiên cứu ứng dụng học sâu trong dữ liệu tài chính Việt Nam. Bên cạnh đó, cần khẩn trương mở các chương trình đào tạo liên ngành FinTech - AI. Đồng thời, đẩy mạnh hợp tác quốc tế để chuyển giao công nghệ và chia sẻ dữ liệu học thuật.

Kết luận

Trí tuệ nhân tạo đang mở ra kỷ nguyên mới cho phân tích, dự báo và giao dịch tài chính. Những tiến bộ trong học máy, xử lý ngôn ngữ tự nhiên và giao dịch tự động đang giúp các thị trường tài chính toàn cầu vận hành hiệu quả hơn, minh bạch hơn và phản ứng nhanh hơn với biến động kinh tế.

Tại Việt Nam, việc ứng dụng AI trong tài chính vẫn ở giai đoạn đầu, song tiềm năng rất lớn nhờ tốc độ chuyển đổi số, hạ tầng viễn thông phát triển và sự quan tâm mạnh mẽ từ Nhà nước. Để AI thực sự trở thành công cụ chiến lược trong thị trường tài chính, cần có chính sách đồng bộ, dữ liệu mở, nhân lực chất lượng cao và khung pháp lý phù hợp.

Việc sớm nắm bắt và triển khai AI trong phân tích, dự báo và giao dịch tài chính sẽ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, giảm rủi ro, và thúc đẩy minh bạch hóa thị trường tài chính Việt Nam trong kỷ nguyên số.

Tài liệu tham khảo:

Chính phủ. (2021). Quyết định số 127/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo đến năm 2030. Hà Nội: Văn phòng Chính phủ.

Chính phủ. (2025): Nghị định số 94/2025/NĐ-CP về sandbox FinTech (hiệu lực 1/7/2025). Văn phòng Chính phủ.

Fischer, T., & Krauss, C. (2018). Deep learning with long short-term memory networks for financial market predictions. European Journal of Operational Research, 270(2), 654-669.

JP Morgan. (2023). AI and Quantitative Trading Trends Report. New York: JP Morgan Research.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2024). Báo cáo FinTech và đổi mới sáng tạo tài chính năm 2024. Hà Nội: NHNN Việt Nam.

PwC. (2025). Global AI in Financial Services Survey. London: PricewaterhouseCoopers.

Russell, S., & Norvig, P. (2022). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson Education.

World Bank. (2023). AI and Digital Finance in Emerging Markets. Washington, DC: World Bank Publications.

VNBA (2025): Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam. Báo cáo phân tích hoạt động trên thị trường tài chính của các Hội viên, hàng tháng, trong các năm 2024-2025, bản cứng, Tài liệu lưu hành nội bộ, Hà Nội.

MÔ HÌNH QUẢN LÝ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG DỰA TRÊN NỀN TẢNG SỐ: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TẠI VIỆT NAM

TS. Nguyễn Thị Nhung* - ThS. Đinh Thị Len*

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ của ngành ngân hàng, quản lý quan hệ khách hàng (CRM) dựa trên nền tảng số ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh và xây dựng mối quan hệ khách hàng bền vững. Nghiên cứu này nhằm phân tích mô hình CRM dựa trên nền tảng số tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam, tập trung làm rõ vai trò của năng lực nền tảng số, năng lực phân tích dữ liệu, cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng đối với hiệu quả CRM. Nghiên cứu được thực hiện thông qua phương pháp hỗn hợp, kết hợp đánh giá chuyên gia để hoàn thiện thang đo và khảo sát định lượng khách hàng sử dụng kênh số tại các ngân hàng thương mại. Dữ liệu được phân tích bằng mô hình cấu trúc (SEM/PLS-SEM) nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả cho thấy năng lực nền tảng số và năng lực phân tích dữ liệu có tác động tích cực đến cá nhân hóa dịch vụ; cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao hiệu quả CRM. Nghiên cứu đóng góp cả về mặt lý thuyết khi mở rộng lý thuyết Nguồn lực (RBV) trong bối cảnh CRM số, và về mặt thực tiễn thông qua các hàm ý quản trị cho ngân hàng thương mại tại Việt Nam.

• Từ khóa: *quản lý quan hệ khách hàng; CRM số; năng lực nền tảng số; cá nhân hóa dịch vụ; gắn kết khách hàng; ngân hàng thương mại.*

In the context of the rapid digital transformation of the banking industry, digital platform-based customer relationship management (CRM) has become increasingly important for enhancing business performance and building sustainable customer relationships. This study aims to examine a digital platform-based CRM model in Vietnamese commercial banks, with a particular focus on the roles of digital platform capability, data analytics capability, service personalization, and customer engagement in driving CRM performance. The study adopts a mixed-methods approach, combining expert evaluation to refine measurement scales with a quantitative survey of customers using digital banking channels at commercial banks. The collected data are analyzed using structural equation modeling (SEM/PLS-SEM) to test the proposed hypotheses. The findings reveal that digital platform capability and data analytics capability have significant positive effects on service personalization, while service personalization and customer engagement play pivotal roles in enhancing CRM performance. This study contributes to the literature by extending the resource-based view (RBV) to the context of digital CRM and offers practical managerial implications for commercial banks seeking to improve CRM effectiveness in emerging markets such as Vietnam.

• Key words: *customer relationship management; digital CRM; digital platform capability; service personalization; customer engagement; commercial banks.*

Ngày nhận bài: 11/11/2025
Ngày gửi phản biện: 23/01/2026
Ngày duyệt đăng: 19/02/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.39

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong ngành ngân hàng, hoạt động quản lý quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM) đang chuyển dịch từ mô hình quản trị theo hướng giao dịch truyền thống sang mô hình CRM dựa trên nền tảng số (Digital CRM), được vận hành dựa trên dữ liệu và công nghệ. Các nền tảng số (digital platforms) như mobile banking, Internet banking, ứng dụng thanh toán và hệ sinh thái dữ liệu lớn đã mở rộng đáng kể các kênh số (digital channels) và điểm chạm khách hàng, đồng thời tạo điều kiện cho cá nhân hóa dịch vụ (service personalization) và tăng cường gắn kết khách hàng (customer engagement) trong quá trình tương tác với ngân hàng. Tại Việt Nam, theo báo cáo của Ngân hàng Nhà nước, khu vực ngân hàng đã đầu tư trên 15 nghìn tỷ đồng cho hoạt động chuyển đổi số đến cuối năm 2022; đồng thời, giao dịch thanh toán số duy trì tốc độ tăng trưởng khoảng 40%/năm trong giai đoạn gần đây, và tại nhiều tổ chức tín dụng, trên 90-95% giao dịch được thực hiện qua

** Học viện Tài chính; email: nguyennhung@hvtc.edu.vn*

kênh số. Những số liệu này cho thấy digital banking nói chung và digital CRM nói riêng đang trở thành năng lực chiến lược cốt lõi của ngân hàng trong môi trường cạnh tranh số hóa.

Mặc dù CRM đã được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực marketing và hệ thống thông tin (Nguyen & Mutum, 2012; Payne & Frow, 2017), phần lớn các nghiên cứu trước đây vẫn tiếp cận CRM theo góc độ chức năng hoặc công nghệ, trong khi cơ chế tạo giá trị quan hệ khách hàng thông qua năng lực nền tảng số (digital platform capability), năng lực phân tích dữ liệu (data analytics capability), cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng vẫn chưa được lý giải một cách đầy đủ và có hệ thống (Choudhury & Harrigan, 2014; Trainor et al., 2019). Các nghiên cứu gần đây đã nhấn mạnh vai trò của CRM định hướng dữ liệu (data-driven CRM) trong việc nâng cao hiệu quả CRM (CRM performance) và giá trị khách hàng (Kumar & Reinartz, 2016; Leeflang et al., 2014). Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm chủ yếu tập trung tại các nền kinh tế phát triển, trong khi tại các thị trường mới nổi như Việt Nam - nơi mức độ trưởng thành số giữa các ngân hàng còn khác biệt - các nghiên cứu về mô hình CRM dựa trên nền tảng số vẫn còn hạn chế. Điều này đặt ra nhu cầu cần có các nghiên cứu đo lường, mô hình hóa và kiểm định thực nghiệm nhằm làm rõ cách thức năng lực nền tảng số được chuyển hóa thành giá trị quan hệ khách hàng trong bối cảnh ngân hàng thương mại Việt Nam.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu đó, nghiên cứu này hướng tới việc phát triển và kiểm định mô hình CRM dựa trên nền tảng số trong các ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Trên cơ sở Lý thuyết Nguồn lực (Resource-Based View) và Lý thuyết Năng lực động (Dynamic Capabilities), nghiên cứu xem xét vai trò của năng lực nền tảng số và năng lực phân tích dữ liệu trong việc hình thành cơ chế tạo giá trị thông qua cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng, qua đó cải thiện hiệu quả CRM. Dữ liệu khảo sát được phân tích bằng mô hình cấu trúc (SEM/PLS-SEM) nhằm cung cấp bằng chứng thực nghiệm đáng tin cậy về các mối quan hệ giữa các cấu phần của mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu đóng góp theo ba phương diện. Về lý thuyết, nghiên cứu mở rộng tiếp cận CRM từ mô hình truyền thống sang mô hình CRM dựa trên năng lực nền tảng số và dữ liệu, qua đó làm rõ cơ chế tạo giá trị quan hệ khách hàng trong bối cảnh số. Về phương pháp, nghiên cứu bổ sung bằng chứng thực nghiệm tại thị trường mới nổi, nơi đặc điểm chuyển đổi số mang tính khác biệt so với bối cảnh các nền kinh tế phát triển. Về thực tiễn, kết quả nghiên cứu cung cấp các hàm ý quản trị giúp ngân hàng thiết kế, ưu tiên và triển khai chiến lược CRM số theo hướng dữ liệu dẫn dắt, chú trọng cá nhân hóa dịch vụ và tăng cường gắn kết khách hàng.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Nghiên cứu về quản lý quan hệ khách hàng trong bối cảnh số hóa

Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) được xem là một định hướng quản trị nhằm xây dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ dài hạn với khách hàng trên cơ sở tích hợp quy trình, công nghệ và dữ liệu khách hàng (Nguyen & Mutum, 2012; Payne & Frow, 2017). Trong giai đoạn đầu, phần lớn các nghiên cứu về CRM tập trung vào CRM truyền thống với trọng tâm là tự động hóa bán hàng, quản trị dữ liệu khách hàng và nâng cao hiệu quả marketing ở cấp chức năng. Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ số, dữ liệu lớn và nền tảng số đã dẫn đến sự chuyển dịch từ CRM dựa trên giao dịch sang CRM dựa trên dữ liệu và tương tác số, nhấn mạnh vai trò của cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng trong quá trình tạo giá trị quan hệ (Kumar & Reinartz, 2016; Leeflang et al., 2014).

Các nghiên cứu gần đây đã mở rộng CRM theo hướng social CRM và digital CRM, trong đó các công nghệ mạng xã hội, phân tích dữ liệu và nền tảng số được xem như nguồn lực và năng lực chiến lược giúp doanh nghiệp tăng cường hiểu biết khách hàng, cải thiện chất lượng tương tác và nâng cao hiệu quả CRM (CRM performance) (Choudhury & Harrigan, 2014; Trainor et al., 2014). Tuy vậy, phần lớn bằng chứng thực nghiệm vẫn tập trung vào doanh nghiệp tại các nền kinh tế phát triển; trong khi đó, các nghiên cứu về CRM dựa trên nền tảng số trong ngành ngân hàng tại các thị trường mới nổi còn tương đối hạn chế. Khoảng trống này cho thấy cần có các nghiên cứu mô hình hóa và kiểm định cơ chế tạo giá trị của CRM số trong bối cảnh ngân hàng thương mại, nơi dữ liệu khách hàng, nền tảng số và hành vi sử dụng dịch vụ số đóng vai trò ngày càng quan trọng.

2.2. CRM dựa trên nền tảng số và cơ chế tạo giá trị quan hệ khách hàng

Tiếp cận hiện đại về CRM cho rằng giá trị quan hệ khách hàng không chỉ được tạo ra ở cấp độ giao dịch, mà được hình thành thông qua quá trình tương tác liên tục giữa khách hàng và doanh nghiệp trên các nền tảng số. Các nghiên cứu về digital platform

capability và data analytics capability cho thấy năng lực tích hợp dữ liệu, xử lý thông tin và vận hành nền tảng số giúp doanh nghiệp cá nhân hóa dịch vụ, nâng cao trải nghiệm và thúc đẩy gắn kết khách hàng, từ đó cải thiện kết quả quan hệ khách hàng và hiệu quả kinh doanh (Leeflang et al., 2014; Kumar & Reinartz, 2016).

Trong bối cảnh ngân hàng, nền tảng ngân hàng số cho phép thu thập, hợp nhất và phân tích dữ liệu hành vi khách hàng trên đa kênh, qua đó hỗ trợ ngân hàng thiết kế dịch vụ cá nhân hóa, khuyến nghị theo ngữ cảnh và chương trình duy trì quan hệ khách hàng. Các nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng có thể đóng vai trò cơ chế trung gian kết nối giữa năng lực số và hiệu quả CRM, thay vì mối quan hệ tuyến tính đơn giản giữa công nghệ và hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, cơ chế này vẫn chưa được kiểm định một cách hệ thống trong bối cảnh ngân hàng thương mại tại các thị trường mới nổi - đây chính là khoảng trống mà nghiên cứu hiện tại hướng tới bổ sung bằng bằng chứng thực nghiệm.

2.3. Lý thuyết nguồn lực và năng lực động

Nghiên cứu được đặt nền tảng trên Lý thuyết Nguồn lực (Resource-Based View - RBV), theo đó lợi thế cạnh tranh và hiệu quả tổ chức được hình thành từ các nguồn lực và năng lực có giá trị, khó sao chép và khó thay thế. Trong bối cảnh số hóa, năng lực nền tảng số (digital platform capability) và năng lực phân tích dữ liệu (data analytics capability) có thể được xem là nguồn lực chiến lược, cho phép doanh nghiệp tạo ra giá trị vượt trội thông qua việc khai thác dữ liệu khách hàng, tối ưu hóa quy trình tương tác và nâng cao hiệu quả quản lý quan hệ khách hàng.

Bổ trợ cho RBV, Lý thuyết Năng lực động (Dynamic Capabilities) giải thích cách tổ chức tái cấu trúc, kết hợp và chuyển hóa nguồn lực để thích ứng với môi trường công nghệ thay đổi nhanh. Trong nghiên cứu này, năng lực nền tảng số và năng lực phân tích dữ liệu không chỉ được tiếp cận như nguồn lực tĩnh, mà được xem như năng lực động giúp ngân hàng chuyển hóa dữ liệu và công nghệ thành giá trị quan hệ khách hàng, thông qua cơ chế cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng

3. Phương pháp nghiên cứu

Thiết kế nghiên cứu tổng thể: Nghiên cứu áp dụng thiết kế nghiên cứu hỗn hợp theo trình tự (sequential mixed-methods), kết hợp phương pháp chuyên gia và khảo sát định lượng khách hàng, nhằm phát triển thang đo, đề xuất mô hình nghiên cứu và kiểm định thực nghiệm các giả thuyết về mô hình quản lý quan hệ khách hàng dựa trên nền tảng số trong bối cảnh ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Cách tiếp cận này cho phép vừa đảm bảo độ chặt chẽ về lý thuyết và nội dung thang đo, vừa cung cấp bằng chứng thực nghiệm đáng tin cậy thông qua mô hình hóa cấu trúc.

Phương pháp chuyên gia và phát triển thang đo: Ở giai đoạn đầu, nghiên cứu sử dụng phương pháp chuyên gia nhằm đánh giá giá trị nội dung (content validity) của các khái niệm và biến quan sát trong thang đo. Theo Lynn (1986) và DeVellis (2017), số lượng chuyên gia phù hợp cho đánh giá nội dung thang đo thường dao động từ 5 đến 10 chuyên gia, đủ để đảm bảo độ tin cậy trong đánh giá mà không gây dư thừa thông tin. Bên cạnh đó, Okoli và Pawlowski (2004) cũng cho rằng nhóm chuyên gia từ 7-10 người là phù hợp cho các nghiên cứu trong lĩnh vực hệ thống thông tin và quản trị. Trong nghiên cứu này, các chuyên gia được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích, dựa trên các tiêu chí: (i) có trình độ từ thạc sĩ trở lên trong các lĩnh vực ngân hàng, marketing, quản trị hoặc hệ thống thông tin; (ii) có tối thiểu 5 năm kinh nghiệm thực tiễn trong ngân hàng, chuyển đổi số, CRM hoặc phân tích dữ liệu; (iii) có hiểu biết hoặc tham gia trực tiếp vào hoạt động ngân hàng số và quản lý quan hệ khách hàng.

Các chuyên gia được yêu cầu đánh giá mức độ phù hợp, rõ ràng và khả năng đo lường của từng biến quan sát trong các thang đo: năng lực nền tảng số, năng lực phân tích dữ liệu, cá nhân hóa dịch vụ, gắn kết khách hàng và hiệu quả CRM. Trên cơ sở tổng hợp ý kiến chuyên gia, các biến quan sát được điều chỉnh, loại bỏ hoặc bổ sung nhằm đảm bảo tính bao quát khái niệm và sự phù hợp với bối cảnh ngân hàng số tại Việt Nam. Sau đó, bảng hỏi được dịch - hiệu chỉnh ngược (back-translation) và khảo sát thử (pilot test) với một nhóm nhỏ khách hàng, phù hợp với khuyến nghị của Beaton et al. (2000) về thích ứng thang đo trong bối cảnh nghiên cứu mới.

Trên cơ sở tổng hợp các thang đo kế thừa từ các nghiên cứu trước và kết quả đánh giá của nhóm chuyên gia, các biến quan sát trong nghiên cứu đã được hiệu chỉnh nhằm đảm bảo giá trị nội dung, tính rõ ràng và mức độ phù hợp với bối cảnh ngân hàng số tại Việt Nam. Cụ thể, các biến quan sát không phù hợp hoặc trùng lặp về nội dung đã được loại bỏ, trong khi một số phát biểu được điều chỉnh về cách diễn đạt để phản ánh chính xác hơn

trải nghiệm của khách hàng sử dụng kênh số ngân hàng. Sau bước đánh giá chuyên gia và khảo sát thử, bộ thang đo chính thức được hình thành và sử dụng cho giai đoạn khảo sát định lượng. Bảng 1 trình bày chi tiết các thang đo, mã biến, nội dung đo lường và nguồn tham khảo tương ứng được sử dụng trong nghiên cứu.

Bảng 1. Bảng thang đo các biến nghiên cứu đề xuất

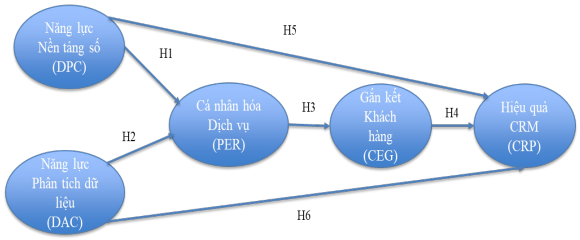
Biến	Mã biến	Nội dung biến quan sát	Nguồn tham khảo
Năng lực nền tảng số (DPC)	DPC1	Nền tảng ngân hàng số vận hành ổn định và đáng tin cậy	Trainor et al. (2014); Leeflang et al. (2014)
	DPC2	Các dịch vụ số được tích hợp thống nhất trên một nền tảng	Trainor et al. (2014)
	DPC3	Giao diện và trải nghiệm trên kênh số dễ sử dụng	Payne & Frow (2017)
	DPC4	Giao dịch số được xử lý nhanh chóng và nhất quán	Leeflang et al. (2014)
Năng lực phân tích dữ liệu (DAC)	DAC1	Ngân hàng sử dụng dữ liệu giao dịch để hiểu hành vi khách hàng	Kumar & Reinartz (2016)
	DAC2	Ngân hàng phân tích lịch sử sử dụng để dự đoán nhu cầu	Kumar & Reinartz (2016)
	DAC3	Quyết định chăm sóc khách hàng dựa trên dữ liệu đáng tin cậy	Choudhury & Harrigan (2014)
	DAC4	Ngân hàng sử dụng dữ liệu để cải thiện trải nghiệm khách hàng	Leeflang et al. (2014)
Cá nhân hóa dịch vụ (PER)	PER1	Thông báo và đề xuất dịch vụ phù hợp nhu cầu cá nhân	Kumar & Reinartz (2016)
	PER2	Dịch vụ số được điều chỉnh theo thói quen sử dụng	Choudhury & Harrigan (2014)
	PER3	Thông tin dịch vụ được cung cấp đúng thời điểm	Leeflang et al. (2014)
	PER4	Khách hàng cảm nhận sự khác biệt trong trải nghiệm cá nhân	Payne & Frow (2017)
Gắn kết khách hàng (CEG)	CEG1	Khách hàng thường xuyên tương tác qua kênh số	Vivek et al. (2012)
	CEG2	Khách hàng cảm thấy gắn bó với ngân hàng	Vivek et al. (2012)
	CEG3	Khách hàng sẵn sàng giới thiệu dịch vụ ngân hàng số	Kumar & Reinartz (2016)
	CEG4	Khách hàng có xu hướng tiếp tục sử dụng dịch vụ số	Vivek et al. (2012)
Hiệu quả CRM (CRP)	CRP1	Khách hàng hài lòng với mối quan hệ với ngân hàng	Payne & Frow (2017)
	CRP2	Khách hàng tin tưởng vào cam kết của ngân hàng	Kumar & Reinartz (2016)
	CRP3	Khách hàng có xu hướng duy trì quan hệ lâu dài	Nguyen & Mutum (2012)
	CRP4	Dịch vụ ngân hàng số làm gia tăng giá trị cho khách hàng	Payne & Frow (2017)
	CRP5	Khách hàng giới thiệu cho người thân, bạn bè sử dụng dịch vụ số	Payne & Frow (2017)

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Khảo sát nhân viên ngân hàng và kích thước mẫu nghiên cứu: Giai đoạn định lượng được thực hiện thông qua khảo sát khách hàng cá nhân đang sử dụng kênh số tại năm ngân hàng thương mại lớn ở Việt Nam gồm BIDV, Vietcombank, Techcombank, VPBank và MB Bank. Khách hàng được lựa chọn dựa trên các tiêu chí: có tài khoản tại ít nhất một trong năm ngân hàng và đã sử dụng mobile banking hoặc internet banking trong vòng 6-12 tháng gần nhất. Về kích thước mẫu, nghiên cứu tuân thủ các khuyến nghị phổ biến trong phân tích mô hình cấu trúc. Theo Hair et al. (2019), đối với PLS-SEM, kích thước mẫu tối thiểu nên lớn hơn 10 lần số đường dẫn hướng vào một biến nội sinh (10-times rule), đồng thời các nghiên cứu thực nghiệm nên hướng tới ≥ 200 quan sát để đảm bảo độ ổn định của ước lượng. Ngoài ra, Kline (2016) và West, Taylor & Wu (2012) cũng khuyến nghị kích thước mẫu từ 200-400 quan sát là phù hợp cho các mô hình SEM có mức độ phức tạp trung bình. Dựa trên các khuyến nghị này, nghiên cứu hướng tới kích thước mẫu từ 400-600 quan sát, với phương pháp lấy mẫu thuận tiện có kiểm soát theo ngân hàng, nhằm đảm bảo số lượng quan sát tối thiểu cho mỗi nhóm ngân hàng và nâng cao khả năng so sánh. Cỡ mẫu này được xem là phù hợp để kiểm định đồng thời mô hình đo lường, mô hình cấu trúc và các hiệu ứng trung gian, đồng thời tăng độ tin cậy và khả năng khái quát hóa của kết quả nghiên cứu.

Đề xuất mô hình nghiên cứu: Trên cơ sở lý thuyết Nguồn lực (RBV) và Năng lực động, cùng với kết quả tổng quan nghiên cứu và ý kiến chuyên gia, nghiên cứu đề xuất mô hình trong đó năng lực nền tảng số và năng lực phân tích dữ liệu đóng vai trò là các năng lực cốt lõi của ngân hàng trong môi trường số. Các năng lực này tác động đến cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng, qua đó nâng cao hiệu quả CRM. Việc đưa các biến trung gian vào mô hình cho phép làm rõ cơ chế chuyển hóa năng lực công nghệ và dữ liệu thành giá trị quan hệ khách hàng, phù hợp với các nghiên cứu CRM và marketing số hiện đại.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Giả thuyết nghiên cứu

H1: Năng lực nền tảng số (DPC) có tác động tích cực đến cá nhân hóa dịch vụ (PER).

H2: Năng lực nền tảng số (DPC) có tác động tích cực đến năng lực phân tích dữ liệu (DAC).

H3: Cá nhân hóa dịch vụ (PER) có tác động tích cực đến gắn kết khách hàng (CEG).

H4: Gắn kết khách hàng (CEG) có tác động tích cực đến hiệu quả CRM (CRP).

H5: Cá nhân hóa dịch vụ (PER) có tác động tích cực đến hiệu quả CRM (CRP).

H6: Năng lực phân tích dữ liệu (DAC) có tác động tích cực đến cá nhân hóa dịch vụ (PER)

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Kết quả thống kê mô tả cho thấy mẫu nghiên cứu có sự phân bố tương đối cân bằng về giới tính, với tỷ lệ nữ (51,6%) nhỉnh hơn nam (48,4%). Về độ tuổi, nhóm khách hàng từ 26-35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (41,8%), tiếp theo là nhóm 18-25 tuổi (27,7%). Đây là các nhóm tuổi có mức độ tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng số cao, phản ánh đúng đối tượng trọng tâm của nghiên cứu. Bên cạnh đó, phần lớn khách hàng đã sử dụng ngân hàng số từ một năm trở lên và có tần suất giao dịch từ hàng tuần đến hàng ngày, cho thấy người trả lời có trải nghiệm thực tế đủ dài để đánh giá các khía cạnh liên quan đến nền tảng số, cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng. Do đó, mẫu nghiên cứu được xem là phù hợp cho việc kiểm định mô hình nghiên cứu đề xuất.

Bảng 1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu (N = 512)

Đặc điểm	Nhóm	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	248	48.4
	Nữ	264	51.6
Độ tuổi	18-25	142	27.7
	26-35	214	41.8
	36-45	108	21.1
	Trên 45	48	9.4
Thời gian sử dụng NH số	< 1 năm	96	18.8
	1-3 năm	238	46.5
	> 3 năm	178	34.7
Tần suất sử dụng	Hàng ngày	186	36.3
	Hàng tuần	212	41.4
	Không thường xuyên	114	22.3

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

4.2. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả thống kê mô tả các biến cho thấy giá trị trung bình của tất cả các khái niệm đều cao hơn mức trung bình của thang đo. Trong đó, hiệu quả CRM có giá trị trung bình cao nhất, tiếp theo là năng lực nền tảng số và gắn kết khách hàng. Điều này phản ánh đánh giá tích cực của khách hàng đối với trải nghiệm và mối quan hệ với ngân hàng trên kênh số. Mức độ phân tán của các biến (SD) ở mức vừa phải, cho thấy ý kiến của người trả lời không quá phân tán và dữ liệu có độ ổn định tương đối tốt, phù hợp cho các phân tích tiếp theo bằng mô hình cấu trúc.

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Biến	Số biến quan sát	Mean	SD	Min	Max
Năng lực nền tảng số (DPC)	4	3.98	0.71	1	5
Năng lực phân tích dữ liệu (DAC)	4	3.82	0.74	1	5
Cá nhân hóa dịch vụ (PER)	4	3.76	0.77	1	5
Gắn kết khách hàng (CEG)	4	3.89	0.69	1	5
Hiệu quả CRM (CRP)	5	4.01	0.66	1	5

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Kết quả phân tích độ tin cậy cho thấy tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu, với hệ số Cronbach's Alpha và Composite Reliability vượt ngưỡng khuyến nghị. Đồng thời, giá trị AVE của các khái niệm đều lớn hơn 0,5, xác nhận giá trị hội tụ của thang đo. Những kết quả này cho thấy các biến quan sát đo lường tốt các khái niệm nghiên cứu và thang đo có thể được sử dụng một cách tin cậy trong phân tích mô hình cấu trúc.

Bảng 3. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Biến	Cronbach's α	CR	AVE
Năng lực nền tảng số (DPC)	0.86	0.90	0.69
Năng lực phân tích dữ liệu (DAC)	0.88	0.91	0.71
Cá nhân hóa dịch vụ (PER)	0.89	0.92	0.74
Gắn kết khách hàng (CEG)	0.87	0.90	0.69
Hiệu quả CRM (CRP)	0.85	0.89	0.67

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Giá trị phân biệt được đánh giá thông qua tiêu chí HTMT và kiểm định HTMT inference. Kết quả ở Bảng 4 cho thấy các hệ số HTMT dao động từ 0,52 đến 0,66, đều thấp hơn ngưỡng 0,85. Đồng thời, khoảng tin cậy 95% của tất cả các hệ số HTMT đều không bao gồm giá trị 1, qua đó khẳng định các khái niệm trong mô hình có giá trị phân biệt rõ ràng.

Bảng 4. Giá trị phân biệt (HTMT)

Cặp khái niệm	HTMT	CI 95% - Lower	CI 95% - Upper
DPC - DAC	0,63	0,56	0,70
DPC - PER	0,58	0,50	0,65
DPC - CEG	0,55	0,48	0,62
DPC - CRP	0,52	0,45	0,60
DAC - PER	0,61	0,54	0,68
DAC - CEG	0,57	0,49	0,64
DAC - CRP	0,54	0,46	0,61
PER - CEG	0,64	0,57	0,71
PER - CRP	0,60	0,53	0,67
CEG - CRP	0,66	0,59	0,73

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Kết quả Bảng 5 cho thấy các giả thuyết H1-H6 đều được ủng hộ với hệ số đường dẫn dương và có ý nghĩa thống kê, phản ánh vai trò trung tâm của các năng lực số trong mô hình CRM. Cụ thể, năng lực nền tảng số có tác động mạnh đến năng lực phân tích dữ liệu ($\beta = 0.54$, $p < 0.001$) và cá nhân hóa dịch vụ ($\beta = 0.31$, $p < 0.001$), phù hợp với tiếp cận RBV khi xem nền tảng số là nguồn lực chiến lược tạo điều kiện cho các năng lực giá trị cao hơn. Đồng thời, năng lực phân tích dữ liệu thúc đẩy đáng kể cá nhân hóa dịch vụ ($\beta = 0.41$, $p < 0.001$), cho thấy dữ liệu chỉ tạo ra giá trị CRM khi được chuyển hóa thành trải nghiệm cá nhân hóa. Cuối cùng, cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng có tác động tích

cực đến hiệu quả CRM, khẳng định logic tạo giá trị của CRM dựa trên nền tảng số.

Bảng 5. Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc và giả thuyết

Giả thuyết	Quan hệ giả thuyết	Hệ số đường dẫn (β)	t-value	p-value	Kết luận
H1	DPC → PER	0.31	6.48	< 0.001	Ủng hộ
H2	DPC → DAC	0.54	11.82	< 0.001	Ủng hộ
H3	PER → CEG	0.62	14.05	< 0.001	Ủng hộ
H4	CEG → CRP	0.68	16.21	< 0.001	Ủng hộ
H5	PER → CRP	0.27	5.96	< 0.001	Ủng hộ
H6	DAC → PER	0.41	8.76	< 0.001	Ủng hộ

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Kết quả nghiên cứu cho thấy năng lực nền tảng số giữ vai trò then chốt trong mô hình CRM dựa trên nền tảng số. Tác động mạnh của năng lực nền tảng số đến năng lực phân tích dữ liệu (β = 0,54) và cá nhân hóa dịch vụ (β = 0,31) khẳng định lập luận của lý thuyết Nguồn lực (RBV) rằng các nguồn lực công nghệ đặc thù là nền tảng để hình thành các năng lực tạo giá trị cao hơn trong môi trường cạnh tranh số.

Bên cạnh đó, kết quả cho thấy năng lực phân tích dữ liệu có ảnh hưởng đáng kể đến cá nhân hóa dịch vụ (β = 0,41), cho thấy dữ liệu chỉ thực sự tạo ra giá trị CRM khi được chuyển hóa thành các trải nghiệm dịch vụ phù hợp với nhu cầu cá nhân của khách hàng. Phát hiện này bổ sung cho các nghiên cứu trước khi làm rõ cơ chế chuyển hóa từ năng lực phân tích nội bộ sang giá trị cảm nhận của khách hàng trong bối cảnh ngân hàng số.

Cuối cùng, cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng đều có tác động tích cực đến hiệu quả CRM, trong đó gắn kết khách hàng là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất (β = 0,68). Điều này cho thấy cá nhân hóa dịch vụ không chỉ giúp gia tăng tương tác mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng mối quan hệ khách hàng bền vững, qua đó nâng cao hiệu quả CRM của ngân hàng thương mại.

Kết quả bootstrapping cho thấy các hiệu ứng gián tiếp của DPC lên CRP thông qua DAC, PER và CEG đều có ý nghĩa thống kê ($p < 0.01$), khẳng định vai trò trung gian chuỗi của cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng trong mô hình CRM số.

5. Kết luận

Nghiên cứu này nhằm phân tích mô hình quản lý quan hệ khách hàng dựa trên nền tảng số trong bối cảnh các ngân hàng thương mại tại Việt Nam, với trọng tâm là vai trò của các năng lực số, cá nhân hóa dịch vụ và gắn kết khách hàng đối với hiệu quả CRM. Thông qua khảo sát khách hàng sử dụng kênh số và phân tích mô hình cấu trúc, nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy các mối quan hệ trong mô hình đề xuất đều có ý nghĩa thống kê và phù hợp với cơ sở lý thuyết.

Kết quả nghiên cứu khẳng định năng lực nền tảng số là nguồn lực cốt lõi, tạo điều kiện cho ngân hàng phát triển năng lực phân tích dữ liệu và triển khai cá nhân hóa dịch vụ. Đồng thời, năng lực phân tích dữ liệu chỉ thực sự tạo ra giá trị khi được chuyển hóa thành các trải nghiệm dịch vụ phù hợp với nhu cầu cá nhân của khách hàng. Bên cạnh đó, cá nhân hóa dịch vụ và đặc biệt là gắn kết khách hàng đóng vai trò trung tâm trong việc nâng cao hiệu quả CRM, phản ánh logic tạo giá trị của CRM trong môi trường ngân hàng số.

Về mặt lý thuyết, nghiên cứu đóng góp bằng cách kết nối lý thuyết Nguồn lực (RBV) với CRM dựa trên nền tảng số, qua đó làm rõ cơ chế chuyển hóa từ nguồn lực công nghệ và dữ liệu thành giá trị quan hệ khách hàng. Về mặt thực tiễn, các kết quả gợi ý rằng các ngân hàng thương mại cần tập trung đầu tư vào nền tảng số tích hợp, khai thác dữ liệu hiệu quả và thiết kế trải nghiệm dịch vụ cá nhân hóa, nhằm tăng cường gắn kết khách hàng và cải thiện hiệu quả CRM một cách bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. Spine, 25(24), 3186-3191. https://doi.org/10.1097/00007632-200012150-00014

Choudhury, M. M., & Harrigan, P. (2014). CRM to social CRM: The integration of new technologies into customer relationship management. Journal of Strategic Marketing, 22(2), 149-176. https://doi.org/10.1080/0965254X.2013.876069

Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. Journal of Marketing, 58(4), 37-52. https://doi.org/10.1177/002224299405800404

DeVellis, R. F. (2017). Scale development: Theory and applications (4th ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). SAGE Publications.

Kline, R. B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.). The Guilford Press.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). Creating enduring customer value. Journal of Marketing, 80(6), 36-68. https://doi.org/10.1509/jm.15.0414

Leeflang, P. S. H., Verhoef, P. C., Dahlström, P., & Freundt, T. (2014). Challenges and solutions for marketing in a digital era. European Management Journal, 32(1), 1-12. https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.12.001

Lynn, M. R. (1986). Determination and quantification of content validity. Nursing Research, 35(6), 382-385.

Nguyen, B., & Mutum, D. S. (2012). A review of customer relationship management: Successes, advances, pitfalls and futures. Business Process Management Journal, 18(3), 400-419. https://doi.org/10.1108/14637151211232614

Okoli, C., & Pawlowski, S. D. (2004). The Delphi method as a research tool: An example, design considerations and applications. Information & Management, 42(1), 15-29. https://doi.org/10.1016/j.im.2003.11.002

Payne, A., & Frow, P. (2017). Relationship marketing: Looking backwards towards the future. Journal of Services Marketing, 31(1), 11-15. https://doi.org/10.1108/JSM-11-2016-0390

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal, 18(7), 509-533. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z

Trainor, K. J., Andzulis, J. M., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM. Journal of Business Research, 67(6), 1201-1208. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.002

West, S. G., Taylor, A. B., & Wu, W. (2012). Model fit and model selection in structural equation modeling. In R. H. Hoyle (Ed.), Handbook of structural equation modeling (pp. 209-231). The Guilford Press.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. Strategic Management Journal, 5(2), 171-180. https://doi.org/10.1002/smj.4250050207

TÁC ĐỘNG CỦA NGUỒN LỰC VÀ NĂNG LỰC HỢP TÁC TÀI CHÍNH ĐẾN QUÁ TRÌNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI CÁC QUỸ TÍN DỤNG NHÂN DÂN VIỆT NAM

TS. Chu Thị Hồng Hải* - ThS. Nguyễn Lệ Thu* - ThS. Dương Thùy Anh*

Bài báo trình bày các bằng chứng thực nghiệm về những yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến quá trình chuyển đổi số của 1.076 Quỹ Tín dụng Nhân dân (QTDND) tại Việt Nam. Thông qua việc tích hợp mô hình hồi quy Logit thứ bậc với các phương pháp học máy như Random Forest, phân cụm K-means, phân tích SHAP và phân tích khoảng cách (GAP), nghiên cứu xác định ba kết quả chính. Trước hết, phù hợp với lý thuyết nguồn lực dựa trên (RBV) và năng lực động (DCV), ngân sách công nghệ hiện hành chủ yếu hỗ trợ duy trì hoạt động ổn định, trong khi mức độ sẵn sàng đầu tư mới là nhân tố quyết định sự trưởng thành số. Thứ hai, nghiên cứu chỉ ra mối liên hệ phi tuyến giữa sẵn sàng đầu tư và chuyển đổi số, với ngưỡng tới hạn ở mức 0,405; dưới ngưỡng này, các khoản đầu tư phân tán khó tạo ra tiến triển đáng kể. Thứ ba, năng lực hợp tác không có tác động trực tiếp nhưng tạo hiệu ứng cộng hưởng khi kết hợp với năng lực nội tại. Hàm ý chính sách nhấn mạnh tăng cường nội lực tổ chức, vai trò điều phối công nghệ trung gian và chính sách quản lý phân tầng theo mức độ trưởng thành.

• Từ khóa: *chuyển đổi số, quỹ tín dụng nhân dân, nguồn lực tài chính, năng lực hợp tác, Việt Nam.*

This study provides empirical evidence on the core factors driving digital transformation among 1,076 People's Credit Funds (QTDND) in Vietnam. Implementing an ordered logit regression model combined with machine learning techniques such as Random Forest, K-means clustering, SHAP analysis, and gap analysis, the article reveals three main findings. First, in line with the resource-based view (RBV) and the dynamic capabilities view (DCV), current technology budgets primarily focus on maintaining operational stability, while an organisation's investment readiness plays a key role in achieving digital maturity. Second, a nonlinear relationship exists between investment readiness and digital transformation, with a critical threshold at 0.405; below this threshold, scattered investments fail to deliver significant outcomes. Third, collaboration capabilities exert no direct effect but create valuable synergies when paired with internal competencies. Policy recommendations emphasise building stronger internal capabilities, supporting tech intermediaries in coordination roles, and adopting tiered management strategies tailored to maturity levels.

• Key words: *digital transformation, people's credit funds, financial resources, collaboration capability, Vietnam.*

Ngày nhận bài: 10/01/2026
Ngày gửi phản biện: 28/02/2026
Ngày duyệt đăng: 16/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.40

1. Đặt vấn đề

Hệ thống QTDND đóng vai trò then chốt trong hệ thống tài chính khu vực nông thôn. Hiện tại, các QTDND đang chịu áp lực lớn để xây dựng lộ trình số hóa đồng bộ theo Quyết định 810/QĐ-NHNN và Quyết định 1638/QĐ-NHNN. Thế nhưng, nguồn lực eo hẹp cùng với việc thiếu nền tảng kiến trúc chia sẻ linh hoạt đã hình thành những trở ngại lớn, cản trở quá trình chuyển đổi số bền vững của các QTDND.

Về mặt lý thuyết, bài toán chuyển đổi số trong điều kiện giới hạn nguồn lực được giải quyết dựa trên lý thuyết nguồn lực, lý thuyết năng lực động, lý thuyết quản trị mạng lưới với vai trò của nguồn lực tĩnh, năng lực động và liên kết hệ thống (Marx và cộng sự, 2021; Shanti và cộng sự, 2024; Provan & Kenis, 2007). Tuy nhiên, vẫn tồn tại khoảng trống khi áp dụng các lý thuyết này vào thực tiễn, do sự chênh lệch quy mô giữa các tổ chức tài chính vi mô và ngân hàng lớn (Bindra và cộng sự, 2025). Bên cạnh đó, lý thuyết chấp nhận công nghệ (TAM, TOE) chưa bao quát đầy đủ đặc thù của chuyển đổi số tại các tổ chức tài chính nhỏ, nơi khả năng xây dựng lộ trình đóng vai trò then chốt (Teichert, 2019). Ngoài ra, nghiên cứu làm rõ hiệu quả của cơ chế hợp tác trong các thị trường phân mảnh còn khá hạn chế.

Bài báo này bổ sung một phần khoảng trống nghiên cứu bằng cách định lượng ảnh hưởng của nguồn lực tài chính cùng năng lực hợp tác mạng lưới đối với mức độ hoàn thiện lộ trình chuyển đổi số tại các QTDND. Trong đó, nguồn lực tài chính bao gồm hai

** Học viện Ngân hàng; email: haict@hvnh.edu.vn - thunl1@hvnh.edu.vn - anhdt2@hvnh.edu.vn*

chiều cạnh "nguồn lực tĩnh" (ngân sách hiện hành) và "năng lực động" (mức sẵn sàng đầu tư). Bằng cách sử dụng mô hình hồi quy Logit thứ bậc kết hợp với các thuật toán học máy (Random Forest, SHAP) trên mẫu khảo sát gồm 1.076 QTDND, nghiên cứu này không chỉ dịch chuyển trọng tâm từ việc áp dụng công nghệ sang năng lực xây dựng lộ trình chuyển đổi số, mà còn lượng hóa điểm ngưỡng của năng lực động trong CĐS tại các QTDND tại nền kinh tế đang phát triển.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tổng quan về chuyển đổi số tại các QTDND

Chuyển đổi số là quá trình cải tổ toàn diện, tích hợp các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và đám mây để tái cấu trúc mô hình kinh doanh, quy trình vận hành, văn hóa nội bộ cũng như trải nghiệm khách hàng, nhằm tạo giá trị riêng biệt, duy trì lợi thế cạnh tranh lâu dài và tối ưu hóa hiệu quả hoạt động (Hess và cộng sự, 2016; Morakanyane và cộng sự, 2017; Vial, 2019). Quá trình này đòi hỏi sự biến đổi sâu rộng ở mọi khía cạnh từ cơ cấu tổ chức, quy trình làm việc đến văn hóa doanh nghiệp chứ không chỉ giới hạn ở công nghệ (Vial, 2019; Verhoef và cộng sự, 2021). Với các quỹ tín dụng và tổ chức tài chính nhỏ, chuyển đổi số mang lại cơ hội cắt giảm chi phí vận hành, mở rộng phạm vi thị trường, đồng thời nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng thông qua dịch vụ linh hoạt, minh bạch và dễ tiếp cận hơn (Putra và cộng sự, 2025). Tuy nhiên, việc xây dựng lộ trình chuyển đổi số gặp phải nhiều rào cản riêng biệt, đặc biệt khi các quỹ tín dụng thường bị kìm hãm bởi hệ thống công nghệ cũ kỹ, thiếu linh hoạt cùng quy trình thủ công rườm rà (McKinsey & Company, 2025). Hơn nữa, thách thức còn đến từ ngân sách đầu tư hạn chế và thiếu nhân sự chuyên môn công nghệ, dẫn đến khó khăn trong việc triển khai hạ tầng số (Putra và cộng sự, 2025). Đồng thời, sự đa dạng trong phương pháp tiếp cận khiến nhiều tổ chức thiếu lộ trình chuyển đổi số cụ thể và rõ ràng (Cuesta và cộng sự, 2015).

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên lý thuyết nguồn lực (Barney, 1986), các nguồn lực hữu hình lẫn vô hình mà tổ chức sở hữu tạo nền tảng cho lợi thế cạnh tranh bền vững. Chuyển đổi số đòi hỏi phải sở hữu các tài sản số cốt lõi như hạ tầng dữ liệu, phần mềm và công nghệ hỗ trợ (Verhoef và cộng sự, 2021). Đối với ngân hàng và các định chế tài chính, đầu tư vào công nghệ thông tin cùng chi phí bảo trì nền tảng số được xem là yếu tố đầu vào quan trọng để cải thiện hiệu suất và duy trì hoạt động ổn định (Shanti và cộng sự, 2024). Với QTDND vốn có nguồn lực hạn chế, ngân sách công nghệ hiện hành đóng vai trò then chốt, dù chưa đủ sức tạo thay đổi lớn lao, nhưng vẫn là cơ sở ban đầu cho hành trình số hóa.

H1: Ngân sách công nghệ hiện tại có tác động thuận chiều đến quá trình chuyển đổi số của các QTDND tại Việt Nam.

Theo lý thuyết năng lực động, để chuyển đổi số thành công và bền vững, tổ chức phải sở hữu khả năng nhận biết, tiếp thu rồi tái cấu trúc (Teece, 2007; Warner & Wäger, 2019). Lộ trình chuyển đổi số được xem như chiến lược tổng thể, hướng dẫn việc tích hợp công nghệ và điều phối hoạt động nội bộ (Matt và cộng sự, 2015). Do đó, tổ chức cần định hướng số hóa rõ ràng, được minh chứng qua tầm nhìn chiến lược cùng cam kết quyết liệt từ lãnh đạo trong việc khai thác công nghệ tương lai (Khin & Ho, 2019). Đặc biệt, mức độ sẵn sàng đầu tư dài hạn phản ánh năng lực động mạnh mẽ, cho phép tái phân bổ nguồn lực linh hoạt để duy trì sự liền mạch của lộ trình số hóa (Marx và cộng sự, 2021).

H2: Mức độ sẵn sàng đầu tư dài hạn có tác động thuận chiều đến quá trình chuyển đổi số của các QTDND tại Việt Nam

Theo lý thuyết quản trị mạng lưới, năng lực cộng tác sẽ giúp các định chế nhỏ tận dụng liên kết để tiếp cận công nghệ mới, qua đó vượt qua rào cản quy mô và tối ưu chi phí (Appio và cộng sự, 2024). Tham gia các dự án công nghệ dùng chung được coi là giải pháp giúp QTDND giảm bớt gánh nặng đầu tư hạ tầng. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy hợp tác có thể dẫn đến xung đột, hiểu lầm hoặc cạnh tranh gay gắt về nguồn lực (Bertello và cộng sự, 2022; Piezunka & Grohsjean, 2023). Đặc thù của ngành tài chính cũng chỉ ra rằng các định chế nhỏ và nông thôn thường hoạt động trong thị trường phân mảnh, nơi cạnh tranh trực tiếp giành thị phần làm triệt tiêu động lực chia sẻ và hạn chế tương tác (Yeung và cộng sự, 2015). Do đó, nếu chỉ tham gia đóng góp tài chính vào hạ tầng dùng chung mà thiếu sự đồng bộ của hệ thống và năng lực nội tại, việc cộng tác khó mang lại tác động tích cực.

H3: Năng lực cộng tác có ảnh hưởng đến quá trình chuyển đổi số của các QTDND tại Việt Nam

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu sơ cấp được thu thập dựa trên khảo sát đối với 1.176 QTDND đang hoạt động dưới sự quản lý của Ngân hàng Hợp tác xã (Coop Bank) tại Việt Nam. Dữ liệu sau khi rà soát, làm sạch và loại bỏ các phiếu không đạt tiêu chuẩn gồm 1.076 quan sát hợp lệ. Đối tượng khảo sát gồm hai nhóm: (i) Ban lãnh đạo (cung cấp thông tin chiến lược, ngân sách) và (ii) Cán bộ nghiệp vụ/CNTT (cung cấp thông tin hạ tầng kỹ thuật). Một phiếu hợp lệ phải thu thập đủ thông tin của hai nhóm đối tượng này.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Mô hình nghiên cứu

Biến phụ thuộc "Roadmap" dùng để đánh giá mức độ sẵn sàng của lộ trình chuyển đổi số tại các QTDND. Do biến này được đo bằng thang đo thứ bậc từ 0 đến 5, nghiên cứu áp dụng hai mô hình hồi quy: hồi quy tuyến tính (linear regression) và hồi quy logit thứ bậc (ordered logit regression), nhằm xem xét ảnh hưởng của các biến độc lập đến quá trình chuyển đổi số của QTDND.

Mô hình hồi quy tuyến tính:

$$\text{Roadmap}_i^* = \beta_0 + \beta_1\,\text{Budget_Current}_i + \beta_2\,\text{Investment_Readiness}_i + \beta_3\,\text{Shared_Finance}_i + \varepsilon_i$$

Mô hình hồi quy logistics thứ bậc:

$$logit\big(P(Roadmap_i \le j)\big) = \ln\left(\frac{P(Roadmap_i \le j)}{1 - P(Roadmap_i \le j)}\right) = \alpha_j - (\beta_1 Current\ Budget_i + \beta_2 Investment\ Readiness_i + \beta_3 Shared_Finance)$$

với j đại diện cho các ngưỡng phân loại của biến phụ thuộc

Bảng 1. Mô tả các biến trong mô hình hồi quy

Loại biến	Tên biến	Ký hiệu	Mô tả
Biến phụ thuộc	Mức độ sẵn sàng chuyển đổi số	Roadmap	Mức độ hoàn thiện lộ trình chuyển đổi số đồng bộ; biến thứ bậc (ordinal) thang đo từ 0–5
Biến độc lập	Ngân sách hiện tại	Budget_Current	Quy mô và mức độ đáp ứng của ngân sách CNTT hiện hành
	Mức độ sẵn sàng đầu tư	Investment_Readiness	Cam kết đầu tư cùng kế hoạch tài chính dành cho chuyển đổi số trong giai đoạn trung và dài hạn
	Năng lực hợp tác tài chính	Shared_Finance	Mức độ đóng góp chi phí và sử dụng hạ tầng/dự án CNTT dùng chung

4. Kết quả nghiên cứu định lượng

4.1. Tác động của nguồn lực tĩnh và năng lực động đến lộ trình số hóa

Bảng 2. Kết quả mô hình hồi quy logistics thứ bậc

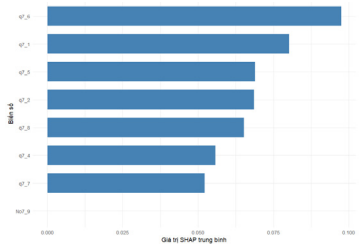
Biến độc lập	Hệ số ước lượng (β)	Sai số chuẩn (S.E.)	Giá trị t	Giá trị p
Budget_Current	0.891	0.467	1.906	0.056*
Investment_Readiness	3.66	0.644	5.683	< 0.001***
Shared_Finance	0.373	0.272	1.37	0.17

*Ghi chú: *** p < 0.01; ** p < 0.05; * p < 0.1.*

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Kết quả từ Bảng 2 chỉ ra rằng biến Budget_Current tác động theo hướng tích cực (β = 0.891, p-value < 10%), từ đó chấp nhận giả thuyết H1. Như vậy, ngân sách công nghệ thông tin là yếu tố nền tảng duy trì hệ thống, nhưng mức ý nghĩa cận biên cho thấy nguồn lực tĩnh này chưa đủ để quyết định một lộ trình số hóa toàn diện (Shanti và cộng sự, 2024). Biến Investment_Readiness thể hiện tác động dương mạnh nhất (β = 3.660, p < 0.001), chấp nhận giả thuyết H2. Sự nhất quán giữa kết quả hồi quy và thuật toán Random Forest củng cố lập luận của lý thuyết năng lực động (DCV): Tầm nhìn, khả năng nhận diện cơ hội cùng cam kết dài hạn của ban lãnh đạo đóng vai trò quyết định hơn nguồn vốn ngắn hạn trong việc thích ứng với các cơ hội số hóa (Wessel và cộng sự, 2021; Marx và cộng sự, 2021).

Hình 1. Đồ thị phân bổ tầm quan trọng của các biến trong mô hình Random Forest



Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Biến Shared_Finance không đạt ngưỡng ý nghĩa thống kê (β = 0.373, p = 0.170), đi ngược lại với dự đoán từ các lý thuyết truyền thống (Appio và cộng sự, 2024). Kết quả này phản ánh sự tồn tại của các rào cản cấu trúc hoặc thiếu hụt năng lực điều phối, khiến việc tham gia dự án chung chưa tự động chuyển hóa thành năng lực nội tại (Bertello và cộng sự, 2022).

4.2. Cơ chế tác động phi tuyến và hiệu ứng ngưỡng của mức độ sẵn sàng đầu tư

Bảng 3. Kết quả phân tích hiệu ứng biên trung bình (AME)

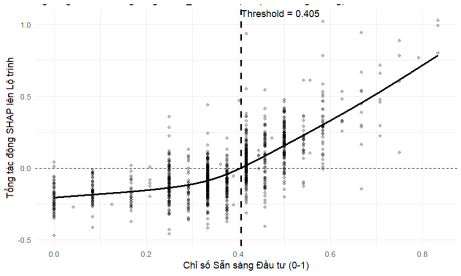
Biến số	AME (dy/dx)	Sai số chuẩn (S.E.)	Giá trị z	Giá trị p (P-value)
Budget_Current	-0.1748	0.0915	-1.9096	0.0562*
Investment_Readiness	-0.7175	0.1082	-6.6302	0.0000***
Shared_Finance	-0.0732	0.0527	-1.3881	0.1651

*Ghi chú: *** p < 0.01; ** p < 0.05; * p < 0.1.*

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Kết quả từ AME cho thấy khi mức độ sẵn sàng đầu tư tăng thêm một đơn vị, xác suất QTDND rơi vào nhóm mức trưởng thành số thấp nhất (chưa có lộ trình) giảm mạnh tới 71,75%.

Hình 2. Biểu đồ xác định ngưỡng của chỉ số sẵn sàng đầu tư



Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Đặc biệt, biểu đồ xác suất dự đoán (Hình 3) cho thấy một điểm ngưỡng của chỉ số sẵn sàng đầu tư ở mức 0.405. Khi chỉ số này ở mức thấp, đóng góp cận biên vào lộ trình gần như không đáng kể. Tuy nhiên,

khi vượt qua ngưỡng 0.405, đường biểu diễn cho các mức trưởng thành trong lộ trình chuyển đổi số tăng dốc đứng theo hàm mũ, trong khi xác suất rơi vào vùng đình trệ giảm mạnh. Điều này kết luận rằng quá trình phân bổ nguồn lực không mang tính tuyến tính, tổ chức bắt buộc phải vượt qua điểm tới hạn này để tạo ra chuyển biến mạnh mẽ.

4.3. Phân tích thách thức trong năng lực cộng tác dùng chung hạ tầng CNTT

Nghiên cứu đã tích hợp kết quả từ mô hình hồi quy cơ bản, phân tích hiệu ứng tương tác (Interaction Effects) cùng phương pháp phân tích khoảng cách (Gap Analysis) để trả lời câu hỏi nghiên cứu số 3 liên quan đến vai trò của năng lực cộng tác tài chính.

Bảng 4. Hiệu ứng tương tác giữa ngân sách hiện tại và năng lực hợp tác tài chính

Biến số	Hệ số ước lượng (β)	Sai số chuẩn (S.E.)	Giá trị t	Giá trị p (P-value)
Budget_Current	0.8453	0.758	1.1137	0.2653
Investment_Readiness	3.6703	0.6608	5.5547	2.78e-08***
Shared_Finance	0.3451	0.4509	0.7654	0.4444
Budget_Current × Shared_Finance	0.0892	1.1449	0.0779	0.9379

*Ghi chú: *** p < 0.01; ** p < 0.05; * p < 0.1.*

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Kết quả từ mô hình chỉ ra rằng biến tương tác giữa ngân sách hiện tại và năng lực cộng tác không đạt ý nghĩa thống kê (p = 0.9379). Kết quả này cung cấp bằng chứng bác bỏ giả thuyết H3, đồng thời trái ngược với dự đoán từ các lý thuyết truyền thống vốn nhấn mạnh hợp tác hỗ trợ các tổ chức nhỏ vượt qua hạn chế tài nguyên (Appio và cộng sự, 2024). Để giải thích nguyên nhân của nghịch lý này, nghiên cứu tiến hành phân tích qua hai khía cạnh.

4.3.1. Sự phụ thuộc vào năng lực nội tại

Bảng 5. Hiệu ứng tương tác giữa mức độ sẵn sàng đầu tư và năng lực hợp tác tài chính

Biến số	Hệ số ước lượng (β)	Sai số chuẩn (S.E.)	Giá trị t	Giá trị p (P-value)
Budget_Current	0.9453	0.468	2.0198	0.0433**
Investment_Readiness	2.678	0.8322	3.2178	1.29e-03***
Shared_Finance	-0.489	0.5437	-0.8994	0.3684
Investment_Readiness × Shared_Finance	2.4772	1.3558	1.8271	0.0676*

*Ghi chú: *** p < 0.01; ** p < 0.05; * p < 0.1.*

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Kết quả từ Bảng 5 chỉ ra rằng biến tương tác giữa mức độ sẵn sàng đầu tư và năng lực cộng tác có hệ số dương (β = 2.477), đồng thời đạt ý nghĩa thống kê ở mức 10% (p = 0.067). Kết quả này cho thấy năng lực hợp tác không thể phát huy hiệu quả nếu tồn tại độc lập. Trái lại, nó phụ thuộc vào năng lực nội tại của tổ chức, được thể hiện qua sự sẵn sàng đầu tư chiến lược của quỹ. Khi một QTDND chưa có định hướng số hóa rõ ràng, việc tham gia các dự án hợp tác chung khó mang lại lợi ích đáng kể. Dựa trên lý thuyết quản trị mạng lưới, kết quả này củng cố các nghiên cứu trước đây khi nhấn mạnh rằng hợp tác bên ngoài có thể dẫn đến lãng phí hoặc xung đột nguồn lực nếu thiếu nền tảng nội lực đủ mạnh (Piezunka & Grohsjean, 2023).

4.3.2. Sự đứt gãy cấu trúc hệ thống

Ngoài sự phụ thuộc vào mức độ sẵn sàng đầu tư, nghiên cứu còn phân tích các nguyên nhân khiến năng lực hợp tác không tác động trực tiếp đến lộ trình chuyển đổi số bằng phương pháp so sánh khoảng cách giữa mức độ sẵn sàng tham gia (Willingness) và hiệu quả tham gia thực tế (Effectiveness).

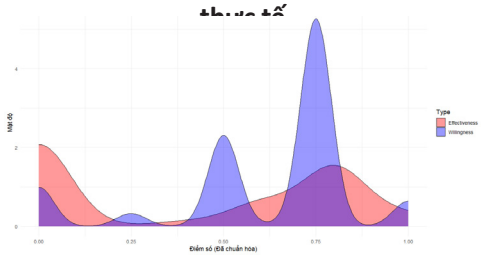
Bảng 6. Kết quả phân tích GAP

So sánh	t-value	df	Giá trị p (P-value)	Chênh lệch trung bình
Willingness – Effectiveness	18.435	1067	< 2.2e-16***	0.1996

*Ghi chú: *** p < 0.01; ** p < 0.05; * p < 0.1.*

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Hình 5. Phân phối mật độ về khoảng cách giữa mức độ sẵn sàng tham gia và hiệu quả cộng tác thực tế



Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Kết quả phân tích Gap cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê tại mức p-value < 1% giữa mức độ sẵn sàng và hiệu quả khi tham gia hợp tác từ hạ tầng chung. Biểu đồ mật độ (Hình 5) minh họa rõ sự dịch chuyển ngược chiều: QTDND có nhu cầu tham gia rất cao nhưng hiệu quả hợp tác lại thấp.

Bảng 7. Kết quả phân nhóm các QTDND

Cụm (Cluster)	Số lượng quan sát (Count)	Ngân sách TB (Avg_Budget)	Sẵn sàng đầu tư TB (Avg_ Readiness)	Năng lực cộng tác TB (Avg_Shared)	Điểm Roadmap TB (Avg_Roadmap_ Score)
Cụm 1	494	0.464	0.463	0.712	1.13
Cụm 2	123	0.024	0.073	0.039	0.459
Cụm 3	451	0.283	0.331	0.42	0.776

Nguồn: Tính toán bởi Nhóm tác giả

Bên cạnh đó, phân tích cụm bằng phương pháp K-means (k = 3) tiếp tục ủng hộ kết quả về sự chênh lệch giữa kỳ vọng hợp tác và hiệu quả đạt được trong thực tế. Kết quả cho thấy Nhóm 1 chiếm tỷ lệ lớn nhất (494 quỹ, tương đương 46% tổng mẫu), với mức độ tham gia vào mạng lưới chung cao nhất (0.712), đồng thời, điểm đánh giá về lộ trình số hóa cao nhất trong ba nhóm (1.13). Tuy nhiên, khi xét trên thang điểm 5, mức độ này vẫn nằm ở phân khúc rất thấp. Tiếp đến, Nhóm 3 (451 quỹ, chiếm 43% mẫu) thể hiện mức độ tham gia trung bình (0.420) và điểm số hóa tương ứng đạt 0.776. Trong khi đó, Nhóm 2 (123 quỹ, chiếm 11% mẫu) ghi nhận các chỉ số về ngân sách, mức độ sẵn sàng đầu tư và năng lực cộng tác thấp nhất (0.039), kéo theo điểm đánh giá lộ trình số hóa thấp nhất (0.459).

Như vậy, năng lực cộng tác hiện tại chưa tạo tác động trực tiếp đến lộ trình chuyển đổi số do tồn tại khoảng cách đáng kể giữa mức độ sẵn sàng tham gia tài chính vào các dự án CNTT dùng chung và hiệu quả thực tế mà các QTDND thu được.

5. Thảo luận và hàm ý chính sách

Kết quả thực nghiệm làm rõ sự khác biệt bản chất giữa ngân sách công nghệ hiện tại và mức độ sẵn sàng đầu tư. Ngân sách hiện tại chủ yếu đóng vai trò duy trì vận hành cơ bản (Shanti và cộng sự, 2024); tuy nhiên, do đặc tính tĩnh của RBV, tổ chức dễ rơi vào trạng thái phụ thuộc và thiếu đổi mới trong môi trường biến động (Sun và cộng sự, 2024). Thực tế tại các QTDND cho thấy việc phân bổ ngân sách mang tính đối phó, ưu tiên xử lý ngắn hạn thay vì đầu tư kiến trúc nền tảng, đã hạn chế khả năng chuyển đổi số.

Ngược lại, mức độ sẵn sàng đầu tư đóng vai trò quyết định và phù hợp với lý thuyết năng lực động, thể hiện khả năng nhận diện cơ hội cùng tái cấu trúc nguồn lực để thích ứng (Teece, 2018). Năng lực động giúp vượt qua giới hạn của nguồn lực tĩnh, đặc biệt thông qua hoạch định ngân sách trung hạn, lựa chọn dự án ưu tiên và cơ chế giải trình minh bạch, từ đó thúc đẩy trưởng thành số.

Kết quả cũng cho thấy năng lực hợp tác độc lập không có ý nghĩa thống kê, nhưng trở nên tích cực khi tương tác với mức độ sẵn sàng đầu tư. Điều này hàm ý rằng hợp tác chỉ đóng vai trò xúc tác và không thể thay thế năng lực nội tại; thiếu chuẩn bị nguồn lực có thể dẫn đến lãng phí và xung đột (Bertello và cộng sự, 2022; Piezunka & Grohsjean, 2023).

Phân tích GAP và phân cụm K-means tiếp tục cho thấy sự mất cân đối trong mạng lưới hợp tác giữa NHNN - QTDND - NHHTX, khi mức độ tham gia cao nhưng hiệu quả số hóa cảm nhận còn hạn chế. Nguyên nhân chính xuất phát từ sự chênh lệch năng lực nội tại, hạ tầng công nghệ và quản trị tri thức, cũng như việc áp dụng khung hợp tác chuẩn hóa thay vì thiết kế theo mức độ sẵn sàng của từng tổ chức.

Để hiện thực hóa các mục tiêu nêu trong Quyết định 810/QĐ-NHNN ngày 11/5/2021 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về Kế hoạch chuyển đổi số ngành Ngân hàng đến 2025, định hướng đến 2030, nghiên cứu sử dụng khung lý thuyết năng lực động (DCV) và quản trị mạng lưới (Network Governance) nhằm đề xuất các hàm ý chính sách theo ba mô-đun đồng bộ. Mỗi mô-đun tập trung giải quyết trực tiếp một câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra:

Chuyển đổi số tại QTDND cần dịch chuyển từ tư duy nguồn lực tĩnh sang năng lực động. Mức độ sẵn sàng không nên được đánh giá dựa trên quy mô ngân sách CNTT ngắn hạn mà thông qua năng lực quản trị chiến lược, bao gồm hoạch định ngân sách trung hạn, ưu tiên dự án và cơ chế giám sát thực thi (Teece, 2007; Marx và cộng sự, 2021).

Về chính sách, Ngân hàng Nhà nước cần chuyển từ hỗ trợ đồng loạt sang tiếp cận phân tầng theo mức độ trưởng thành số. Các quỹ dưới ngưỡng năng lực nên được hỗ trợ thông qua sandbox pháp lý và chuẩn quản trị rủi ro công nghệ, trong khi nhóm đã sẵn sàng cần được tháo gỡ rào cản kỹ thuật và thúc đẩy việc liên kết hạ tầng dữ liệu với các cơ sở dữ liệu quốc gia nhằm nâng cao năng lực khai thác thông tin khách hàng.

Ở cấp hệ thống, Coop Bank nên đóng vai trò điều phối mạng lưới, thúc đẩy đào tạo, chuẩn hóa nghiệp vụ và giám sát an toàn thông tin. Hạ tầng dùng chung cần thiết kế theo hướng mô-đun hóa để vừa đảm bảo tiêu chuẩn kết nối thống nhất vừa cho phép các QTDND tùy biến dịch vụ theo đặc thù địa phương.

Cuối cùng, để đảm bảo tính bền vững cho sự hợp tác liên tổ chức, cần thiết lập cơ chế phân bổ nguồn lực minh bạch cùng việc xem xét thành lập quỹ hỗ trợ chuyển đổi số chuyên biệt dành cho khu vực kinh tế hợp tác (Provan & Kenis, 2007).

Tài liệu tham khảo:

Appio, F. P., Cacciatore, E., Cesaroni, F., Crupi, A., & Marozzo, V. (2024). Open innovation at the digital frontier: unraveling the paradoxes and roadmaps for SMEs' successful digital transformation. European Journal of Innovation Management, 27(9), 223–247. https://doi.org/10.1108/ejim-04-2023-0343

Barney, J. B. (1986). Strategic Factor Markets: expectations, luck, and business strategy. Management Science, 32(10), 1231–1241. https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231

Bertello, A., Ferraris, A., De Bernardi, P., & Bertoldi, B. (2021). Challenges to open innovation in traditional SMEs: an analysis of pre-competitive projects in university-industry-government collaboration. International Entrepreneurship and Management Journal, 18(1), 89–104. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00727-1

Bindra, S., Bhattacharya, S., & Bhattacharya, S. (2025). Traditional to digital: human resource management transformation. Journal of Work-Applied Management. https://doi.org/10.1108/jwam-02-2025-0019

Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). The digital transformation of the banking industry. BBVA Research, 1(4), 1–10. https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/08/EN_Observatorio_Banca_Digital_vf3.pdf

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. JMD Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. MIS Quarterly Executive, 15(2), 123–139. https://doi.org/10.4324/9780429286797-7

Khin, S., & Ho, T. C. (2019). Digital technology, digital capability and organizational performance. International Journal of Innovation Science, 11(2), 177–195. https://doi.org/10.1108/ijis-08-2018-0083

Marx, C., De Paula, D., & Uebernickel, F. (2021). Dynamic Capabilities & Digital Transformation: A quantitative study on how to gain a Competitive Advantage in the Digital Age. AIS Electronic Library (AISeL). https://aisel.aisnet.org/ecis2021_rp/58

Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. Business & Information Systems Engineering, 57(5), 339–343. https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5

McKinsey & Company. (2025). The digital imperative for credit unions. In McKinsey & Company. https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-digital-imperative-for-credit-unions#/

Morakanyane, R., Grace, A., & O'Reilly, P. (2017). Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations: A Systematic Review of Literature. 30th Bled eConference, 427–443. https://doi.org/10.18690/978-961-286-043-1.30

Piezunka, H., & Grohsjean, T. (2022). Collaborations that hurt firm performance but help employees' careers. Strategic Management Journal, 44(3), 778–811. https://doi.org/10.1002/smj.3447

Provan, K. G., & Kenis, P. (2007). Modes of network Governance: structure, management, and effectiveness. Journal of Public Administration Research and Theory, 18(2), 229–252. https://doi.org/10.1093/jopart/mum015

Putra, A. D., Pratama, F. A., Prasetyo, H. K., Permata, J. M. A., Nathaniayu, C. N., Puspasari, A. T., & Setiawati, D. (2025). Legal Challenges and Opportunities for Digital Transformation of Credit Unions in the Digital Age. Journal of Legal and Social Changes, 1(1), 38–51.

Shanti, R., Siregar, H., Zulbainarni, N., & Tony. (2024). Revolutionizing Banking: Neobanks' digital transformation for Enhanced efficiency. Journal of Risk and Financial Management, 17(5), 188. https://doi.org/10.3390/jrfm17050188

Sun, W., Chen, K., & Mei, J. (2024). Intergrating the Resource-Based view and dynamic CAPABILITIES: a COMPREHENSIVE FRAMEWORK FOR SUSTAINING COMPETITIVE ADVANTAGE IN DYNAMIC MARKETS. EPRA International Journal of Economic and Business Review, 1–8. https://doi.org/10.36713/epra18157

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. Strategic Management Journal, 28(13), 1319–1350. https://doi.org/10.1002/smj.640

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. Long Range Planning, 51(1), 40–49. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. Journal of Business Research, 122, 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

Warner, K. S., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. Long Range Planning, 52(3), 326–349. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001

Wessel, L., Baiyere, A., Ologeanu-Taddei, R., Cha, J., & Jensen, T. B. (2021). Unpacking the difference between digital transformation and IT-Enabled organizational transformation. Journal of the Association for Information Systems, 22(1), 102–129. https://doi.org/10.17705/1jais.00655

Yeung, G., He, C., & Zhang, P. (2015). Rural banking in China: geographically accessible but still financially excluded? Regional Studies, 51(2), 297–312. https://doi.org/10.1080/00343404.2015.1100283

THÚC ĐẨY SỬ DỤNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI HÀ NỘI

PGS.TS. Nguyễn Bích Thủy* - Chu Hiểu Ánh* - Trần Minh Anh* - Trần Thị Phương Anh*

Dịch vụ ngân hàng số phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam và trên thế giới. Nghiên cứu tiến hành khảo sát trên 335 khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội nhằm chỉ ra những yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số và nhờ vậy giúp ngân hàng hiểu được nhu cầu của khách hàng. Mô hình nghiên cứu được xây dựng từ lý thuyết UTAUT2 và ISSM, thực hiện tính toán trên phần mềm Smart PLS 4.0. Kết quả cho thấy khách hàng tại Hà Nội đã chấp nhận sử dụng dịch vụ ngân hàng số, trong đó, kỳ vọng hiệu quả (PE), điều kiện thuận lợi (FC), Giá trị (PV) và thói quen (HM) có tác động tích cực đến ý định sử dụng (BI). Chất lượng dịch vụ (SEQ) và chất lượng hệ thống (SQ) đều đóng vai trò quan trọng đến sự hài lòng (SAT) của khách hàng tại Hà Nội. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp để thúc đẩy sửa dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

• Từ khóa: *ngân hàng số, dịch vụ ngân hàng số, yếu tố ảnh hưởng, khách hàng.*

Digital banking services are experiencing significant growth in Vietnam and globally. This study surveyed 335 customers using digital banking services in Hanoi to identify the factors influencing their intention to use such services, thereby helping banks understand customer needs. The research model is based on the UTAUT2 and ISSM theories and was analyzed using Smart PLS 4.0 software. The results indicate that customers in Hanoi have accepted the use of digital banking services. Factors such as Performance Expectancy (PE), Facilitating Conditions (FC), Perceived Value (PV), and Habit (HM) positively impact Behavioral Intention (BI). Service Quality (SEQ) and System Quality (SQ) both play crucial roles in customer Satisfaction (SAT) in Hanoi. Based on these findings, the study proposes several solutions to promote the use of digital banking services in Hanoi.

• Key words: *digital banking, digital banking services, influencing factors, customers.*

JEL codes: E5, E58

Ngày nhận bài: 10/01/2026
Ngày gửi phản biện: 27/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.41

1. Giới thiệu

Dịch vụ ngân hàng số ra đời là một trong những dấu mốc quan trọng đánh dấu sự chuyển mình trong Cách mạng Công Nghiệp 4.0 của ngành ngân hàng tại Việt Nam. Phát triển dịch vụ ngân hàng dựa trên cơ sở vận dụng công nghệ thông tin là giải pháp tối ưu để ngân hàng thương mại Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh trước hội nhập quốc tế.

Ngân hàng số (Digital Banking) là một hình thức số hóa tất cả những hoạt động và dịch vụ của ngân hàng truyền thống (Sharma, 2017). Nói cách khác, tất cả những gì khách hàng có thể thực hiện ở các chi nhánh ngân hàng truyền thống được số hóa và tích hợp vào một ứng dụng ngân hàng số duy nhất, và thông qua ứng dụng này khách hàng không cần phải đến chi nhánh ngân hàng mà vẫn có thể thực hiện được tất cả các giao dịch, đồng thời các hoạt động của ngân hàng như quản lý rủi ro, nguồn vốn, phát triển sản phẩm, marketing, quản lý bán hàng,…

Việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng một sản phẩm công nghệ có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với nhà quản trị. Giúp cho sự cải tiến và nâng cấp dịch vụ để làm sự hài lòng của khách hàng cũng như thu hút thêm khách hàng mới. Các nghiên cứu gần đây đã xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng ngân hàng số ở các quốc gia khác nhau, cụ thể: yếu tố nhận thức, tính năng web và tính hữu ích (Montazemi & Qahri-Saremi, 2015; Zins & Weill, 2016; Ege Oruç and Tatar, 2017; Alalwan, Dwivedi, Rana, & Algharabat, 2018; Mukhopadhyay, 2021; Ananda et al., 2020), cho thấy khách hàng thực sự hài lòng với chất lượng dịch vụ, độ tin cậy, tính hữu hình và khả năng đáp ứng (Kaur et al., 2021).

Trong nghiên cứu này có điểm mới ở chỗ sử dụng các mô hình lý thuyết UTAUT, UTAUT2 và ISSM, nhằm mở rộng thêm những nhân tố khách quan và chủ quan, tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội. Bài nghiên cứu được cấu trúc thành 5 phần. Tiếp sau phần giới thiệu là phần 2 trình bày khung lý thuyết và giả thiết nghiên cứu. Phần 3 đưa ra phương pháp

** Đại học Thương Mại; email: thuy.nb@tmu.edu.vn*

nghiên cứu bao gồm thiết kế nghiên cứu và xử lý kết quả nghiên cứu. Phần 4 phân tích kết quả nghiên cứu và phần cuối rút ra kết luận, đề xuất giải pháp giúp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng và đề xuất hướng nghiên cứu tương lai.

2. Khái luận về ngân hàng số và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái luận về ngân hàng số

Ngân hàng số đề cập đến việc thực hiện các dịch vụ ngân hàng khác nhau thông qua nền tảng trực tuyến, chẳng hạn như thanh toán hóa đơn và đầu tư (Leong et al., 2020; Windasari et al., 2022). Ngân hàng số là hình thức tích hợp số hóa toàn bộ hoạt động và dịch vụ đang thực hiện tại các ngân hàng, các chi nhánh giao dịch trực tiếp. Các dịch vụ cũng ngày càng được đa dạng hơn và hỗ trợ tốt hơn, nhanh chóng, đơn giản hơn.

Ngân hàng số mang lại lợi ích cho khách hàng và giúp các ngân hàng cải thiện cũng như tăng tốc độ cung cấp các sản phẩm tài chính, đồng thời giảm chi phí giao dịch, từ đó tăng lợi nhuận, tiết kiệm chi phí và cung cấp dịch vụ tốt hơn tổng thể cho khách hàng của họ (Dash et al., 2011). Ngân hàng số cho phép khách hàng sử dụng các dịch vụ ngân hàng như kiểm tra số dư, thực hiện các giao dịch như chuyển tiền và giao dịch cổ phiếu (Nasri, 2011) từ bất cứ đâu mà không cần phải đến ngân hàng. Ngân hàng trực tuyến cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các nền tảng thương mại điện tử bằng cách cho phép thực hiện các giao dịch thông qua phương tiện điện tử (Lee, 2009; Shaikh & Karjaluoto, 2015).

Mặc dù ngân hàng số được sử dụng rộng rãi và mang lại nhiều lợi ích, nhưng vẫn tồn tại một số rào cản cản trở việc áp dụng (Pikkarainen et al., 2004). Những rào cản này bao gồm việc thiếu truy cập internet, sự thiếu vắng yếu tố xã hội và cá nhân trong quá trình sử dụng dịch vụ (Mattila et al., 2003), và các vấn đề an ninh (Sathye, 1999). Một vấn đề đáng lo ngại đối với ngành ngân hàng là rủi ro bảo mật liên quan đến các giao dịch số, có thể gây ra những tổn thất tài chính lớn (Ivan et al., 2012).

Ege Oruç và Tatar (2017) nhấn mạnh rằng sự thành công của ngân hàng trực tuyến phụ thuộc vào sự hỗ trợ của chính phủ và sự chấp nhận từ phía khách hàng. Tương tự, Daneshgadeh và Yıldırım (2014) nhận định rằng khách hàng chỉ sử dụng ngân hàng trực tuyến nếu họ thấy nó có ích. Hơn nữa, để ngân hàng trực tuyến được sử dụng hiệu quả, nó cần phù hợp với cuộc sống cá nhân và nghề nghiệp của khách hàng.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Kết quả khảo sát chính thức của bài nghiên cứu với 400 phiếu điều tra được phát đi và thu về 335 phiếu hợp lệ, tỷ lệ hồi đạp đạt 83,75%. Có 65 phiếu thu không hợp lê, do đó số phiếu này đã bị loại trừ. Cỡ mẫu của nghiên cứu này (N=335) hoàn toàn có thể chấp nhận được theo như nghiên cứu của Hair et al. (2012).

Tất cả dữ liệu thu được đã được đánh giá bằng thang đo Likert 5 điểm. Bao gồm các đặc điểm của nhân khẩu, mô hình UTAUT2 và mô hình ISSM. Bảng hỏi được xây dựng trên ứng dụng Microsoft Office Team. Dữ liệu thu thập đã được nhóm tác giả sử dụng phần mền Smart-PLS 4.0.1 để thực hiện tính toán. Mô hình nghiên cứu được đánh giá qua hai bước là đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc. Đầu tiên, mô hình đo lường được đánh giá thông qua đánh giá độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các khái niệm đo lường trong mô hình. Để kiểm tra có mỗi quan hệ giữa các khái niệm hay không, mô hình cấu trúc tuyến tính cần được thực hiện bằng quy trình kiểm định Bootstrapping (Kiểm định độ tin cậy mô hình SEM). Cách tiếp cận được thực hiện dựa trên nghiên cứu của Hair et al. (2019).

3. Xây dựng giả thiết nghiên cứu

Mô hình ISSM chỉ ra các yếu tố: Chất lượng hệ thống (SQ), Chất lượng dịch vụ (SEQ), Sự hài lòng của người dùng (SAT); mô hình UTAUT2 chỉ ra các yếu tố: Kỳ vọng hiệu quả (PE), Điều kiện thuận lợi (FC), Động lực hưởng thụ (HM), Giá trị (PV), Thói quen (HB), Ảnh hưởng xã hội (SI) và Nhận thức rủi ro (PR) ảnh hưởng đến sự hài lòng và ý định hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến (BI). Mô hình đề xuất kết hợp các yếu tố chính của lý thuyết UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012), cũng như mô hình ISSM (Delone & McLean, 2003) để hiểu sự chấp nhận của khách hàng đối với dịch vụ Ngân hàng số.

Kỳ vọng hiệu quả (PE) được định nghĩa là "mức độ mà một cá nhân tin rằng việc sử dụng hệ thống sẽ giúp họ đạt được những thành tựu trong hiệu suất công việc" (Venkatesh et al., 2003). Yếu tố này dự báo mạnh mẽ nhất về ý định sử dụng và có ý nghĩa quan trọng trong cả môi trường tự nguyện và bắt buộc (Venkatesh et al., 2012).

H1: Kỳ vọng hiệu quả có ảnh hưởng đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Điều kiện thuận lợi (FC) là một yếu tố thúc đẩy khách hàng sử dụng Ngân hàng số. Điều kiện thuận lợi được định nghĩa là mức độ mà một người tin

rằng việc sử dụng hệ thống được hỗ trợ bởi tổ chức và cơ sở hạ tầng kỹ thuật (Venkatesh et al., 2003; Sharma et al., 2020).

H2: Điều kiện thuận lợi có tác động đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội

Động lực hưởng thụ (HM) là cảm giác vui vẻ, hân hoan hoặc thích thú khi được kích thích bằng cách áp dụng công nghệ vào đời sống (Venkatesh et al., 2012). Các yếu tố như sự vui vẻ, niềm vui và sự thích thú là những yếu tố quyết định sự chấp nhận của khách hàng đối với công nghệ (Brown & Venkatesh, 2005).

H3: Động lực thụ hưởng có tác động đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Giá trị được hiểu là sự cân nhắc của khác hàng giữa lợi ích nhận được khi sử dụng dịch vụ và chi phí phải trả cho dịch vụ đó (Venkatesh et al., 2012). Giá trị là một trong những yếu tố quyết định đến sự hài lòng của khách hàng (Anderson, 1994).

H4: Giá trị có tác động đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội

Thói quen là "mức độ mà con người có xu hướng thực hiện hành vi một cách tự động nhờ học hỏi" (Venkatesh et al., 2012). Một số nghiên cứu cho rằng, thói quen có tác động tiêu cực đến việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số (Laukkanen & Pasanen, 2008).

H5: Thói quen có tác động đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Ảnh hưởng xã hội (SI) là "mức độ mà một cá nhân nhận thấy rằng những người quan trọng khác tin rằng họ nên áp dụng hệ thống mới". Tác động của ảnh hưởng xã hội đến ý định hành vi có thể là do sự tuân thủ, đặc biệt là trong giai đoạn trải nghiệm ban đầu (Venkatesh et al., 2003).

H6: Ảnh hưởng xã hội có tác động đến ý định hành vi sử dụng ngân hàng số.

Hầu hết các dịch vụ dựa trên Internet cho phép người tiêu dùng tương tác/giao tiếp với nhau, giúp giảm bớt sự không chắc chắn liên quan đến các dịch vụ trực tuyến. Nghiên cứu của (Kesharwani & Bisht, 2012) đã chứng minh được rằng "những ảnh hưởng xã hội tích cực có ảnh hưởng tiêu cực tới nhận thức rủi ro khi khách hàng quyết định sử dụng các dịch vụ trực tuyến của ngân hàng".

H7: Ảnh hưởng xã hội có tác động đến nhận thức rủi ro khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

Nhận thức rủi ro (PR) được định nghĩa là khả năng thiệt hại có thể xảy ra khi chấp nhận và sử dụng ngân hàng trực tuyến (Featherman & Pavlou, 2003). Nguy cơ mất mát thông tin cá nhân hoặc giao dịch tạo ra rào cản đối với dịch vụ điện tử (Fortes & Rita, 2016).

H8: Nhận thức rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Chất lượng hệ thống (SQ) là khía cạnh kỹ thuật trong mô hình ISSM của (Delone & McLean, 2003) biểu hiện của hệ thống liên quan đến: độ tin cậy, sự thuận tiện, tính dễ sử dụng, khía cạnh chức năng và những tham số khác của hệ thống.

H9: Chất lượng hệ thống có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Trong mô hình ISSM, chất lượng dịch vụ (SEQ) được định nghĩa là hoạt động quản lý hoặc sự hỗ trợ mà khách hàng nhận được từ một tổ chức Hệ thống thông tin (IS) và các nhân viên hỗ trợ Công nghệ thông tin (IT) tổng thể hoặc Hệ thống thông tin (IS) rõ ràng (Delone & McLean, 2003).

H10: Chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

Sự hài lòng của người dùng (SAT) đối với hệ thống là mức độ chấp nhận hệ thống và các sản phẩm đầu ra của hệ thống (Delone & McLean, 2003).

H11: Sự hài lòng cuả người dùng tác động tích cực đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

"Ý định sử dụng cũng chính là thái độ của người dùng đối với dịch vụ của ngân hàng" (Petter et al., 2013; Venkatesh et al., 2003).

H12: Ý định hành vi sử dụng ảnh hưởng tích cực đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội.

4. Kết quả nghiên cứu và phát hiện nghiên cứu

Đánh giá chất lượng biến quan sát (reflective indicator loadings), độ tin cậy (internal consistency reliability), tính phân biệt (discriminant validity) và tính hội tụ của các thang đo (convergent validity) (Hair et al., 2019) đều đạt yêu cầu (Bảng 1).

Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy các chỉ báo đa số đều không xảy ra hiện tượng cộng tuyến do toàn bộ VIF đều dưới 3, tuy nhiên có chỉ báo của biến Behavior intention và Habit có giá trị VIF bằng 3.239 thuộc khoảng giá trị từ 3 < VIF < 5 (mô hình có thể đang có cộng tuyến).

Bảng 1: Chất lượng biến quan sát, độ tin cậy và tính hội tụ của các thang đo

Variance	Items	Load	Alpha	CR	AVE	Variance	Items	Load	Alpha	CR	AVE
PE	PE1	0.877	0.857	0.903	0.700	SQ	SQ1	0.916	0.926	0.948	0.819
	PE2	0.872					SQ2	0.871			
	PE3	0.809					SQ3	0.914			
	PE4	0.784					SQ4	0.917			
FC	FC1	0.853	0.866	0.909	0.714	SEQ	SEQ1	0.867	0.918	0.942	0.802
	FC2	0.857					SEQ2	0.901			
	FC3	0.890					SEQ3	0.905			
	FC4	0.776					SEQ4	0.909			
HM	HM1	0.916	0.831	0.896	0.743	SAT	SAT1	0.922	0.905	0.941	0.841
	HM2	0.919					SAT2	0.921			
	HM3	0.704					SAT3	0.908			
PV	PV1	0.920	0.896	0.935	0.827	BI	BI1	0.937	0.888	0.931	0.819
	PV2	0.901					BI2	0.926			
	PV3	0.907					BI3	0.849			
HB	HB1	0.921	0.824	0.895	0.741	ADB	ADB1	0.889	0.927	0.945	0.774
	HB2	0.744					ADB2	0.883			
	HB3	0.907					ADB3	0.886			
SI	SI1	0.804	0.767	0.864	0.680		ADB4	0.847			
	SI2	0.853					ADB5	0.892			
	SI3	0.816									
PR	PR1	0.844	0.906	0.934	0.780						
	PR2	0.899									
	PR3	0.900									
	PR4	0.888									

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu SPSS

Trong bài nghiên cứu này đa phần các giả thuyết đều được chấp nhận, những có ba giả thuyết bị từ chối, đó là mối quan hệ giữa động lực hưởng thụ (Hedonic Motivation) với (Behavioral intention) ý định sử dụng ngân hàng số, mối quan hệ giữa ảnh hưởng xã hội và ý định sử dụng ngân hàng số, cuối cùng là mối quan hệ giữa nhận thức rủi ro và ý định sử dụng ngân hàng số. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa ảnh hưởng xã hội và nhận thức rủi ro có sự tác động mạnh mẽ ($\beta = 0,431$; $t = 8,012$), nhưng vì hai biên trên không có tác động đến ý định sử dụng ngân hàng số, do vậy mà mối quan hệ của hai biến này không có ý nghĩa trong mô hình của bài nghiên cứu này. (Bảng 2)

Bảng 2: Kết quả kiểm định giả thiết nghiên cứu

H	Giả thiết	Path	T-value	P-value	Kết luận
H1	PE -> BI	0.298	5.522	0.000	Accepted
H2	FC -> BI	0.258	3.787	0.000	Accepted
H3	HM -> BI	-0.011	0.200	0.842	Rejected
H4	PV -> BI	0.115	2.289	0.022	Accepted
H5	HB -> BI	0.227	3.321	0.001	Accepted
H6	SI -> BI	0.060	1.061	0.289	Rejected
H7	SI -> PR	0.431	8.012	0.000	Accepted
H8	PR -> BI	-0.001	0.038	0.969	Rejected
H9	SQ -> SAT	0.467	7.407	0.000	Accepted
H10	SEQ -> SAT	0.390	5.856	0.000	Accepted
H11	BI -> ADB	0.560	8.800	0.000	Accepted
H12	SAT -> ADB	0.338	5.139	0.000	Accepted

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu SPSS

Nghiên cứu chỉ ra sự chấp nhận sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng bị ảnh hưởng bởi một cố yếu tố như Chất lượng hệ thống (SQ), Chất lượng dịch vụ (SEQ), Kỳ vọng hiệu quả (PE), Điều kiện thuận lợi (FC), Giá trị (PV), Thói quen (HB), Ảnh hưởng xã hội (SI), Động lực hưởng thụ (HM), Rủi ro cảm nhận (PR), Ý định sử dụng (BI), Sự thỏa mãn (SAT).

Ý định sử dụng (BI) có mức độ ảnh hưởng mạnh mẽ nhất, điều này nhất quán với nhiều kết quả của những nghiên cứu trước đây. Thực tế, nhu cầu giao dịch qua ngân hàng hàng ngày hầu như đều có thể đáp ứng được thông qua hình thức trực tuyến, giúp việc giao dịch trở nên thuận tiện và dễ dàng hơn rất nhiều. Xu hướng trực tuyến càng được thúc đẩy khi dịch bệnh bùng phát làm gia tăng nhu cầu giao dịch không tiếp xúc và thanh toán phi tiền mặt. Theo khảo sát của SAPO, nếu những năm trước, giao dịch bán lẻ tại Việt Nam phần lớn sử dụng tiền mặt, thì năm 2021 giao dịch tiền mặt trong thương mại chỉ còn chiếm gần 30%; còn lại 70% là các hình thức thanh toán điện tử. Chuyển khoản trở thành hình thức thanh toán phổ biến nhất, chiếm 36,5%, quét mã QR code chiếm 9,6%, quẹt thẻ ngân hàng chiếm 8,5%, cổng thanh toán 0,5%.

Kì vọng hiệu quả (PE) có tác động mạnh nhất đối với ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội ($\beta = 0.298$; $t = 5,522$). Kết quả này khác với mô hình lý thuyết gốc UTAUT 2, theo đó PE chỉ là yếu có có tác động không đáng kể, song lại tương đồng với một số nghiên cứu trước đó của Baabdullah et al. (2019), Liu et al.(2022). Khách hàng có xu hướng sử dụng dịch vụ ngân hàng số khi họ tin rằng dịch vụ ngân hàng số đem lại giá trị gia tăng cho bản thân. Nhân tố này có tác động trực tiếp đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng tại Hà Nội. Khi khách hàng có kỳ vọng hiệu quả càng lớn thì ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số càng tăng lên.

Giá trị (H4) có ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng số. Khách hàng muốn sử dụng ngân hàng số nếu các tính năng của ngân hàng số đem lại thực sự xứng đáng với chi phí mà khách hàng phải chi trả.

Thói quen trực tiếp tác động lớn đến ý định sử dụng (BI). Điều này thể hiện sự tương đồng với kết quả nghiên cứu của các tác giả Kim và Malhotra (2005), Kim và cộng sự (2005), Limayem và cộng sự (2007), Alalwan et al. (2018). Thói quen được định nghĩa là mức độ con người có xu hướng thực hiện hành vi một cách tự động nhờ học tập (Venkatesh et al., 2016).

Chất lượng hệ thống của ngân hàng số (SQ) là biến có tác động lớn nhất đến sự hài lòng của khách

hàng tại Hà Nội. Kết quả từ bài nghiên cứu cũng cho thấy được chất lượng hệ thống có tác động đến sự hài lòng của khách hàng, điều này tương đồng với một số bài nghiên cứu trước đây của Delone & McLean (2003), Rahi & Ghani (2019), Saadilah et al. (2021).

Chất lượng dịch vụ có tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số (Delone & McLean, 2003; Saadilah et al., 2021). Đây cũng là yếu tố tác động mạnh thứ hai đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Hà Nội. Nhân viên dịch vụ, chăm sóc khách hàng cần trang bị đầy đủ nghiệp vụ, chuyên môn để đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong suốt quá trình từ trước, trong và sau khi cung cấp dịch vụ ngân hàng số.

Có 3 biến cho kết quả đi ngược với giả thiết nghiên cứu trước là Động lực hưởng thụ (HM) trong nghiên cứu của Venkatesh et al. (2012); Baabdullah et al. (2018), ảnh hưởng xã hội (SI) trong nghiên cứu của Venkatesh et al. (2003; Taylor & Todd, 1995), Nhận thức rủi ro (PR), trong nghiên cứu của Usman et al. (2020).

6. Kết luận và kiến nghị

Kết quả nghiên cứu phản ánh rằng các yếu tố: kỳ vọng hiệu quả (PE), điều kiện thuận lợi (FC), Giá trị (PV) và thói quen (HM) có tác động tích cực đến ý định sử dụng (BI). Trong các yếu tố nêu trên, biến kỳ vọng hiệu quả (PE) là biến ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định sử dụng của khách hàng (BI). Các phát hiện cũng chứng minh rằng chất lượng dịch vụ (SEQ) và chất lượng hệ thống (SQ) đều đóng vai trò quan trọng đến sự hài lòng (SAT) của khách hàng tại Hà Nội. Sự hài lòng (SAT) của khách hàng và ý định sử dụng (BI) sẽ dẫn tới sự chấp nhận sử dụng ngân hàng số (ADB). Để thúc đẩy việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số ngoài các yếu tố khách quan mang lại, cần có sự nỗ lực chủ động từ phía doanh nghiệp nhằm thỏa mãn yêu cầu của khách hàng, nỗ lựa của chính phủ trong việc tạo ra môi trường thuận lợi và an toàn cho các bên tham gia và sự sẵn sàng sử dụng của khách hàng. Cụ thể:

Về phía ngân hàng, cần thiết kế giao diện phù hợp với khách hàng để tăng tính dễ sử dụng, tăng cường tính bảo mật. Một ứng dụng công nghệ thông tin ngày nay yêu cầu sự đơn giản hóa trong thao tác, giao diện bắt mắt, màu sắc hài hòa, bố cục rõ ràng để khách hàng thoải mái và thuận tiện trong quá trình thao tác. Cùng với đó, trong môi trường cạnh tranh như hiện nay, các ngân hàng thương mại ngày càng nâng cao việc tích hợp các tính năng công nghệ cao, tốc độ và bảo mật cao nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và giá trị thương hiệu. Hai là, các ngân hàng cần phải thực hiện quản lý điện tử an toàn, cần xây dựng quy trình nghiệp vụ nhất quán và chính xác để các giao dịch ấy trở nên đáng tin cậy.

Về phía khách hàng cần tìm hiểu các kỹ năng bảo mật thông tin khi sử dụng các thiết bị kết nối internet, thường xuyên cập nhật các bản diệt virus trên thiết bị của mình. Khách hàng tự bảo mật mọi thông tin liên quan đến dịch vụ ngân hàng kỹ thuật số như: mật khẩu truy cập, mật khẩu giao dịch một lần, mật khẩu truy cập địa chỉ email cá nhân. Khách hàng cần thường xuyên thay đổi mật khẩu truy cập các dịch vụ ngân hàng kỹ thuật số để bảo vệ toàn bộ giao dịch của bản thân và cài đặt mật khẩu bảo đảm nguyên tắc an toàn.

Ngân hàng số là xu hướng tất yếu trong lĩnh vực tài chính. Việc thúc đẩy ngân hàng Việt Nam nhanh chóng bắt kịp thị trường quốc tế là cần thiết trong bối cảnh tài chính số đang phát triển vượt bậc vượt ra khỏi biên giới quốc gia, trở thành một lĩnh vực mang tính toàn cầu. Nghiên cứu sẽ có ý nghĩa hơn nếu được thực hiện ở phạm vi rộng hơn, trên các tỉnh thành lớn của Việt Nam để từ đó có cái nhìn tổng thể về khách hàng ngân hàng số ở Việt Nam. Đặc biệt cần các nghiên cứu về ứng dụng AI cung cấp dịch vụ phù hợp với từng nhóm khách hàng, vai trò của văn hóa, chính sách, và truyền thông trong việc thúc đẩy sử dụng ngân hàng số.

Tài liệu tham khảo:

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. Journal of Retailing and Consumer Services, 40, 125-138.

Ananda, S., Devesh, S., & Al Lawati, A. M. (2020). What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking. Journal of Financial Services Marketing, 25(1), 14-24.

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. Journal of marketing, 58(3), 53-66.

Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. International journal of information management, 44, 38-52.

Banerjee, N., & Sah, S. (2012). A Comparative study of customers' perceptions of service quality dimensions between public and private banks in India. International Journal of Business Administration, 3(5), 33.

Barquin, S., & Hv, V. (2015). Digital Banking in Asia: What do consumers really want. McKinsey & Company, 1-12.

Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. MIS quarterly, 399-426.

Daneshgadeh, S., & Yıldırım, S. Ö. (2014). Empirical investigation of internet banking usage: The case of Turkey. Procedia Technology, 16, 322-331.

Dash, M., Mohanty, A. K., Pattnaik, S., Mohapatra, R. C., & Sahoo, D. S. (2011). Using the TAM model to explain how attitudes determine adoption of internet banking. European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 36(1), 50-59.

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.

Duc, P. M. (2022). Customer satisfaction in digital banking sector in Vietnam: a meta-case approach. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 24(3), 819-836.

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. International journal of human-computer studies, 59(4), 451-474.

Fortes, N., & Rita, P. (2016). Privacy concerns and online purchasing behaviour: Towards an integrated model. European Research on Management and Business Economics, 22(3), 167-176.

Giao, H. N. K., & Van Linh, V. (2015). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại tỉnh Quảng Ngãi (No. e35c8). Center for Open Science.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). Partial least squares: the better approach to structural equation modeling?. Long range planning, 45(5-6), 312-319.

TÁC ĐỘNG CỦA CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐẾN ỔN ĐỊNH TÀI CHÍNH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Thanh Hoa* - ThS. Nguyễn Thụy Bảo Khuyên*

Nghiên cứu này phân tích tác động của chuyển đổi số đến mức độ ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2012-2022. Dữ liệu bảng không cân bằng được thu thập từ 20 ngân hàng thương mại và được phân tích bằng mô hình System GMM nhằm xử lý vấn đề nội sinh trong dữ liệu. Kết quả cho thấy chuyển đổi số có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến ổn định tài chính của ngân hàng, đo lường thông qua chỉ số z-score, qua đó khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của chuyển đổi số trong việc nâng cao khả năng chống chịu rủi ro của hệ thống ngân hàng. Bên cạnh đó, các yếu tố kiểm soát như quy mô ngân hàng, tỷ lệ vốn chủ sở hữu và tăng trưởng kinh tế cũng góp phần cải thiện ổn định tài chính, trong khi rủi ro tín dụng chưa thể hiện rõ tác động đến mức độ ổn định. Từ các kết quả thực nghiệm, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy chuyển đổi số hiệu quả, góp phần xây dựng hệ thống ngân hàng Việt Nam ổn định và bền vững trong bối cảnh kinh tế số.

• Từ khóa: *chuyển đổi số, ngân hàng thương mại, ổn định tài chính.*

This study examines the impact of digital transformation on the financial stability of Vietnamese commercial banks during the period 2012-2022. An unbalanced panel dataset collected from 20 commercial banks is analyzed using the System GMM approach to address endogeneity issues in the data. The empirical results indicate that digital transformation has a positive and statistically significant effect on bank financial stability, as measured by the Z-score, thereby confirming the increasingly important role of digital transformation in enhancing the resilience of the banking system. In addition, control variables such as bank size, equity-to-asset ratio, and economic growth contribute to improved financial stability, while credit risk does not exhibit a clear impact on stability. Based on these findings, the study proposes several policy implications to promote effective digital transformation, contributing to the development of a stable and sustainable Vietnamese banking system in the digital economy.

• Key words: *bank stability, commercial bank, digital transformation.*

JEL codes: G21, O33, C23

Ngày nhận bài: 25/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 27/02/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.42

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, chuyển đổi số trở thành động lực chính làm thay đổi mô hình hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng trên toàn cầu, bao gồm cả Việt Nam. Các số liệu thực tế cho thấy quá trình số hóa ngành ngân hàng tại Việt Nam diễn ra khá nhanh và với quy mô lớn, đến cuối năm 2022, toàn ngành ngân hàng đã đầu tư lớn cho chuyển đổi số với con số báo cáo đạt mức xấp xỉ 15.000 tỷ đồng (Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam, 2023). Trên góc độ khách hàng sử dụng dịch vụ, chỉ trong 4 tháng đầu năm 2022, số lượng giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt tăng 69,7%, tăng 27,5% về giá trị so với cùng kỳ năm 2021; giao dịch qua Internet tăng 48,39% số lượng và 32,76% giá trị; qua điện thoại di động tăng 97,65% số lượng và 86,68% giá trị; số ví điện tử kích hoạt tăng 10,37% so với cuối năm 2021 (Ngân hàng Nhà nước, 2022). Việc ứng dụng công nghệ số ngày càng nhiều vào quá trình giao dịch, quản trị khách hàng và vận hành đã có tác động tích cực đến đến năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng thương mại, tăng doanh thu, giảm chi phí vận hành, gia tăng giá trị cốt lõi cho khách hàng (Bui & Duong, 2025; Citterio & cộng sự, 2024; Alrawashdeh & Shubita, 2024). Với những lợi ích không thể phủ nhận trên, việc các ngân hàng thương mại gia tăng chi phí đầu tư hạ tầng công nghệ phục vụ chuyển đổi số là một yêu cầu cấp thiết và phù hợp với định hướng phát triển quốc gia. Tuy nhiên, xét về góc độ tài chính thì điều này có thể tác động sự ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại. Việc phụ thuộc nhiều hơn vào hạ tầng công nghệ làm gia tăng rủi ro hoạt động, tiềm ẩn sai sót trong quản trị dữ liệu và có thể thay đổi tính ổn định thu nhập ngân hàng (Nguyen & cộng sự, 2023; Dinh & Thanh, 2024).

** Trường Đại học Thủ Dầu Một;email: nthoa@tdmu.edu.vn - khuyenntb@tdmu.edu.vn*

Các nghiên cứu gần đây cho thấy chuyển đổi số có thể tác động cả tích cực lẫn tiêu cực đến hiệu quả và mức độ ổn định của ngân hàng, tùy thuộc vào cách thức triển khai và năng lực quản trị rủi ro. Tuy nhiên, các bằng chứng thực nghiệm hiện nay vẫn chưa thống nhất và hàm ý chính sách còn hạn chế trong việc phản ánh đặc thù của thị trường tài chính Việt Nam. Phần lớn các nghiên cứu đo lường chuyển đổi số thông qua các chỉ tiêu đơn lẻ như chi phí đầu tư công nghệ hoặc tỷ trọng thu nhập từ ngân hàng số, trong khi ít nghiên cứu sử dụng chỉ số ICT để phản ánh mức độ chuyển đổi số của ngân hàng. Đồng thời, dữ liệu trong các nghiên cứu hiện có thường chưa được cập nhật đến các năm gần đây. Xuất phát từ khoảng trống này, nghiên cứu phân tích tác động của chuyển đổi số đến mức độ ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam, qua đó đề xuất các hàm ý quản trị phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Lý thuyết Khuếch tán Đổi mới của Rogers (1962) giải thích quá trình lan tỏa của công nghệ mới trong xã hội thông qua các kênh truyền thông theo thời gian, chịu ảnh hưởng bởi bốn yếu tố chính: bản thân đổi mới, kênh truyền thông, thời gian và cấu trúc xã hội. Trong bối cảnh ngân hàng, việc áp dụng công nghệ số được xem là một dạng khuếch tán đổi mới, trong đó sự khác biệt về tốc độ và mức độ chấp nhận giữa các ngân hàng dẫn đến khác biệt về hiệu quả hoạt động và ổn định tài chính. Bên cạnh đó, Lý thuyết Đổi mới Đột phá của Christensen (2015) cho rằng các công nghệ mới ban đầu thường kém hiệu quả nhưng dần thay thế mô hình truyền thống nhờ ưu thế về chi phí và tiện ích. Trong ngành ngân hàng, sự xuất hiện của fintech, ngân hàng số và ví điện tử là những đổi mới đột phá tác động mạnh đến mô hình kinh doanh và năng lực cạnh tranh. Việc thích ứng kịp thời với đổi mới đột phá giúp các ngân hàng nâng cao hiệu quả hoạt động, quản trị rủi ro và duy trì ổn định tài chính (Christensen & Bower, 1996; Gomber & cộng sự, 2017).

Nhiều nghiên cứu trước đây nhấn mạnh rằng chuyển đổi số giúp ngân hàng nâng cao hiệu quả vận hành, tối ưu hóa nguồn lực, cải thiện chất lượng dịch vụ và năng lực quản trị rủi ro (Bui & Duong, 2025; Citterio & cộng sự, 2024; Alrawashedh & Shubita, 2024). Đặc biệt, việc tích hợp chuyển đổi số vào chiến lược kinh doanh giúp ngân hàng tăng khả năng chống chịu trước biến động thị trường và duy trì hoạt động bền vững, nhất là trong bối cảnh tuân thủ các chuẩn mực an toàn như Basel II.

Tuy nhiên, một số nghiên cứu cũng chỉ ra rằng tác động của chuyển đổi số không hoàn toàn tuyến tính, mà thể hiện mô hình chữ U, khi giai đoạn đầu triển khai thường làm gia tăng chi phí đầu tư, rủi ro công nghệ và giảm hiệu quả tạm thời (Akbary & cộng sự, 2025; Citterio & cộng sự, 2024). Điều này hàm ý rằng trong ngắn hạn, chuyển đổi số có thể tạo ra áp lực lên khả năng sinh lời và thanh khoản. Đối với các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, hạn chế về hạ tầng công nghệ, chi phí đầu tư lớn và rủi ro an ninh mạng khiến lợi ích của chuyển đổi số chưa được phát huy tối đa (Nguyen & cộng sự, 2023; Dinh & Thanh, 2024).

Từ góc độ này, có thể thấy chuyển đổi số vừa là cơ hội vừa là thách thức đối với sự ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Việc hiểu rõ tác động của chuyển đổi số là nền tảng quan trọng để đánh giá và hoạch định chính sách phát triển hệ thống ngân hàng ổn định và bền vững trong kỷ nguyên số.

3. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước, chúng tôi đề xuất mô hình nghiên cứu nhằm đánh giá tác động trực tiếp của chuyển đổi số (DT) đến ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại. Mô hình nghiên cứu đề xuất được xác định như sau:

$$\text{ZSCORE}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{ZSCORE}_{it-1} + \beta_1 DT_{it} + \beta_2 \text{ROA}_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 \text{ETA}_{it} + \beta_5 NPL_{it} + \beta_6 GDP_t + \beta_7 INF_t + \varepsilon_{it}$$

Trong đó, i đại diện cho ngân hàng và t đại diện cho năm quan sát. Biến phụ thuộc là z-score được sử dụng để đo lường mức độ ổn định tài chính của ngân hàng; giá trị Z-score càng cao thể hiện mức độ rủi ro phá sản càng thấp. Biến độc lập: DT là chỉ số chuyển đổi số của ngân hàng. Các biến kiểm soát trong mô hình gồm: ROA phản ánh hiệu quả hoạt động, được đo bằng tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản trung bình; SIZE là quy mô ngân hàng (logarit tự nhiên của tổng tài sản); ETA là tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản; NPL là tỷ lệ nợ xấu; GDP là tốc độ tăng trưởng kinh tế; và INF là tỷ lệ lạm phát.

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu bảng của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong giai đoạn 2012-2022 nhằm đánh giá tác động của chuyển đổi số đến ổn định tài chính. Để xử lý vấn đề nội sinh giữa các biến giải thích và biến phụ thuộc, đồng thời kiểm soát ảnh hưởng của độ trễ động của ổn định tài chính, nghiên cứu áp dụng phương pháp System Generalized Method of Moments (SGMM) do Arellano và Bover (1995), Blundell và Bond (1998) phát triển. Bên cạnh đó, nhóm tác giả cũng sử dụng kiểm định tính hợp lệ của các biến công cụ thông qua kiểm định Hansen/ Sargan và tự tương quan Arellano-Bond.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Tổng quan mẫu nghiên cứu

Dữ liệu thu thập được từ 20 ngân hàng thương mại Việt Nam là dữ liệu hàng năm từ năm 2012 đến 2022. Đây là dữ liệu bảng không cân bằng với tổng số quan sát thu thập được là 220 quan sát, riêng dữ liệu về chuyển đổi số chỉ có 179 quan sát được thu thập do thiếu báo cáo ICT cho năm 2021 và các ngân hàng không công bố thường xuyên và liên tục trong suốt giai đoạn nghiên cứu. Thống kê mô tả các biến cho bởi bảng 2 cho thấy ZSCORE có giá trị trung bình là 21,88 với độ lệch chuẩn tương đối lớn, phản ánh sự khác biệt đáng kể về mức độ ổn định tài chính giữa các ngân hàng trong mẫu nghiên cứu. Biến DT có giá trị trung bình 0,53 và dao động trong khoảng khá rộng từ 0,25 đến 0,81 chứng tỏ mức độ chuyển đổi số giữa các ngân hàng là không đồng đều. ROA đạt trung bình khoảng 1,02%, trong khi quy mô ngân hàng (SIZE) có sự phân hóa rõ rệt giữa các ngân hàng lớn và vừa. Chỉ tiêu vốn chủ sở hữu (ETA) và tỷ lệ nợ xấu (NPL) cũng có mức biến động đáng kể, cho thấy sự khác biệt về năng lực tài chính và mức độ rủi ro tín dụng giữa các ngân hàng. Biến tăng trưởng GDP và lạm phát INF phản ánh tương đối đầy đủ các giai đoạn biến động của nền kinh tế Việt Nam trong thời kỳ nghiên cứu.

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến quan sát

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
ZSCORE	220	21,87983	10,74794	6,037751	66,01607
DT	179	0,528192	0,118098	0,2527	0,8114
ROA	220	1,021729	0,733476	0,008745	3,652643
SIZE	220	32,84893	1,177688	30,49454	35,20208
ETA	220	8,464339	2,992037	4,108052	18,94308
NPL	220	2,089455	1,426198	0,572433	12,92085
GDP	220	6,042234	1,739774	2,553729	8,123514
INF	220	3,739932	2,199263	0,631201	9,094703

Nguồn: tính toán của nhóm tác giả

4.2. Phân tích tương quan

Ma trận tương quan ở bảng 3 cho thấy ZSCORE có tương quan dương với mức độ chuyển đổi số, vốn chủ sở hữu, và tỷ lệ lạm phát, trong khi có tương quan âm với các biến còn lại. DT có tương quan dương với ZSCORE, cho thấy các ngân hàng có mức độ chuyển đổi số cao thường có mức độ ổn định cao hơn. Hệ số tương quan giữa các biến nhìn chung ở mức thấp đến trung bình, không có cặp biến nào có tương quan quá cao, qua đó cho thấy nguy cơ đa cộng tuyến trong mô hình là không đáng kể.

Bảng 3. Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

	ZSCORE	DT	ROA	SIZE	ETA	NPL	GDP	INF
ZSCORE	1							
DT	0,1643	1						
ROA	-0,1928	0,1837	1					
SIZE	-0,0906	0,3071	0,2703	1				
ETA	0,2773	-0,107	0,3599	-0,5052	1			
NPL	-0,0796	-0,0947	-0,1468	-0,1718	0,0367	1		
GDP	-0,0343	-0,0804	-0,1092	-0,0536	-0,0473	0,0053	1	
INF	0,2216	-0,0432	-0,0756	-0,2416	0,2571	0,1636	-0,0577	1

Nguồn: tính toán của nhóm tác giả

4.3. Kết quả ước lượng mô hình SGMM

Dựa trên kết quả ước lượng System GMM trình bày tại Bảng 4, có thể rút ra một số hàm ý quan trọng về tác động của chuyển đổi số đến ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Cụ thể, biến chuyển đổi số (DT) có hệ số dương và có ý nghĩa thống kê cao ($\beta = 18,40$; $p < 0,01$), cho thấy chuyển đổi số góp phần cải thiện đáng kể mức độ ổn định tài chính của ngân hàng. Kết quả này hàm ý rằng việc ứng dụng công nghệ số giúp ngân hàng nâng cao năng lực quản trị rủi ro, đa dạng hóa hoạt động và tăng khả năng chống chịu trước các cú sốc.

Bên cạnh đó, quy mô ngân hàng (SIZE), tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản (ETA), tăng trưởng kinh tế (GDP) và lạm phát (INF) đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến ổn định tài chính, phản ánh vai trò của nguồn lực nội tại và môi trường kinh tế vĩ mô thuận lợi. Ngược lại, hiệu quả sinh lời (ROA) có tác động âm đến ZSCORE, cho thấy trong một số giai đoạn, việc theo đuổi lợi nhuận cao có thể đi kèm với mức độ rủi ro lớn hơn, làm suy giảm ổn định tài chính. Riêng biến tỷ lệ nợ xấu, hệ số của NPL mang dấu âm như kỳ vọng nhưng chưa đạt ý nghĩa thống kê, hàm ý tác động của chất lượng tín dụng đến ổn định tài chính chưa thực sự rõ nét trong mẫu nghiên cứu.

Bảng 4. Kết quả ước lượng ZSCORE theo mô hình SGMM

	Coefficient	Std. err.	t	P>t	[95% conf.	interval]
L1.ZSCORE	-0,03928	0,175652	-0,22	0,825	-0,40692	0,328364
DT	18,39842	4,97136	3,7	0,002	7,99324	28,80359
ROA	-5,57636	2,157948	-2,58	0,018	-10,093	-1,05973
SIZE	2,34643	1,034588	2,27	0,035	0,181013	4,511847
ETA	1,680449	0,609678	2,76	0,013	0,404379	2,956519
NPL	-0,35929	0,231203	-1,55	0,137	-0,8432	0,124622
GDP	0,24823	0,110746	2,24	0,037	0,016436	0,480024
INF	1,080697	0,242447	4,46	0,000	0,573249	1,588145
_cons	-77,7159	36,3465	-2,14	0,046	-153,79	-1,64179

Nguồn: tính toán của nhóm tác giả

4.4. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Kết quả các kiểm định chẩn đoán ở bảng 5 cho thấy mô hình System GMM được ước lượng là phù hợp và đáng tin cậy. Cụ thể, kiểm định Arellano-Bond cho thấy mô hình có tự tương quan bậc 1 trong sai phân AR(1) nhưng không tồn tại tự tương quan bậc 2 AR(2), qua đó đáp ứng điều kiện cần của ước lượng GMM động. Các kiểm định Sargan và Hansen đều không bác bỏ giả thuyết không về tính hợp lệ của bộ

công cụ, khẳng định các biến công cụ được sử dụng là phù hợp. Bên cạnh đó, các kiểm định Difference-in-Hansen cho thấy cả công cụ GMM cho phương trình mức và các biến IV đều là ngoại sinh. Cuối cùng, số lượng biến công cụ nhỏ hơn số nhóm quan sát, giúp hạn chế hiện tượng có quá nhiều biến công cụ, qua đó củng cố thêm độ tin cậy của kết quả ước lượng.

Bảng 5. Các kiểm định sự phù hợp và tính hợp lệ của mô hình System GMM

Kiểm định	Thống kê kiểm định	Giá trị p	Kết luận
Arellano-Bond AR(1)	z = 1,71	0,087	Có tự tương quan bậc 1 (chấp nhận được)
Arellano-Bond AR(2)	z = −0,01	0,989	Không có tự tương quan bậc 2
Sargan test	$\chi^2(5) = 5,41$	0,368	Bộ công cụ là hợp lệ
Hansen test	$\chi^2(5) = 4,44$	0,488	Bộ công cụ là hợp lệ
Difference-in-Hansen (GMM levels)	$\chi^2(1) = 0,04$	0,843	Công cụ GMM cho phương trình mức là ngoại sinh
Difference-in-Hansen (IV)	$\chi^2(4) = 4,30$	0,366	Các biến IV là ngoại sinh
Số công cụ	14		Nhỏ hơn số nhóm
Số nhóm	20		Đáp ứng yêu cầu GMM

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

4.5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích ở trên cho thấy chuyển đổi số có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê cao đến ổn định tài chính của các ngân hàng, qua đó khẳng định vai trò quan trọng của chuyển đổi số trong việc nâng cao mức độ ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Phát hiện này cho thấy khi mức độ chuyển đổi số gia tăng, ngân hàng có khả năng cải thiện năng lực quản trị rủi ro, nâng cao khả năng chống chịu trước các cú sốc và duy trì hoạt động ổn định hơn trong dài hạn. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với Lý thuyết Khuếch tán Đổi mới và Lý thuyết Đổi mới Đột phá. Trong bối cảnh Việt Nam, nơi mức độ chuyển đổi số giữa các ngân hàng còn chưa đồng đều, những ngân hàng đầu tư bài bản và tích hợp chuyển đổi số vào chiến lược kinh doanh cốt lõi có xu hướng xây dựng được nền tảng ổn định hơn. Kết quả thực nghiệm này cũng nhất quán với các nghiên cứu gần đây cho rằng chuyển đổi số giúp cải thiện hiệu quả hoạt động và năng lực quản trị của ngân hàng, từ đó tác động tích cực đến sự ổn định tài chính (Do & cộng sự, 2022; Bui & Duong, 2025; Citterio & cộng sự, 2024).

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy chuyển đổi số có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến mức độ ổn định tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam, đo lường bằng ZSCORE. Kết quả ước lượng System GMM khẳng định rằng việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số giúp ngân hàng cải thiện năng lực quản trị rủi ro, đa dạng hóa hoạt động và tăng khả năng chống chịu trước các cú sốc vĩ mô. Điều này phù hợp với lập luận của các lý thuyết đổi mới, theo đó các ngân hàng chủ động và sớm thích ứng với công nghệ mới có xu hướng đạt được lợi thế ổn định và bền vững hơn trong dài hạn. Các biến kiểm soát cho thấy quy mô, vốn tự có, tăng trưởng kinh tế và lạm phát nhìn chung có tác động cùng chiều đến ổn định tài chính, trong khi nợ xấu làm suy giảm mức độ ổn định, phản ánh đúng đặc điểm hoạt động của hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Từ các kết quả trên, bài viết đưa ra một số hàm ý chính sách quan trọng. Thứ nhất, các ngân hàng thương mại cần coi chuyển đổi số là trụ cột chiến lược dài hạn, gắn chặt với mục tiêu nâng cao ổn định tài chính thay vì chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn. Đầu tư công nghệ cần đi kèm với nâng cao năng lực quản trị rủi ro, an ninh mạng và chất lượng nguồn nhân lực để hạn chế các rủi ro phát sinh trong quá trình số hóa. Thứ hai, cơ quan quản lý cần hoàn thiện khung pháp lý và hạ tầng thể chế cho chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng, bao gồm tiêu chuẩn dữ liệu, bảo mật thông tin và giám sát các hoạt động ngân hàng số, nhằm tạo môi trường thuận lợi nhưng an toàn cho đổi mới. Thứ ba, chính sách hỗ trợ nên được thiết kế theo hướng phân hóa theo quy mô và mức độ sẵn sàng công nghệ của ngân hàng, giúp các ngân hàng vừa và nhỏ tận dụng chuyển đổi số để nâng cao ổn định mà không tạo áp lực quá lớn về chi phí. Nhìn chung, thúc đẩy chuyển đổi số một cách có kiểm soát và gắn với cải thiện chất lượng thể chế là điều kiện then chốt để xây dựng một hệ thống ngân hàng Việt Nam ổn định và bền vững trong kỷ nguyên số.

Tài liệu tham khảo:

Akbary, N. M. M., Trinugroho, I., Risfandy, T., & Pamungkas, P. (2025). Digital transformation and efficiency: Evidence from Indonesian banks. International Journal of Business & Society, 26(1).

Alrawashedh, N. H., & Shubita, M. F. (2024). Impact of digital transformation on the organization's financial performance: A case of Jordanian commercial banks listed on the Amman Stock Exchange. Banks and Bank Systems, 19(1), 126.

Arellano, M., & Bover, O. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. Journal of Econometrics, 68(1), 29-51.

Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. Journal of Econometrics, 87(1), 115-143.

Bui, T. H., & Duong, Y. T. (2025). The impact of digital transformation strategy on the performance of commercial banks: Evidence from an emerging economy. The Economics and Finance Letters, 12(1), 86-97.

Christensen, C. M. (2015). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.

Christensen, C. M., & Bower, J. L. (1996). Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms. Strategic Management Journal, 17(3), 197-218.

Christensen, C., & Raynor, M. (2013). The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth. Harvard Business Review Press.

Citterio, A., King, T., & Locatelli, R. (2024). Is digital transformation profitable for banks? Evidence from Europe. Finance Research Letters, 70, 106269.

Dinh, L. C., & Thanh, H. P. (2024). Role of law enforcement, governance, and digital transformation in risk control and management at Vietnamese commercial banks. Banks and Bank Systems, 19(3), 133.

Do, T. D., Pham, H. A. T., Thalassinos, E. I., & Le, H. A. (2022). The impact of digital transformation on performance: Evidence from Vietnamese commercial banks. Journal of Risk and Financial Management, 15(1), 21.

Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: Current research and future research directions. Journal of Business Economics, 87(5), 537-580.

Nguyen, T. H. L., Nguyen, V. H., Nguyen, P. A., & Nguyen, V. D. (2023). How does digital transformation impact bank performance? Cogent Economics & Finance, 11(1), 2217582.

Nguyễn, T. N. Q. (2023). Tác động của chuyển đổi số đến năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, 18(2), 104-118.

Okibo, B. W., & Wario, A. Y. (2014). Effects of e-banking on growth of customer base in Kenyan banks. The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT), (11), 48-64.

Rogers, E. M. (1962). Diffusion of innovations. The Free Press of Glencoe.

ỨNG DỤNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DOANH NGHIỆP CÓ VỐN ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI TẠI VIỆT NAM

TS. Bùi Huy Trung* - TS. Mai Hương Giang*

Chuyển đổi số ngày càng trở thành một trụ cột chiến lược trong hoạt động của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại Việt Nam. Khác với doanh nghiệp trong nước, khối FDI thường tiếp cận chuyển đổi số như một phần trong chiến lược toàn cầu, nhằm đồng bộ hóa chuỗi cung ứng, sản xuất và quản trị theo tiêu chuẩn quốc tế. Bài viết phân tích thực trạng triển khai chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI tại Việt Nam, dựa trên các số liệu cập nhật và nghiên cứu trường hợp từ một số tập đoàn tiêu biểu. Đồng thời, bài viết nhận diện các thách thức lớn như tính ngoại sinh của sáng kiến công nghệ, sự thiếu hụt nhân lực số và hạn chế trong chuyển giao công nghệ cho khu vực doanh nghiệp nội địa. Trên cơ sở đó, một số khuyến nghị chính sách được đề xuất nhằm tăng cường vai trò lan tỏa công nghệ của khối FDI, thúc đẩy liên kết chuỗi giá trị và phát triển năng lực số quốc gia theo hướng bền vững.

• Từ khóa: *chuyển đổi số; doanh nghiệp FDI; vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài.*

Digital transformation is increasingly becoming a strategic pillar in the operations of foreign direct investment (FDI) enterprises in Vietnam. Unlike domestic firms, FDI enterprises often approach digital transformation as part of a broader global strategy, aiming to synchronize supply chains, production processes, and corporate management with international standards. This paper analyzes the current state of digital transformation implementation in FDI enterprises in Vietnam, drawing on updated data and case studies from several representative multinational corporations. At the same time, it identifies key challenges such as the exogenous nature of technological initiatives, the shortage of digital-skilled labor, and limitations in technology transfer to the domestic business sector. Based on these findings, the paper proposes several policy recommendations to strengthen the technological spillover effects of the FDI sector, enhance value chain linkages, and promote the sustainable development of national digital capabilities.

• Key words: *digital transformation; FDI enterprises; foreign direct investment.*

Ngày nhận bài: 05/12/2025
Ngày gửi phản biện: 22/02/2026
Ngày duyệt đăng: 05/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.43

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh kinh tế số phát triển nhanh chóng, chuyển đổi số đang trở thành xu hướng chiến lược tất yếu đối với doanh nghiệp toàn cầu. Không còn giới hạn ở việc số hoá quy trình đơn lẻ, chuyển đổi số hiện đại là quá trình tích hợp sâu công nghệ số vào toàn bộ mô hình kinh doanh, nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, tạo ra giá trị mới và tăng cường khả năng thích ứng trước biến động thị trường.

Tại Việt Nam, chuyển đổi số đã được xác định là một trong những trụ cột chiến lược quốc gia. Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị và Chiến lược quốc gia về chuyển đổi số đến năm 2025, định hướng đến 2030 đặt mục tiêu đưa Việt Nam trở thành quốc gia số. Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị ưu tiên coi khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo (ĐMST) là động lực tăng trưởng, kêu gọi tạo đột phá về chất lượng lực lượng lao động và chuyển đổi số. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp FDI với vai trò dẫn dắt trong các ngành công nghiệp mũi nhọn được kỳ vọng sẽ là lực lượng tiên phong trong chuyển đổi số, góp phần lan toả năng lực số và hình thành hệ sinh thái đổi mới sáng tạo.

Theo Báo cáo của World Bank (2025), 85% doanh nghiệp FDI đã triển khai các sáng kiến chuyển đổi thông qua các hợp đồng chuyển giao công nghệ. Với lợi thế về công nghệ, tiêu chuẩn toàn cầu và liên kết với hệ sinh thái tập đoàn, doanh nghiệp FDI thường có mức độ sẵn sàng chuyển đổi cao hơn so với khối doanh nghiệp nội địa. Tuy nhiên, họ cũng gặp phải những thách thức đặc thù như sự phụ thuộc vào công ty mẹ, rào cản tích hợp hạ tầng số trong nước hay thiếu hụt nhân sự trung gian am hiểu cả công nghệ và vận hành.

Trong bối cảnh Chính phủ Việt Nam đặt mục tiêu chuyển đổi số là động lực trọng tâm thúc đẩy tăng trưởng bền vững, khối FDI được kỳ vọng không chỉ

** Học viện ngân hàng; email: trungbh@hvnh.edu.vn - giangmh@hvnh.edu.vn*

đi đầu trong ứng dụng công nghệ mà còn đóng vai trò lan toả năng lực số trong toàn nền kinh tế.

Bài viết này phân tích việc ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI tại Việt Nam, làm rõ đặc điểm, thách thức và cơ hội của khu vực này, từ đó đề xuất một số định hướng chính sách nhằm tăng cường hiệu quả triển khai và thúc đẩy kết nối giữa FDI với hệ sinh thái đổi mới trong nước.

2. Tổng quan về chuyển đổi số và ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI

2.1. Khái niệm, mô hình và đặc điểm của chuyển đổi số trong doanh nghiệp

Chuyển đổi số là một quá trình chiến lược, trong đó doanh nghiệp tích hợp các công nghệ kỹ thuật số vào toàn bộ hoạt động nhằm thay đổi cách thức vận hành và tạo ra giá trị mới. Theo Vial (2019), đây là quá trình cải tổ toàn diện tổ chức thông qua công nghệ, với mục tiêu đổi mới và nâng cao hiệu suất. Điều này khác biệt với số hoá (chuyển dữ liệu từ vật lý sang số) hay tin học hoá (tự động hóa quy trình sẵn có), bởi chuyển đổi số mang tính hệ thống, lâu dài và có định hướng chiến lược.

Một đặc điểm nổi bật của chuyển đổi số hiện đại là tính tích hợp sâu rộng và linh hoạt. Không chỉ giới hạn trong bộ phận công nghệ thông tin, quá trình này mở rộng ra mọi phòng ban như sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing. Các doanh nghiệp hiện nay triển khai chuyển đổi số theo chu trình thử nghiệm - *đánh giá* - điều chỉnh linh hoạt, thay vì theo lộ trình tuyến tính truyền thống (Vial, 2019).

Dữ liệu đóng vai trò trung tâm trong quá trình này. Việc ứng dụng các công nghệ như AI, IoT, dữ liệu lớn và điện toán đám mây cho phép doanh nghiệp phân tích, ra quyết định và cá nhân hóa sản phẩm theo thời gian thực. OECD (2021) khẳng định rằng các tổ chức có nền tảng dữ liệu mạnh sẽ có lợi thế trong đổi mới và thích ứng thị trường.

Bên cạnh công nghệ, yếu tố con người và tổ chức đóng vai trò quyết định. Westerman và cộng sự (2014) nhấn mạnh rằng chuyển đổi số đòi hỏi sự thay đổi văn hóa doanh nghiệp, năng lực số của nhân sự và khả năng phối hợp liên chức năng. Thành công phụ thuộc vào việc xây dựng tổ chức học tập và tư duy đổi mới từ bên trong.

Về mô hình triển khai, Kane và cộng sự (2021) phân chia thành các mức độ trưởng thành số: bắt đầu quy trình hiện tại, phát triển mô hình vận hành, và tái định hình mô hình giá trị. Ở mức độ cao nhất, doanh nghiệp không chỉ số hóa quy trình mà còn tái cấu trúc mô hình kinh doanh, chiến lược và văn hóa tổ chức. Trong khi đó, mô hình của Westerman và cộng sự (2014) đề xuất bốn trụ cột gồm: trải nghiệm khách hàng, vận hành nội bộ, mô hình kinh doanh và năng lực tổ chức, thể hiện rõ chiều sâu và độ bao phủ của chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

2.2. Đặc trưng của chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI

Đối với doanh nghiệp FDI, hành vi và chiến lược chuyển đổi số của loại hình doanh nghiệp này có những đặc điểm riêng biệt so với doanh nghiệp bản địa. Theo OECD (2021), các doanh nghiệp FDI thường đóng vai trò là những "người mang công nghệ" khi tiếp nhận và triển khai các giải pháp kỹ thuật số tiên tiến từ công ty mẹ hoặc tập đoàn toàn cầu. Điều này giúp họ có lợi thế về công nghệ và quy trình, đặc biệt trong các lĩnh vực như ERP (Enterprise Resource Planning), SCM (Supply Chain Management), và phân tích dữ liệu lớn. Tuy nhiên, hành vi chuyển đổi số của họ lại phụ thuộc nhiều vào chiến lược toàn cầu, thay vì chỉ theo nhu cầu nội tại tại thị trường sở tại. Điều này dẫn đến mô hình "áp đặt từ trên xuống", vốn có thể tạo ra bất cập khi phải thích nghi với hạ tầng, pháp lý hoặc thị trường địa phương.

Khả năng nội địa hóa chuyển đổi số của FDI thường bị giới hạn. Nghiên cứu của Cirera và cộng sự (2017) cho thấy doanh nghiệp FDI ít khi phát triển hệ sinh thái công nghệ nội địa mà thường ưu tiên chuỗi cung ứng toàn cầu, dẫn đến mức độ lan tỏa công nghệ thấp. Hơn nữa, sự tách biệt giữa nhóm quản trị kỹ thuật số quốc tế và đội ngũ vận hành tại địa phương có thể gây ra rào cản trong việc tùy biến công nghệ theo nhu cầu sở tại, đặc biệt tại các thị trường đang phát triển.

Tuy vậy, FDI vẫn là động lực quan trọng để lan tỏa thực tiễn chuyển đổi số trong nước. Dù bị giới hạn bởi những rào cản tổ chức và thể chế, nhưng sự hiện diện của FDI thường đi kèm với các chuẩn công nghệ và quy trình quản lý tiên tiến. Nghiên cứu của UNCTAD (2021) cho thấy, doanh nghiệp nội địa có khả năng học hỏi gián tiếp thông qua mối liên kết chuỗi cung ứng hoặc qua luân chuyển lao động từ các tập đoàn FDI. Việc hỗ trợ doanh nghiệp nội địa nâng cao năng lực tiếp nhận và tích hợp công nghệ từ FDI có thể là một hướng đi hiệu quả để nâng cao hiệu suất chuyển đổi số ở cấp hệ sinh thái.

3. Ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI tại Việt Nam

Trong những năm gần đây, chuyển đổi số đã trở thành một trụ cột chiến lược trong hoạt động của nhiều doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam. Khác với khu vực doanh nghiệp

nội địa vốn tiếp cận chuyển đổi số chủ yếu từ áp lực cạnh tranh hoặc yêu cầu thị trường, doanh nghiệp FDI thường triển khai chuyển đổi số như một phần trong chiến lược toàn cầu, nhằm đảm bảo đồng bộ hoá hệ thống sản xuất, quản trị và chuỗi cung ứng với trụ sở chính và các chi nhánh toàn cầu. Điều này mang lại cho các doanh nghiệp FDI một lợi thế rõ rệt về tốc độ và mức độ ứng dụng công nghệ mới so với mặt bằng chung trong nước.

Theo báo cáo của NIC & Do Ventures (2024), các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam đã triển khai nhiều sáng kiến chuyển đổi số. Phần lớn các doanh nghiệp FDI đều đã ứng dụng ít nhất một công nghệ số như ERP, SCM, AI hoặc Cloud trong hoạt động của mình. Thị trường dịch vụ điện toán đám mây tại Việt Nam có thể đạt 1,2 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng 11-12%/năm - là nền tảng quan trọng để FDI mở rộng chuyển đổi số (Vietnamnet, 2024). Báo cáo của Oxford Insights (2023) cũng đánh giá Việt Nam đạt điểm số 54.48 trong chỉ số AI Readiness, đứng thứ 9 Đông Á, tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp FDI triển khai các ứng dụng AI tại Việt Nam trong các hoạt động như kiểm soát chất lượng, phân tích dữ liệu vận hành hoặc tự động hóa tác vụ văn phòng. Chuyển đổi số đã mang lại nhiều kết quả tích cực cho doanh nghiệp FDI tại Việt Nam. Việc ứng dụng các công nghệ số như tự động hoá và dữ liệu lớn đã giúp doanh nghiệp FDI tăng năng suất lao động, giảm được chi phí vận hành và cải thiện độ chính xác trong sản xuất, kiểm soát chất lượng và ra quyết định quản trị (OECD, 2021).

Các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam đang ưu tiên chuyển đổi số trong ba lĩnh vực chính: sản xuất thông minh, quản trị doanh nghiệp và quản lý chuỗi cung ứng.

Trong lĩnh vực sản xuất, các tập đoàn như Samsung, Intel, Bosch và LG đã đầu tư vào các hệ thống sản xuất thông minh tích hợp dữ liệu (MES), kết hợp với cảm biến IoT và nền tảng phân tích dữ liệu lớn nhằm giám sát dây chuyền theo thời gian thực, kiểm soát chất lượng và nâng cao hiệu suất. Đầu tiên là trường hợp tập đoàn Samsung Việt Nam đã ứng dụng robot được sử dụng kết hợp với cảm biến IoT và hệ thống MES (Manufacturing Execution System) để giám sát dây chuyền, tối ưu hiệu suất và tự động hoá quy trình. Các hệ thống này không chỉ giúp nâng cao năng suất và kiểm soát chất lượng mà còn phục vụ cho việc dự báo nhu cầu, tối ưu hóa tồn kho và kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu, điển hình là dự án hỗ trợ nhà máy nhựa An Lập giảm lỗi từ 12% xuống 0.5% nhờ số hóa quy trình và kết nối toàn diện (OCD, 2025). Một tập đoàn khác là Intel đã triển khai nhiều ứng dụng AI để tự động kiểm tra lỗi trong sản xuất vi mạch và thu thập dữ liệu vận hành theo thời gian thực. Ví dụ như Intel ELL là giải pháp công nghệ trí tuệ nhân tạo AI để phân tích dữ liệu, đưa dữ liệu nên các ứng dụng cục bộ hoặc cloud, để phát hiện các điểm nghẽn trong chuỗi sản xuất, từ đó giúp giảm thiểu tỷ lệ lỗi và nâng cao độ chính xác trong kiểm soát chất lượng (Intel, 2025). Ngoài ra, Intel cũng đang thử nghiệm các nền tảng phân tích dự báo predictive analytics để dự đoán sự cố thiết bị và đề xuất bảo trì chủ động (predictive maintenance). Trong khi đó, Bosch, một trong những doanh nghiệp FDI tiêu biểu trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ và tự động hóa tại Việt Nam, đã triển khai hệ thống xây dựng mô hình nhà máy thông minh (smart factory). Bosch đã triển khai hệ thống điều hành sản xuất tích hợp MES (Manufacturing Execution System) với khả năng thu thập và phân tích dữ liệu thời gian thực từ toàn bộ dây chuyền. Hệ thống này cho phép giám sát tình trạng máy móc, dự đoán sự cố, kiểm soát chất lượng và tối ưu hoá hiệu suất vận hành. Đồng thời, Bosch cũng ứng dụng các nền tảng IoT công nghiệp để kết nối thiết bị đầu cuối với hệ thống điều hành trung tâm, tạo ra mạng lưới sản xuất linh hoạt, có khả năng tự thích nghi theo nhu cầu sản xuất. Ngoài ra, nhà máy còn tích hợp các công nghệ như AI, điện toán biên và các mô hình dữ liệu để triển khai bảo trì dự đoán và cải tiến liên tục trên cơ sở dữ liệu thực tế. Các công nghệ này không chỉ giúp tăng năng suất và giảm lỗi sản phẩm mà còn góp phần chuyển đổi mô hình sản xuất từ thủ công - bán tự động sang tự động hoá linh hoạt, đáp ứng yêu cầu khắt khe của chuỗi cung ứng toàn cầu. Theo OCD (2023), năng suất tại các dây chuyền sản xuất của Bosch đã tăng trưởng từ 10% đến 25%, tuỳ theo mức độ tích hợp công nghệ và tự động hoá. Nhờ vào việc áp dụng hệ thống điều hành sản xuất thông minh, kết hợp phân tích dữ liệu thời gian thực và bảo trì dự đoán, doanh nghiệp đã giảm đáng kể chi phí vận hành, đặc biệt trong các hoạt động tiêu hao năng lượng và quản lý logistics nội bộ. Một trường hợp khác là LG Display đã đưa vào vận hành hệ thống giám sát tự động sử dụng thị giác máy tính và AI để phát hiện lỗi trên màn hình OLED trong thời gian thực. Đồng thời, môi trường sản xuất (nhiệt độ, độ ẩm, bụi) cũng được theo dõi và kiểm soát tự động thông qua hệ thống cảm biến IoT và trung tâm điều phối thông minh. Việc này giúp LG đảm bảo chất lượng đầu ra theo tiêu chuẩn toàn cầu, đồng thời giảm thiểu chi phí nhân công và rủi ro gián đoạn sản xuất (LG Display, 2025).

Trong lĩnh vực quản trị doanh nghiệp, nhiều doanh nghiệp FDI tại Việt Nam cũng triển khai các hệ thống

quản trị doanh nghiệp số nhằm nâng cao hiệu quả điều hành và ra quyết định. Một trong những công cụ phổ biến là hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP - Enterprise Resource Planning), cho phép tích hợp dữ liệu từ nhiều bộ phận như tài chính, nhân sự, sản xuất và bán hàng vào một nền tảng quản lý thống nhất. Honda Việt Nam là một ví dụ tiêu biểu trong việc áp dụng hệ thống ERP để quản trị tài chính, nhân sự và hoạt động vận hành. Hệ thống này được kết nối trực tiếp với hệ thống kế toán và quản trị toàn cầu của Honda Motor tại Nhật Bản, giúp doanh nghiệp đồng bộ hóa dữ liệu, nâng cao tính minh bạch và tăng tốc độ ra quyết định. Việc triển khai ERP cũng giúp Honda tối ưu hóa quy trình quản trị nội bộ, giảm chi phí vận hành và nâng cao hiệu quả quản lý nguồn lực (Honda, 2023).

Trong lĩnh vực quản lý chuỗi cung ứng, nhiều doanh nghiệp FDI đã triển khai các hệ thống quản lý chuỗi cung ứng số (SCM - Supply Chain Management) nhằm tối ưu hóa hoạt động logistics, quản lý tồn kho và dự báo nhu cầu thị trường. Các tập đoàn như LG và Intel đã áp dụng các nền tảng SCM tích hợp dữ liệu lớn (big data) để phân tích nhu cầu thị trường, điều phối hoạt động vận chuyển và quản lý tồn kho theo thời gian thực.

Việc số hóa chuỗi cung ứng trở nên đặc biệt quan trọng sau những gián đoạn lớn trong giai đoạn đại dịch Covid-19, khi nhiều doanh nghiệp nhận thấy sự cần thiết phải nâng cao khả năng phản ứng và tính linh hoạt của chuỗi cung ứng toàn cầu. Theo McKinsey (2023), việc ứng dụng các hệ thống SCM số hóa đã giúp doanh nghiệp FDI trong khu vực ASEAN giảm trung bình từ 10% đến 20% lượng hàng tồn kho, đồng thời cải thiện đáng kể khả năng thích ứng trước các biến động của thị trường.

Thách thức và điểm nghẽn

Mặc dù có nhiều tiến triển tích cực, quá trình chuyển đổi số trong khu vực doanh nghiệp FDI tại Việt Nam vẫn đối mặt với một số thách thức mang tính cấu trúc.

Trong lĩnh vực sản xuất và chuyển giao công nghệ, một thách thức lớn là tính "ngoại sinh" của các dự án công nghệ. Nhiều sáng kiến chuyển đổi số được thiết kế tại trụ sở chính của các tập đoàn đa quốc gia và triển khai tại Việt Nam theo các khuôn mẫu sẵn có, khiến khả năng thích nghi với môi trường địa phương còn hạn chế. Điều này làm giảm hiệu quả lan tỏa công nghệ sang khu vực doanh nghiệp nội địa. Bên cạnh đó, năng lực đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ cao của Việt Nam vẫn còn hạn chế. Theo báo cáo của World Bank (2025), trong thập kỷ qua, các nhà sáng chế của Việt Nam hầu như không nộp hồ sơ xin cấp bằng sáng chế quốc tế trong lĩnh vực vi mạch bán dẫn, được coi là ngành then chốt của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Mặc dù số lượng hồ sơ sáng chế trong nước tăng trung bình 28% mỗi năm trong giai đoạn 2018-2023, gần 70% trong số đó lại thuộc về doanh nghiệp FDI thay vì doanh nghiệp nội địa. Ngoài ra, khoảng 85% giá trị các hợp đồng chuyển giao công nghệ tại Việt Nam trong giai đoạn 2018-2023 cũng đến từ khu vực FDI, cho thấy sự thiếu vắng các liên kết công nghệ hiệu quả giữa doanh nghiệp FDI và khu vực doanh nghiệp trong nước.

Trong lĩnh vực quản trị doanh nghiệp và nguồn nhân lực, việc triển khai chuyển đổi số đang gặp phải thách thức đáng kể liên quan đến thiếu hụt lao động có kỹ năng số. Kết quả khảo sát của VCCI và USAID (2023) cho thấy nhiều doanh nghiệp FDI tại Việt Nam gặp khó khăn trong tuyển dụng nhân sự có năng lực số phù hợp, đặc biệt là các vị trí quản lý cấp trung có khả năng kết hợp hiểu biết về công nghệ với kinh nghiệm quản trị và vận hành doanh nghiệp. Có tới 54% doanh nghiệp FDI đánh giá chất lượng lao động tại Việt Nam chỉ đáp ứng yêu cầu ở mức trung bình. Điều này khiến các doanh nghiệp phải phụ thuộc nhiều vào chuyên gia nước ngoài trong quá trình triển khai các hệ thống công nghệ mới, làm gia tăng chi phí và giảm tính bền vững của các sáng kiến chuyển đổi số.

Trong lĩnh vực quản lý chuỗi cung ứng và chiến lược phát triển doanh nghiệp, nhiều dự án chuyển đổi số vẫn chỉ dừng ở mức cải tiến quy trình nội bộ hoặc tối ưu hóa sản xuất, thay vì được tích hợp toàn diện vào chiến lược phát triển trung và dài hạn của doanh nghiệp. Xu hướng này không chỉ xuất hiện tại Việt Nam mà còn phổ biến trong khu vực Đông Nam Á. Một khảo sát của McKinsey (2023) đối với các doanh nghiệp FDI hoạt động tại ASEAN cho thấy chỉ khoảng 40% doanh nghiệp xem chuyển đổi số là một phần cốt lõi trong chiến lược vận hành dài hạn. Điều này cho thấy việc tích hợp công nghệ số vào chiến lược phát triển tổng thể vẫn còn hạn chế, ngay cả trong các nền kinh tế đang thu hút mạnh dòng vốn FDI như Việt Nam.

Tổng thể, thực trạng chuyển đổi số trong khu vực doanh nghiệp FDI tại Việt Nam cho thấy nhiều tín hiệu tích cực về mức độ ứng dụng công nghệ trong sản xuất và quản trị. Tuy nhiên, để phát huy vai trò dẫn dắt của khu vực FDI trong việc nâng cao năng lực số quốc gia, cần có các chính sách thúc đẩy liên kết công nghệ giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa, đồng thời phát triển nguồn nhân lực số và

tăng cường khả năng tích hợp công nghệ vào chiến lược phát triển dài hạn của doanh nghiệp.

4. Một số khuyến nghị

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang trở thành động lực quan trọng thúc đẩy năng suất và năng lực cạnh tranh quốc gia, việc phát huy vai trò dẫn dắt của doanh nghiệp FDI không chỉ là yêu cầu kinh tế, mà còn là đòn bẩy chiến lược để nâng cao năng lực số của toàn hệ sinh thái doanh nghiệp Việt Nam. Để giải quyết những thách thức nêu trên và thúc đẩy quá trình chuyển đổi số theo hướng hiệu quả, lan tỏa và bền vững, cần triển khai đồng bộ một số nhóm giải pháp sau:

Thứ nhất, *tăng cường kết nối giữa doanh nghiệp FDI với hệ sinh thái đổi mới sáng tạo nội địa.* Bên cạnh liên kết với doanh nghiệp trong nước, cần có chính sách khuyến khích doanh nghiệp FDI hợp tác sâu với các trường đại học và viện nghiên cứu trong các hoạt động R&D, chuyển giao công nghệ và đào tạo nhân lực. Sự hợp tác này đặc biệt quan trọng trong các lĩnh vực sản xuất thông minh, tự động hóa và các công nghệ số phục vụ nhà máy thông minh. Việc tăng cường liên kết như vậy không chỉ giúp khắc phục tính "ngoại sinh" của các sáng kiến công nghệ, mà còn góp phần hình thành mạng lưới đổi mới sáng tạo mở tại Việt Nam, nơi các doanh nghiệp FDI, doanh nghiệp nội địa và khu vực học thuật cùng tham gia phát triển và ứng dụng công nghệ.

Thứ hai, *hoàn thiện chính sách thu hút FDI theo hướng gắn với chuyển đổi số và chuyển giao công nghệ.* Việt Nam cần chuyển từ chính sách ưu đãi chung sang cách tiếp cận "lựa chọn chiến lược", ưu tiên các nhà đầu tư có cam kết rõ ràng về đổi mới công nghệ, chuyển đổi số và phát triển bền vững. Bên cạnh các ưu đãi về thuế và đất đai, có thể thí điểm các cơ chế thử nghiệm chính sách (sandbox) tại một số địa phương nhằm tạo môi trường thể chế linh hoạt cho việc thử nghiệm các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, blockchain, logistics số và các nền tảng quản lý chuỗi cung ứng thông minh. Điều này sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước cùng tham gia phát triển các hệ sinh thái số chung.

Thứ ba, *đầu tư phát triển nguồn nhân lực số gắn với nhu cầu của doanh nghiệp.* Để đáp ứng yêu cầu của các nhà máy thông minh và các chuỗi giá trị số, cần đẩy mạnh mô hình đào tạo "kép", kết hợp giữa kỹ năng công nghệ số với kiến thức vận hành ngành nghề. Mô hình này cần được triển khai thông qua sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và chính quyền địa phương. Đồng thời, cần khuyến khích doanh nghiệp FDI tham gia tích cực vào quá trình đào tạo thông qua các chương trình thực tập, đào tạo lại lực lượng lao động hiện hữu và chuyển giao kỹ năng quản trị số, qua đó nâng cao năng lực vận hành và quản trị doanh nghiệp trong bối cảnh chuyển đổi số.

Thứ tư, *xây dựng hệ thống đánh giá mức độ chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI.* Việt Nam cần phát triển một bộ chỉ số đánh giá chuyển đổi số trong doanh nghiệp FDI theo các chuẩn mực quốc tế, bao gồm các tiêu chí về mức độ ứng dụng công nghệ trong sản xuất, quản trị doanh nghiệp và quản lý chuỗi cung ứng, cũng như hiệu quả vận hành, mức độ lan tỏa tri thức và tính bền vững. Bộ chỉ số này nên được tích hợp vào hệ thống theo dõi FDI quốc gia nhằm hỗ trợ việc thiết kế chính sách, phân bổ ưu đãi và giám sát tiến trình chuyển đổi số của khu vực doanh nghiệp FDI.

Cuối cùng, lồng ghép chuyển đổi số vào chiến lược thu hút và sử dụng FDI dài hạn. Chuyển đổi số cần được xác định là một trụ cột quan trọng trong chiến lược thu hút FDI giai đoạn 2025-2035, gắn với các mục tiêu nâng cao năng suất, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, phát triển công nghiệp công nghệ cao và tăng trưởng xanh. Thông qua việc định hướng các dòng vốn FDI vào các lĩnh vực công nghệ cao và các chuỗi giá trị số, Việt Nam có thể nâng cao vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu và từng bước trở thành trung tâm sản xuất công nghệ cao của khu vực.

Tài liệu tham khảo:

Cirera, X., Comin, D., Cruz, M., & Santos, I. (2017). The Innovation Paradox: Developing-Country Capabilities and the Unrealized Promise of Technological Catch-Up. World Bank.

Honda Company. (2023). Honda Report 2023. https://global.honda/en/sustainability/integratedreport/pdf/Honda_Report_2023-en-all.pdf

Intel. (2025). Artificial Intelligence Overview. https://www.intel.vn/content/www/vn/vi/artificial-intelligence/overview.html

Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press.

LG Display. (2025). Hệ thống quản lý tình trạng sức khỏe và an toàn. https://www.lgdisplay.com/vtn/esg/social/health-safety

McKinsey. (2023). Asia-Pacific's time: Responding to the new global order. McKinsey Global Institute. https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/asia-pacifics-time-responding-to-the-new-global-order

NIC & Do Ventures. (2024). Vietnam Innovation and Tech Investment Report 2024. National Innovation Center & Do Ventures. https://doventures.vc/en/insights/reports/vietnam-innovation-and-tech-investment-report-2024

OCD. (2025, December 29). Samsung triển khai nhà máy thông minh tại Việt Nam. https://ocd.vn/samsung-trien-khai-nha-may-thong-minh-tai-viet-nam/

OCD. (2023, March 29). Triển khai nhà máy thông minh tại Bosch. https://ocd.vn/trien-khai-nha-may-thong-minh-tai-bosch/

OECD (2021), The Digital Transformation of SMEs, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en.

Oxford Insights. (2023). Government AI Readiness Index 2023. https://oxfordinsights.com/wp-content/uploads/2023/12/2023-Government-AI-Readiness-Index-1.pdf

UNCTAD. (2021). Digital Economy Report 2021: Cross-border Data Flows and Development - For Whom the Data Flow. United Nations Conference on Trade and Development.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118-144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

VCCI & USAID. (2023). Báo cáo thường niên Chỉ số Năng lực Cạnh tranh Cấp tỉnh (PCI) 2022. Hà Nội: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam & Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ. Truy cập từ https://pcivietnam.vn/uploads/VN-Bao-cao-dai-PCI/Bao-cao-PCI-2022.pdf

Vietnamnet. (2024, January 9). Thị trường điện toán đám mây Việt Nam sẽ sớm cán mốc tỷ USD. https://vietnamnet.vn/thi-truong-dien-toan-dam-may-viet-nam-se-som-can-moc-ty-usd-2260984.html

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.

World Bank. 2025. Taking Stock, September 2025: Special Focus : Nurturing Viet Nam's High-tech Talents. World Bank. http://hdl.handle.net/10986/43675.

THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

TS. Nguyễn Thanh Huyền* - PGS.TS. Lê Thị Kim Nhung*

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã khiến chuyển đổi số (CĐS) trở thành xu hướng tất yếu và là động lực phát triển kinh tế - xã hội, trong đó tài chính - ngân hàng là ngành tiên phong và chịu tác động sâu sắc nhất. Ở Việt Nam, từ năm 2021, các ngân hàng triển khai CĐS hướng tới "ngân hàng số toàn diện", song sự khác biệt về quy mô, nguồn lực… khiến mức độ sẵn sàng chưa đồng đều, cần giải pháp khắc phục.

• Từ khóa: *chuyển đổi số, cách mạng công nghiệp 4.0.*

The Fourth Industrial Revolution has made digital transformation an inevitable trend and a key driver of socio-economic development, with the financial–banking sector acting as a pioneer and being most profoundly affected. In Vietnam, since 2021, banks have been implementing digital transformation toward a "comprehensive digital bank" model; however, differences in scale and resources... have resulted in uneven readiness, requiring solutions to address these gaps.

• Key words: *digital transformation, the fourth industrial revolution.*

Ngày nhận bài: 17/12/2025
Ngày gửi phản biện: 23/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.44

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu đã khiến cho CĐS trở thành xu hướng tất yếu và là động lực phát triển quan trọng của mọi lĩnh vực kinh tế - xã hội, trong đó có ngành tài chính - ngân hàng. Thậm chí, đây còn được xem là ngành tiên phong và chịu tác động sâu sắc nhất bởi sự phát triển của công nghệ số. Sự xuất hiện của các công nghệ: trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (Blockchain), điện toán đám mây (Cloud Computing), dữ liệu lớn (Big Data), và Internet vạn vật (IoT) đã và đang làm thay đổi căn bản mô hình hoạt động, quản trị rủi ro, cũng như cách thức cung ứng sản phẩm, dịch vụ tài chính đến khách hàng. Để giữ vững thị phần, nâng cao năng lực cạnh tranh và thích ứng với kỷ nguyên số, các NHTM buộc phải đẩy mạnh CĐS.

Tại Việt Nam, CĐS ngành ngân hàng được xác định là một trong những lĩnh vực trọng tâm của Chiến lược CĐS quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Đồng thời, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) Việt Nam cũng đã ban hành Chiến lược phát triển ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 với mục tiêu hình thành hệ thống ngân hàng số (NHS) hiện đại, an toàn và hiệu quả, góp phần thúc đẩy tài chính toàn diện và tăng trưởng kinh tế số.

Từ năm 2021 đến nay, hầu hết các NHTM Việt Nam đều đã ban hành chiến lược hoặc kế hoạch CĐS riêng, hướng tới mục tiêu trở thành "NHS toàn diện" (như: Techcombank, MB Bank, TPBank, Vietcombank...). Song, mức độ sẵn sàng CĐS giữa các NHTM vẫn còn chênh lệch đáng kể, do khác biệt về quy mô vốn, năng lực công nghệ, nhân lực... Điều này đặt ra yêu cầu nghiên cứu thực trạng CĐS của các NHTM Việt Nam và các yếu tố tác động đến CĐS, trên cơ sở đó khuyến nghị các giải pháp phù hợp nhằm thúc đẩy CĐS của các NHTM trong tương lai.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trong thập kỷ qua, nhiều nghiên cứu đã tập trung đánh giá mức độ sẵn sàng và khả năng CĐS của ngành ngân hàng. Westerman et al., 2015 đặt nền tảng cho khái niệm digital maturity, nhấn mạnh rằng CĐS phụ thuộc vào cả công nghệ, chiến lược và văn hóa doanh nghiệp (DN). Taiminen & Karjaluoto, 2015 và Bresciani, et al., 2018 cho thấy, CĐS tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của NHTM tại các nước phát triển (lấy dữ liệu của Italia và Phần Lan). Do, et al., 2022 nghiên cứu bối cảnh các NHTM Việt Nam và chứng minh kết quả tương tự. Vial, 2019 xác định ngân hàng là lĩnh vực "dễ số hóa nhất", còn Nguyen & Lim, 2021 đã phân tích

** Trường Đại học Thương mại; email: thanhhuyen-tcnh@tmu.edu.vn*

6 quốc gia, đánh giá Việt Nam đạt mức "trung bình khá" về công nghệ nhưng hạn chế về nhân lực và văn hóa đổi mới.

Trong nước, Nguyễn Thị Lan và cộng sự, 2021 xây dựng bộ tiêu chí 6 yếu tố: chiến lược, công nghệ, dữ liệu, quy trình, nhân lực, văn hóa DN; kết quả khảo sát 15 NHTM cho thấy khối NHTM cổ phần tư nhân đạt kết quả cao hơn khối nhà nước. Trần Minh Hoàng, 2022 nhấn mạnh an toàn thông tin và hành lang pháp lý là rào cản chính.

Tổng hợp cho thấy, nghiên cứu về CĐS ngân hàng khá phong phú, song, trong bối cảnh CMCN 4.0 lan toả mạnh, việc tiếp tục đánh giá thực trạng và tác động của các yếu tố đến CĐS là cần thiết. Bài viết này phân tích thực trạng CĐS của các NHTM Việt Nam, xem xét mối quan hệ giữa CĐS với ROA, NPL, SIZE, GDP, INF bằng mô hình hồi quy tuyến tính, từ đó đề xuất khuyến nghị thúc đẩy CĐS ngành ngân hàng.

3. Thực trạng chuyển đổi số của hệ thống ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2022-2024

Trong giai đoạn 2022-2024, các NHTM Việt Nam bước vào giai đoạn tăng tốc trong chu kỳ trưởng thành số, thể hiện quá trình CĐS đã vượt qua giai đoạn khởi đầu và đang tiến nhanh tới giai đoạn phát triển toàn diện, dù vẫn còn khoảng cách nhất định so với mức độ CĐS hoàn chỉnh của các NHTM tiên tiến trên thế giới.

3.1. Bối cảnh chính sách và định hướng phát triển

Trong Quyết định 749/QĐ-TTg, 2020, Thủ tướng Chính phủ xác định CĐS ngành ngân hàng là ưu tiên chiến lược trong Chiến lược CĐS quốc gia đến năm 2025, định hướng 2030, với mục tiêu hình thành NHS toàn diện, cung cấp 100% dịch vụ ngân hàng cơ bản trên nền tảng số, tích hợp công nghệ như AI, Big Data, Blockchain và điện toán đám mây.

Năm 2021, NHNN ban hành kế hoạch CĐS ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng 2030 với chỉ tiêu cụ thể đến năm 2025 gồm: (i) 50% hoạt động ngân hàng được số hóa hoàn toàn; (ii) 70% dịch vụ khách hàng qua kênh điện tử; (iii) 100% NHTM có chiến lược CĐS; (iv) 100% giao dịch giữa NHNN và tổ chức tín dụng (TCTD) được xử lý qua môi trường điện tử. Đến năm 2030, mục tiêu là CĐS toàn diện, trong đó 100% hoạt động ngân hàng được số hóa hoàn toàn dựa trên nền tảng dữ liệu và công nghệ hiện đại; dịch vụ tài chính - ngân hàng số trở nên phổ cập, giúp người dân tiếp cận dịch vụ tài chính mọi lúc, mọi nơi với chi phí hợp lý; trên 90% giao dịch khách hàng qua kênh số; 100% TCTD có mô hình hoạt động số hoặc chi nhánh số; hình thành hệ sinh thái số ngành ngân hàng, kết nối và chia sẻ dữ liệu với các lĩnh vực khác như Chính phủ điện tử, thương mại điện tử và tài chính số; đồng thời phát triển hệ thống thanh toán quốc gia và hạ tầng dữ liệu đạt trình độ tiên tiến trong khu vực, bảo đảm an toàn, bảo mật và hiệu quả cao.

Từ năm 2022, CĐS trở thành một trong ba trụ cột chiến lược của các NHTM Việt Nam, bên cạnh tăng trưởng bền vững và quản trị rủi ro. Đến năm 2023, hơn 95% ngân hàng thành lập Ban chỉ đạo hoặc bộ phận chuyên trách CĐS, trên 70% xây dựng và triển khai chiến lược CĐS giai đoạn 2020-2025, cho thấy mức độ chủ động và cam kết mạnh mẽ trong hiện thực hoá mục tiêu NHNN đề ra.

3.2. Tình hình triển khai chuyển đổi số tại các nhóm ngân hàng

3.2.1. Đối với nhóm NHTM nhà nước

Xét trên phạm vi cả nước, các NHTM này có lợi thế về quy mô và uy tín thương hiệu, song tiến độ CĐS chậm hơn nhóm tư nhân do mô hình tổ chức phức tạp và hệ thống công nghệ cũ.

Mức độ sẵn sàng CĐS của các NHTM thể hiện trên 3 trụ cột: hạ tầng kỹ thuật (HTKT), hạ tầng nhân lực (HTNL), dịch vụ trực tuyến (DVTT). Năm 2022, số liệu này tại 4 NHTM nhà nước lớn như sau:

Bảng 1. Mức độ sẵn sàng CĐS của 4 NHTM nhà nước đến hết năm 2022

Ngân hàng	HTKT	HTNL	DVTT	CĐS
Vietcombank	0,6135	0,129	0,8687	0,6148
BIDV	0,6226	0,1857	1	0,6990
Vietinbank	0,6161	0,0592	0,9661	0,6472
Agribank	0,6286	0,024	0,684	0,4700

Nguồn: Báo cáo Chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông Việt Nam năm 2022, Bộ Thông tin và Truyền Thông

Bảng 2 thể hiện kết quả CĐS của 4 NHTM này đến hết năm 2023:

Bảng 2. Kết quả CĐS của 4 NHTM Nhà nước lớn ở Việt Nam đến hết năm 2023

Ngân hàng	Kết quả CĐS
Vietcombank	Triển khai nền tảng NHS VCB Digibank, hợp nhất internet banking và mobile banking, phát triển hệ sinh thái dịch vụ tài chính số như VCBPAY và hợp tác với các fintech.
BIDV	Đầu tư mạnh vào công nghệ AI và RPA (tự động hóa quy trình bằng robot) nhằm cải thiện trải nghiệm khách hàng
Vietinbank	Tập trung xây dựng ngân hàng dữ liệu (data warehouse) và phân tích hành vi khách hàng
Agribank	Bắt đầu chương trình "Agribank Digital 2025" nhưng còn hạn chế về nguồn lực đầu tư hạ tầng

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tính đến hết năm 2024, các NHTM nhà nước đạt mức số hóa trung bình khoảng 60-65% tổng giao dịch của khách hàng. Việc số hoá diễn ra mạnh mẽ nhất ở mảng thanh toán điện tử, đặc biệt là trong các dịch vụ NHS, mobile banking, internet banking, thanh toán qua mã QR, góp phần đáng kể vào việc mở rộng tài chính toàn diện, giảm sử dụng tiền mặt trong nền kinh tế.

Tuy nhiên, quá trình số hóa nội bộ và quản trị dữ liệu tại các NHTM này vẫn còn chậm và chưa đồng bộ. Hệ thống lõi (core banking) ở nhiều đơn vị vẫn đang trong quá trình nâng cấp để đáp ứng yêu cầu tích hợp Big Data, AI và phân tích hành vi khách hàng. Ngoài ra, một số NHTM còn hạn chế về hạ tầng công nghệ, năng lực nhân sự số, cũng như chưa hoàn thiện cơ chế chia sẻ dữ liệu và kết nối với hệ sinh thái bên ngoài. Điều này cho thấy, mặc dù nhóm NHTM nhà nước đã đạt được những kết quả đáng khích lệ trong CĐS ở mảng dịch vụ khách hàng, song vẫn cần đẩy mạnh hơn nữa CĐS trong quy trình nội bộ, quản trị dữ liệu và mô hình vận hành tổng thể để bắt kịp tốc độ phát triển của khối NHTM tư nhân.

3.2.2. Nhóm NHTM cổ phần tư nhân

Đây là nhóm tiên phong và có tốc độ CĐS nhanh nhất trong hệ thống NHTM Việt Nam hiện nay. Các NHTM như Techcombank, TPBank, MB, VPBank, ACB… đã trở thành những hình mẫu về NHS ở Việt Nam. Mức độ sẵn sàng CĐS của các NHTM này tính đến hết năm 2022 được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 3. Mức độ sẵn sàng CĐS của một số NHTM cổ phần đến hết năm 2022

Ngân hàng	HTKT	HTNL	DVTT	CĐS
Techcombank	0,5847	1	0,6424	0,7176
TPbank	0,7978	0,5242	0,8985	0,7146
MB	0,4888	0,8307	0,6027	0,6668
VPBank	0,6079	0,278	0,8389	0,6812
ACB	0,4575	0,2284	0,7075	0,5763

Nguồn: Báo cáo Chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông Việt Nam năm 2022, Bộ Thông tin và Truyền Thông

Đến năm 2023, 85% ngân hàng thuộc nhóm NHTM cổ phần tư nhân đã đạt mức "cao" hoặc "rất cao" về chỉ số CĐS, phản ánh sự chủ động và năng động vượt trội của khối ngân hàng này trong việc ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động kinh doanh. Kết quả khảo sát cho thấy các NHTM tư nhân, đặc biệt là Techcombank, TPBank, VPBank, MB và ACB, đang dẫn đầu về đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin, ứng dụng Big Data, AI và điện toán đám mây nhằm tối ưu hóa quy trình vận hành, nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng dịch vụ số.

Đáng chú ý, đa số NHTM cổ phần tư nhân đã xây dựng chiến lược CĐS toàn diện với ba trụ cột: số hóa sản phẩm - dịch vụ, quy trình nội bộ và phát triển văn hóa số trong tổ chức. Nhiều ngân hàng tiên phong triển khai nền tảng ngân hàng mở (Open Banking), hợp tác với fintech và startup công nghệ để phát triển hệ sinh thái tài chính số phong phú, tích hợp nhiều tiện ích như thanh toán QR, tiết kiệm, đầu tư, bảo hiểm và quản lý tài chính cá nhân trên cùng ứng dụng. Một số NHTM cổ phần tư nhân tiêu biểu gồm:

- MB đi đầu với ứng dụng App MB, triển khai mạnh Open API, hợp tác với nhiều fintech trong thanh toán, bảo hiểm, đầu tư và quản lý tài chính cá nhân.

- Techcombank phát triển chiến lược "Cloud First - Data-driven Bank", số hóa toàn bộ hành trình khách hàng, hợp tác cùng các đối tác công nghệ (Amazon Web Services, Salesforce) triển khai nền tảng ngân hàng mở và hệ sinh thái tài chính - tiêu dùng.

- VPBank phát triển NHS VPBank NEO, hợp tác với Moca, ZaloPay, Be, và các startup fintech nhằm mở rộng dịch vụ thanh toán, quản lý tài chính cá nhân.

- TPBank nổi bật với nền tảng TPBank LiveBank, dịch vụ NHS 24/7, triển khai kết nối mở với các đối tác fintech, startup để phát triển hệ sinh thái thanh toán số và dịch vụ tài chính tích hợp.

- Sacombank xây dựng chiến lược "Digital-first", phát triển ứng dụng Sacombank Pay, kết nối với các đối tác fintech và triển khai QR Code, ví điện tử, đầu tư - tiết kiệm trực tuyến.

Ngoài ra, các NHTM cổ phần tư nhân còn có tốc độ đổi mới nhanh hơn đáng kể so với nhóm NHTM nhà nước nhờ mô hình quản trị linh hoạt, khả năng ra quyết định nhanh, cùng chính sách thu hút nhân lực công nghệ cao và văn hóa đổi mới sáng tạo được khuyến khích mạnh mẽ. Nhờ đó, khối NHTM tư nhân trở thành động lực chính thúc đẩy tiến trình CĐS của toàn hệ thống NHTM Việt Nam. Ví dụ năm 2024, Techcombank đã chi khoảng 2,9 nghìn tỷ đồng cho công nghệ và hạ tầng tăng 28,5% so với năm trước. Họ cũng hợp tác với các công ty công nghệ như Adobe, Databricks để phát triển nền tảng dữ liệu, trải nghiệm khách hàng, cá nhân hóa…

4. Mô hình và kết quả nghiên cứu

4.1. Mô hình nghiên cứu

Để có thêm cơ sở đề xuất khuyến nghị giúp các NHTM Việt Nam đẩy mạnh việc CĐS trong tương lai, nhóm tác giả nghiên cứu mối quan hệ giữa CĐS với biến độc lập ROA và các biến kiểm soát NPL, SIZE, GDP, INF bằng mô hình hồi quy tuyến tính. Mô hình nghiên cứu được xây dựng như sau:

$$CDS_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{i,t} + \beta_2 NPL_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 GDP_{i,t} + \beta_5 INF_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Trong đó:

$CDS_{i,t}$: Mức độ sẵn sàng CĐS của NHTM i trong năm t với ba trụ cột HTKT, HTNL và DVTT của ngân hàng.

$ROA_{i,t}$: Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản của NHTM i trong năm t;

$NPL_{i,t}$: Tỷ lệ nợ xấu của NHTM i trong năm t;

$SIZE_{i,t}$: Quy mô của NHTM i trong năm t (được tính bằng Logarit tự nhiên Tổng tài sản của NHTM);

$GDP_{i,t}$: Tổng sản phẩm quốc nội của nền kinh tế năm t;

$INF_{i,t}$: Tỷ lệ lạm phát của nền kinh tế năm t

$\varepsilon_{i,t}$: Sai số của phương trình hồi quy tương ứng.

Các dữ liệu nghiên cứu được lấy theo năm từ năm 2012 đến năm 2024 của 25 NHTM Việt Nam thuộc 2 nhóm: Nhà nước và tư nhân (với các chỉ số: CDS, ROA, NPL, SIZE) và của nền kinh tế (với các chỉ số: GDP, INF) từ các nguồn sau:

Tên biến	Ký hiệu	Nguồn số liệu
Mức độ sẵn sàng CĐS của NHTM	CDS	Cổng thông tin điện tử từ Chính phủ
Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản của NHTM	ROA	Báo cáo thường niên của các NHTM
Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng	NPL	Báo cáo thường niên của các NHTM
Qui mô của ngân hàng	SIZE	Báo cáo thường niên của các NHTM
Tổng sản phẩm quốc nội	GDP	Tổng cục Thống Kê
Tỷ lệ lạm phát	INF	Tổng cục Thống Kê

4.2. Kết quả nghiên cứu

4.2.1. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Các đặc tính cơ bản của dữ liệu trong mô hình (1) được trình bày ở Bảng 4.

Bảng 4: Thống kê mô tả các biến trong mô hình (1)

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
CDS	260	0.5120912	0.1086951	0.2527	0.8114
ROA	260	0.0087934	0.0072155	0.00009	0.03653
NPL	260	0.0296471	0.0833891	0	0.94
SIZE	260	18.92433	1.222125	16.50232	21.47498
GDP	260	0.0608865	0.0178676	0.026	0.08
INF	260	0.0320019	0.0147526	0.006	0.066

Nguồn: Kết quả thu được trên phần mềm Stata

Bảng 5: VIF

Variable	VIF	1/VIF
SIZE	1.14	0.874089
ROA	1.12	0.889058
GDP	1.02	0.979311
NPL	1.02	0.979924
INF	1.02	0.980904
Mean VIF	1.07	

Nguồn: Kết quả thu được trên phần mềm Stata

Hệ số VIF của các biến đều nhỏ hơn 5 nên không tồn tại hiện tượng đa công tuyến, tất cả các biến đều được sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo.

4.2.2. Phân tích tương quan

Hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình (1) được trình bày trong Bảng 6.

Bảng 6: Phân tích tương quan các biến

	CDS	ROA	NPL	SIZE	GDP	INF
CDS	1.0000					
ROA	0.1730	1.0000				
	0.0052					
NPL	-0.0634	-0.0647	1.0000			
	0.3086	0.2987				
SIZE	0.3441	0.3196	-0.1205	1.0000		
	0.0000	0.0000	0.0523			
GDP	-0.0889	-0.1161	0.0794	-0.0802	1.0000	
	0.1529	0.0615	0.2018	0.1971		
INF	-0.0673	-0.0587	0.0330	-0.1341	0.0369	1.0000
	0.2796	0.3454	0.5963	0.0306	0.5540	

Nguồn: Kết quả thu được trên phần mềm Stata

Kết quả phân tích tương quan giữa các biến cho thấy, biến CDS có tương quan dương, có ý nghĩa thống kê với các biến ROA, SIZE.

4.2.3. Kết quả hồi quy và phân tích

Kết quả hồi quy của mô hình (1) được thể hiện trong Bảng 7.

Bảng 7: Kết quả ước lượng mô hình nghiên cứu

	OLS		FE		RE			
					Robust		Coef.	Std. Err.
CDS	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.		
ROA	0.1443324	1.120045	0.3822257	1.471068	0.1443324	1.120045	0.1443324	1.130819
NPL	0.0003249	0.0731334	0.016351	0.0754091	0.0003249	0.0731334	0.0003249	0.0219291
SIZE	0.0258979***	0.0087646	0.0105713	0.0172456	0.0258979***	0.0087646	0.0258979**	0.0112994
GDP	-0.3778698	0.3197616	-0.4020308	0.3241053	-0.3778698	0.3197616	-0.3778698	0.3135131
INF	-0.1748159	0.3904152	-0.3100896	0.4147303	-0.1748159	0.3904152	-0.1748159	0.2717971
_cons	0.0504452	0.1688033	0.342593	0.3276841	0.0504452	0.1688033	0.0504452	0.2098142

Nguồn: Kết quả thu được trên phần mềm Stata

Kết quả: Kiểm định Hausman có p-value là 0.2291 nên ước lượng RE là phù hợp. Kết quả kiểm định Wald cho thấy tồn tại hiện tượng phương sai sai số thay đổi, kết quả kiểm định Wooldridge cho thấy không có hiện tượng tự tương quan → mô hình hồi quy chuẩn mạnh được sử dụng nhằm đạt được kết quả đáng tin cậy.

Kết quả hồi quy cho thấy chỉ có biến SIZE có tác động tích cực đến CDS ở mức ý nghĩa 5%.

5. Kết luận và một số khuyến nghị

CĐS không chỉ là xu hướng mà còn là yếu tố "sống còn" giúp NHTM thích ứng với thị trường có nhiều thay đổi và đáp ứng kỳ vọng của khách hàng. Để CĐS diễn ra mạnh mẽ và bền vững, cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là NHNN Việt Nam, giữ vai trò then chốt trong việc định hướng, dẫn dắt toàn ngành, trong khi, các NHTM cần có nền tảng tài chính vững mạnh, quy mô lớn, tỷ suất sinh lời (ROA) cao để đầu tư công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng CĐS. Theo đó, cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp sau:

5.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

- Hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế chính sách cho hoạt động NHS, thanh toán và định danh điện tử, triển khai cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) cho các mô hình Fintech mới. Sớm trình Chính phủ ban hành Nghị định về Mobile Money… Rà soát quy định pháp luật để ban hành, sửa đổi, bổ sung để đảm bảo đồng bộ, phù hợp với quy định của các Luật: Các TCTD, Dữ liệu, Giao dịch điện tử... và thực tiễn hoạt động, nghiệp vụ ngân hàng trên nền tảng số.

- Phát triển hạ tầng, nền tảng số hiện đại, bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống, có khả năng tương tác cao. Đẩy mạnh nâng cấp, phát triển hạ tầng thanh toán đảm bảo hoạt động liên tục, thông suốt, an toàn, đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán đa dạng, tăng nhanh của người dân và DN. Bảo đảm sóng và điện. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ chủ chốt như AI, BigData, điện toán đám mây, Blockchain trong hoạt động ngân hàng. Hiện đại hóa hệ thống ngân hàng lõi theo hướng linh hoạt, dễ dàng tích hợp.

- Tăng cường an ninh mạng và bảo mật thông tin, yêu cầu TCTD tuân thủ tiêu chuẩn an toàn hệ thống và triển khai công nghệ bảo mật tiên tiến. Đồng thời, phát triển nguồn nhân lực số, thúc đẩy hợp tác giữa ngân hàng - Fintech và khuyến khích đổi mới sáng tạo thông qua các trung tâm hỗ trợ tài chính số.

- Ưu tiên phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu CĐS của ngành ngân hàng. Đa dạng hóa các hình thức đào tạo, các trình độ; quyết liệt triển khai phong trào "Bình dân học vụ số" để nâng cao nhận thức và khuyến khích người dân sử dụng dịch vụ NHS.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền rộng khắp về lợi ích của CĐS trong lĩnh vực ngân hàng đến từng người dân, DN; giúp hiểu rõ về lợi ích và hiệu quả mang lại; đồng thời hướng dẫn để nâng cao hiểu biết tài chính, công nghệ cho người dân, DN nhằm hạn chế nguy cơ tội phạm lợi dụng dịch vụ ngân hàng cho mục đích gian lận, lừa đảo.

- Thúc đẩy hợp tác quốc tế và chia sẻ tri thức số. Tăng cường hợp tác giữa các NHTM Việt Nam với các tổ chức quốc tế, các NHTM nước ngoài, học hỏi mô hình NHS tiên tiến của Singapore, Hàn Quốc....

5.2. Đối với các NHTM

- Cần đa dạng hóa nguồn vốn huy động, mở rộng cơ sở khách hàng thông qua kênh số, phát triển mạng lưới chi nhánh - phòng giao dịch hợp lý kết hợp với nền tảng NHS nhằm tăng cường quy mô hoạt động và năng lực tài chính. Quy mô lớn giúp NHTM phân bổ chi phí công nghệ hiệu quả hơn, tận dụng lợi thế kinh tế theo quy mô để đầu tư các dự án CĐS quy mô lớn.

- Cần tập trung tối ưu danh mục tín dụng, gia tăng thu nhập dịch vụ (non-interest income) từ các sản phẩm, dịch vụ số như thanh toán điện tử, ngân hàng di động, cho vay trực tuyến, đồng thời tìm cách giảm chi phí, tối ưu hoá tài sản để nâng cao tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản (ROA). Khi ROA được cải thiện, NHTM sẽ có tiềm lực tài chính lớn hơn để tái đầu tư vào công nghệ số, cải tiến quy trình và tự động hóa nghiệp vụ.

- Các NHTM có hiệu quả sinh lời cao cần phân bổ một phần lợi nhuận hàng năm cho quỹ đầu tư đổi mới công nghệ, đào tạo nhân lực số và hợp tác với Fintech. Đây là nguồn vốn nội sinh quan trọng để duy trì động lực CĐS dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Thông tin và Truyền thông, Báo cáo Chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông Việt Nam năm 2022.

Bresciani, S., Alberto, F. & Manlio, D. G., 2018. The management of organizational ambidexterity through alliances in a new context of analysis: Internet of Things (IoT) smart city projects.. Technological Forecasting and Social Change.

Do, T. D., Pham, H. A. T., Thalassinos, E. I. & Le, H. A., 2022. The Impact of Digital Transformation on Performance: Evidence from Vietnamese Commercial Banks. Journal of Risk and Financial Management

NHNN, Quyết định 810/QĐ-NHNN, 2021.

NHTM, Báo cáo thường niên của Vietcombank, BIDV, Vietinbank, Agribank năm 2023.

Ngân hàng Nhà nước, https://www.qdnd.vn/kinh-te/tai-chinh/cong-bo-su-kien-chuyen-doi-so-nganh-ngan-hang-nam-2024-774355#:~:text=Chiều%2025%2D4%2C%20tại%20Hà,gian%20thanh%20toán%20như%20EPay…

NHTM, Báo cáo thường niên của MB, Techcombank, TPbank, Vpbank, Sacombank năm 2023.

Nguyen & Lim (2021) "Digital Transformation in ASEAN Banking Sector: Challenges and Readiness", ASEAN Economic Bulletin

Nguyễn Thị Lan và cộng sự (2021), "Mức độ sẵn sàng CĐS của ngân hàng thương mại Việt Nam", Tạp chí Ngân hàng

Taiminen, H. M. & Karjaluoto, H., 2015. The usage of digital marketing channels in SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development.

Thủ tướng Chính phủ, Quyết định 749/QĐ-TTg, 2020.

Trần Minh Hoàng (2022), "CĐS trong ngành ngân hàng Việt Nam: Cơ hội và thách thức", Tạp chí Kinh tế và Dự báo.

Vial (2019),"Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda", The Journal of Strategic Information Systems.

Vietnam Report, Báo cáo khảo sát của Vietnam Report năm 2023.

Westerman et al. (2015), "Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation", MIT Press.

THỰC TRẠNG CHUYỂN GIÁ VÀ KIỂM SOÁT GIAO DỊCH LIÊN KẾT TRONG NGÀNH CNTT VIỆT NAM: GÓC NHÌN TỪ QUẢN LÝ THUẾ

Bùi Ngọc Tú* - Vương Thị Bạch Tuyết* - Đỗ Quang Hưng**

Bài báo này đánh giá thực trạng chuyển giá và các thách thức trong quản lý thuế đối với giao dịch liên kết trong ngành Công nghệ Thông tin (CNTT) tại Việt Nam. Thông qua phỏng vấn bán cấu trúc 18 chuyên gia từ cơ quan thuế và doanh nghiệp CNTT, nghiên cứu xác định ba cơ chế chuyển giá điển hình: (1) Thanh toán bản quyền và phí sử dụng tài sản vô hình; (2) Phân bổ chi phí dịch vụ quản lý và chia sẻ chi phí nội bộ; (3) Mô hình gia công phần mềm/R&D với biên lợi nhuận thấp. Động cơ thực hiện không chỉ nhằm tối đa hóa lợi nhuận sau thuế, mà còn xuất phát từ nhận thức về rủi ro tuân thủ thấp, do những khoảng trống pháp lý, sự chậm trễ trong điều chỉnh chính sách so với đổi mới công nghệ, và hạn chế về năng lực chuyên môn của cơ quan thuế. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp như hoàn thiện khung pháp lý chuyên biệt, nâng cao năng lực cán bộ thuế, phát triển cơ sở dữ liệu ngành, tăng cường hợp tác quốc tế và khuyến khích minh bạch từ doanh nghiệp. Kết quả góp phần lấp đầy khoảng trống nghiên cứu định tính về chuyển giá tại Việt Nam và cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc hoạch định chính sách quản lý thuế hiệu quả hơn trong ngành CNTT.

• Từ khóa: *chuyển giá, doanh nghiệp CNTT, quản lý thuế, giao dịch liên kết.*

This study explores the current state of transfer pricing and the challenges in tax administration regarding related-party transactions in Vietnam's Information Technology (IT) sector. Through semi-structured interviews with 18 experts from tax authorities and multinational IT enterprises, the research identifies three typical transfer pricing mechanisms: (1) Royalty and intangible asset usage fee payments; (2) Allocation of management service costs and internal cost-sharing; and (3) Software outsourcing/R&D models with low-profit margins. The motivations for employing these mechanisms stem not only from the aim to maximize post-tax profits but also from a perception of low compliance risk, due to legal gaps, policy adjustment delays compared to technological innovation, and limitations in the tax authority's professional capacity. The study proposes solutions such as refining specialized legal frameworks, enhancing tax officials' capabilities, developing industry databases, strengthening international cooperation, and encouraging corporate transparency. The findings contribute to filling the gap in qualitative research on transfer pricing in Vietnam and provide a practical foundation for more effective tax policy formulation in the IT industry.

• Key words: *transfer pricing, IT enterprises, tax administration, related-party transactions, qualitative research.*

Ngày nhận bài: 10/01/2026
Ngày gửi phản biện: 28/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.45

1. Đặt vấn đề

Toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp 4.0 đã thúc đẩy sự phát triển của ngành Công nghệ Thông tin (CNTT), kéo theo các giao dịch số xuyên biên giới phức tạp và khó kiểm soát (OECD, 2015). Các doanh nghiệp CNTT đối mặt áp lực cạnh tranh, dẫn đến gia tăng hành vi chuyển giá và trốn thuế, trở thành thách thức lớn cho chính sách thuế nhiều nước, trong đó có Việt Nam. Tính vô hình của sản phẩm và dịch vụ CNTT khiến việc xác định giá trị thực và áp dụng nguyên tắc giao dịch độc lập trở nên khó khăn, tạo kẽ hở để điều chỉnh lợi nhuận giữa các pháp nhân liên kết (OECD, 2014; UN, 2021).

Tại Việt Nam, ngành CNTT là động lực tăng trưởng then chốt của kinh tế số. Tuy nhiên, sự hiện diện ngày càng nhiều của các tập đoàn CNTT đặt ra những vấn đề nan giải trong quản lý thuế, đặc biệt là kiểm soát giao dịch liên kết. Mặc dù hệ thống pháp luật về chống chuyển giá đã từng bước hoàn thiện, thực tiễn quản lý vẫn bộc lộ nhiều hạn chế trước bản chất xuyên biên giới và phức tạp của mô hình kinh doanh số (Phạm Thị Ngọc Ly, 2017; Phạm Hùng Tiến, 2012; Nguyễn Hoàng Lan, 2019). Các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào ngành truyền thống hoặc góc độ định lượng, trong khi còn thiếu nghiên cứu định tính đi sâu phân tích cơ chế, động cơ và bối cảnh thúc đẩy hành vi chuyển giá trong lĩnh vực CNTT.

Nghiên cứu này nhằm làm rõ cơ chế chuyển giá trong doanh nghiệp CNTT tại Việt Nam và phân tích thách thức trong kiểm soát giao dịch liên kết.

** Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải*
*** Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông; email: dqhung@ptit.edu.vn*

Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất giải pháp và khung quản lý nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thuế. Kết quả nghiên cứu đóng góp cả về mặt học thuật và thực tiễn, bổ sung tài liệu nghiên cứu định tính và cung cấp cơ sở hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao năng lực thực thi.

2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu về chuyển giá được xây dựng trên nền tảng của nhiều lý thuyết. Lý thuyết Chi phí Giao dịch (Williamson, 1985) giải thích việc các tập đoàn tổ chức giao dịch nội bộ nhằm giảm thiểu chi phí, đặc biệt phù hợp trong ngành CNTT với tài sản vô hình (Juranek, Schindler, & Schjelderup, 2018). Lý thuyết Thể chế (DiMaggio và Powell, 1983) cung cấp góc nhìn về cách doanh nghiệp phản ứng và tận dụng khuôn khổ thể chế, trong đó hành vi chuyển giá chịu ảnh hưởng bởi quy định pháp lý và khoảng trống quản lý (Nguyễn Hoàng Lan, 2019). Các Mô hình Tuân thủ Thuế, như mô hình của Allingham và Sandmo (1972), được vận dụng để phân tích quyết định của doanh nghiệp khi cân bằng lợi ích kỳ vọng và chi phí tiềm tàng từ chuyển giá. Các lý thuyết này kết hợp tạo thành một khung phân tích toàn diện.

Trên thế giới, OECD đã cung cấp hướng dẫn về định giá chuyển nhượng đối với tài sản vô hình (OECD, 2014, 2015). Các nghiên cứu tập trung phân tích cơ chế chuyển giá thông qua thanh toán bản quyền (Juranek và cộng sự, 2018). Liên Hợp Quốc cũng ban hành cẩm nang thực hành, thừa nhận những khó khăn đặc thù trong việc áp dụng nguyên tắc giao dịch độc lập (UN, 2021).

Tại Việt Nam, chủ đề chuyển giá đã thu hút sự chú ý của nhiều nhà nghiên cứu, tập trung vào đánh giá thực trạng trong khu vực FDI (Nguyễn Thị Thương, 2024), phân tích hiệu quả khung pháp lý (Phạm Thị Ngọc Ly, 2017; Phạm Hùng Tiến, 2012; Bùi Ngọc Mai Phương, 2020), hoặc đề xuất giải pháp hoàn thiện chính sách (Nguyễn Hữu Ánh & Đoàn Thanh Nga, 2018). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này mang tính tổng quan, dựa trên số liệu thống kê hoặc phân tích văn bản pháp luật. Một khoảng trống nghiên cứu có thể nhận thấy là sự thiếu vắng các nghiên cứu định tính chuyên sâu về cơ chế, động cơ và thách thức quản lý thuế đối với riêng ngành CNTT. Do đó, nghiên cứu này sẽ áp dụng phương pháp định tính để phân tích sâu hiện tượng chuyển giá trong bối cảnh đặc thù của ngành CNTT Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp định tính với cách tiếp cận thăm dò, khám phá do những yếu tố khó lượng hóa đầy đủ bằng phương pháp định lượng (Creswell & Poth, 2018). Hơn nữa, do còn khoảng trống nghiên cứu định tính về chuyển giá trong ngành CNTT tại Việt Nam, phương pháp này cho phép thu thập dữ liệu chi tiết, có tính mô tả và diễn giải. Công cụ thu thập dữ liệu là phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc (Bryman, 2016). Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo phương pháp lấy mẫu có chủ đích. Tổng cộng có 18 người tham gia như trong Bảng 1. Quy mô mẫu này được xem là phù hợp trong nghiên cứu định tính (Guest, Bunce, & Johnson, 2006).

Bảng 1: Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Nhóm đối tượng	Số lượng	Vị trí công tác	Mục đích lựa chọn
Cơ quan quản lý thuế	08	- Chuyên gia, lãnh đạo Cục Thuế - Thanh tra viên cao cấp	Cung cấp góc nhìn từ phía nhà nước về thách thức quản lý, thực thi và định hướng chính sách.
Chuyên gia tư vấn	06	- Chuyên gia tư vấn thuế, chuyển giá tại các công ty kiểm toán Big Four và công ty luật.	Cung cấp góc nhìn độc lập, am hiểu sâu về cơ chế và thực tiễn áp dụng pháp luật của doanh nghiệp.
Doanh nghiệp CNTT	04	- Lãnh đạo/Quản lý phòng Tài chính - Kế toán tại các công ty CNTT.	Cung cấp góc nhìn nội bộ về động cơ, chiến lược trong quản trị thuế.
Tổng	18		

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các cơ chế chuyển giá điển hình trong doanh nghiệp CNTT tại Việt Nam

Phân tích dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy hoạt động chuyển giá trong doanh nghiệp CNTT tại Việt Nam được thực hiện qua các cơ chế giao dịch liên kết điển hình, phản ánh chiến lược tối ưu hóa thuế toàn cầu. Cơ chế nổi bật và cũng là thách thức lớn nhất là chuyển giá thông qua thanh toán bản quyền và phí sử dụng tài sản vô hình. Các pháp nhân tại Việt Nam thường không sở hữu tài sản trí tuệ mà chỉ được cấp phép sử dụng, dẫn đến các khoản chi phí định kỳ lớn dưới dạng phí bản quyền chuyển đến công ty mẹ ở vùng có thuế suất thấp. Việc định giá các khoản thanh toán này rất khó khăn do thiếu dữ liệu giao dịch độc lập để so sánh, phù hợp với nhận định của OECD (2014, 2015) về thách thức định giá tài sản vô hình trong nền kinh tế số.

Bảng 2: Các cơ chế chuyển giá trong doanh nghiệp CNTT tại Việt Nam

Cơ chế	Mô tả	Đặc điểm chính	Thách thức đối với cơ quan thuế
Phí bản quyền và Tài sản vô hình	Thanh toán định kỳ cho quyền sử dụng phần mềm, nhãn hiệu, thuật toán do công ty mẹ/liên kết sở hữu.	- Giá trị khó định lượng. - Thiếu giao dịch so sánh độc lập. - Gắn với trung tâm lợi nhuận ở nước ngoài.	Định giá theo nguyên tắc giao dịch độc lập, thiếu cơ sở tham chiếu.

Cơ chế	Mô tả	Đặc điểm chính	Thách thức đối với cơ quan thuế
Phí dịch vụ quản lý và Chia sẻ chi phí	Phân bổ chi phí cho các dịch vụ nội bộ như chiến lược, marketing, hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo.	- Tính "cần thiết" và "giá trị" khó chứng minh. - Phương pháp phân bổ chi phí phức tạp, chủ quan.	Kiểm tra tính hợp lý, chứng minh giá trị gia tăng thực tế của dịch vụ.
Gia công R&D/Phần mềm (Mô hình rủi ro thấp)	Công ty con đảm nhận vai trò nhà cung cấp dịch vụ với biên lợi nhuận cố định, thấp.	- Chuyển giao toàn bộ rủi ro thị trường và quyền sở hữu trí tuệ ra nước ngoài. - Lợi nhuận thực tế bị tách khỏi nơi tạo ra giá trị.	Đánh giá sự phù hợp của mức bù rủi ro, phân tích phân bổ lợi nhuận theo chuỗi giá trị thực.

Tiếp theo, cơ chế phân bổ chi phí dịch vụ quản lý và chia sẻ chi phí cũng được sử dụng phổ biến. Các khoản phí này bao gồm nhiều dịch vụ nội bộ từ công ty mẹ. Một chuyên gia tư vấn chia sẻ việc chứng minh tính cần thiết và giá trị của các dịch vụ này rất phức tạp, do doanh nghiệp sử dụng các phương pháp phân bổ chi phí phức tạp. Điều này phản ánh sự tồn tại của các dịch vụ mà giá trị thực tế khó lượng hóa (OECD, 2022).

Thứ ba là mô hình gia công phần mềm/R&D với biên lợi nhuận bị nén. Công ty con tại Việt Nam hoạt động như nhà cung cấp dịch vụ theo mô hình rủi ro thấp với mức lợi nhuận được bảo đảm, trong khi toàn bộ rủi ro thị trường, quyền sở hữu trí tuệ và phần lớn lợi nhuận được tập trung ở pháp nhân nước ngoài. Cơ chế này, dù có vẻ tuân thủ, về bản chất đã chuyển dịch giá trị sáng tạo và lợi nhuận ra khỏi Việt Nam, một vấn đề trọng tâm trong hành động của OECD (2015) về việc căn chỉnh kết quả chuyển giá với nơi tạo ra giá trị.

4.2. Động cơ, điều kiện thúc đẩy và nhận thức về rủi ro

Phân tích cho thấy động cơ thúc đẩy chuyển giá là sự kết hợp giữa động cơ kinh tế thuần túy và tính toán chiến lược dựa trên môi trường thể chế. Động cơ kinh tế trung tâm là tối đa hóa lợi nhuận sau thuế ở cấp độ tập đoàn, thúc đẩy bởi chênh lệch thuế suất và áp lực cạnh tranh toàn cầu. Tuy nhiên, yếu tố then chốt biến động cơ thành hành động là nhận thức về rủi ro tuân thủ thấp từ phía doanh nghiệp. Các chuyên gia chỉ ra rằng khung pháp lý hiện hành còn khoảng trống trong việc điều chỉnh các giao dịch số phức tạp, dẫn đến tính dự đoán thấp và tạo ra kẽ hở pháp lý để doanh nghiệp khai thác (Nguyễn Hoàng Lan, 2019).

Bảng 3: Động cơ và điều kiện thúc đẩy hành vi chuyển giá

Yếu tố	Nội dung	Minh chứng từ kết quả nghiên cứu
ĐỘNG CƠ		
Tối ưu hóa lợi nhuận sau thuế	Tối đa hóa lợi ích tài chính ở cấp độ tập đoàn.	Áp lực cạnh tranh toàn cầu, chênh lệch thuế suất giữa các quốc gia.
Tính toán chiến lược dựa trên rủi ro	Cân nhắc giữa lợi ích kỳ vọng và chi phí/ rủi ro vi phạm.	Nhận thức về rủi ro bị phát hiện và xử phạt thấp.
ĐIỀU KIỆN		
Khoảng trống pháp lý và thể chế	Khung pháp lý chưa theo kịp đổi mới số, tạo "vùng xám".	Quy định chưa rõ ràng cho tài sản vô hình, dịch vụ số
Bất cân xứng thông tin và năng lực	DN nắm thông tin toàn cầu, cơ quan thuế hạn chế năng lực giám sát.	Khó truy vết dòng lợi nhuận, thiếu dữ liệu so sánh, thiếu chuyên gia.
Chậm trễ trong điều chỉnh chính sách	Tốc độ đổi mới công nghệ vượt xa tốc độ hoàn thiện chính sách.	Các mô hình kinh doanh mới xuất hiện liên tục.

Hơn nữa, năng lực hạn chế của cơ quan thuế trong việc tiếp cận thông tin xuyên biên giới và phân tích chuỗi giá trị toàn cầu làm giảm đáng kể rủi ro bị phát hiện. Một lãnh đạo doanh nghiệp thừa nhận sự phức tạp của giao dịch và thiếu hụt dữ liệu so sánh khiến việc đánh giá của cơ quan thuế gặp khó khăn. Nhận thức về chi phí kỳ vọng cho việc vi phạm thấp hơn lợi ích từ chuyển giá đã củng cố động cơ này, phù hợp với mô hình tuân thủ thuế dựa trên cân bằng rủi ro - lợi ích (Allingham & Sandmo, 1972).

4.3. Thách thức hệ thống trong quản lý thuế và kiểm soát giao dịch liên kết

Các thách thức được các chuyên gia chỉ ra mang tính hệ thống và cấu trúc, vượt ra ngoài những hạn chế kỹ thuật đơn thuần. Thách thức đầu tiên là sự không tương thích giữa tốc độ đổi mới công nghệ chóng mặt trong ngành CNTT và tốc độ hoàn thiện, điều chỉnh khung pháp lý về thuế và chuyển giá. Các mô hình kinh doanh mới (như nền tảng số, điện toán đám mây, dữ liệu lớn) xuất hiện liên tục, trong khi các quy định cần thời gian để nghiên cứu và ban hành, tạo ra những khoảng trống thể chế kéo dài.

Thách thức thứ hai liên quan đến bất cân xứng thông tin và năng lực phân tích. Các tập đoàn đa quốc gia sở hữu hệ thống quản trị tài chính - thuế tinh vi và toàn bộ dữ liệu chuỗi giá trị toàn cầu. Trong khi đó, cơ quan thuế Việt Nam thiếu công cụ và thẩm quyền pháp lý đủ mạnh để tiếp cận thông tin từ các cơ quan thuế nước ngoài một cách kịp thời và hiệu quả, mặc dù đã có các quy định về trao đổi thông tin thuế. Sự phối hợp giữa các cơ quan trong nước (thuế, hải quan, ngân hàng) trong việc giám sát dòng tiền xuyên biên giới cũng chưa thực sự đồng bộ.

Cuối cùng, thách thức cốt lõi là thiếu nguồn lực chuyên môn chuyên sâu về chuyển giá trong lĩnh vực CNTT. Cả chuyên gia tư vấn và cán bộ quản lý thuế đều thừa nhận sự thiếu hụt nhân sự được đào tạo bài bản, có kinh nghiệm thực tế để hiểu sâu về mô hình kinh doanh, cấu trúc sở hữu trí tuệ và kỹ thuật định giá phức tạp trong ngành CNTT. Điều này dẫn đến việc kiểm tra, thanh tra chủ yếu dựa trên hồ sơ giấy tờ và các phương pháp định giá đơn giản, khó có thể phát hiện các sơ đồ chuyển giá tinh vi được thiết kế dựa trên đặc thù vô hình và xuyên biên giới của ngành,

một vấn đề mà Liên hợp quốc (2021) cũng nhấn mạnh đối với các nước đang phát triển.

5. Thảo luận

Nghiên cứu mang lại một số hàm ý quan trọng cho công tác quản lý thuế và hoạch định chính sách tại Việt Nam.

Trước hết, nó nhấn mạnh sự cần thiết phải chuyển trọng tâm từ kiểm soát hình thức sang kiểm soát bản chất dựa trên phân tích chuỗi giá trị. Cơ quan thuế cần được trang bị năng lực để phân tích toàn bộ mô hình kinh doanh và sự đóng góp thực sự của pháp nhân tại Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu của tập đoàn CNTT, thay vì chỉ xem xét từng giao dịch riêng lẻ. Việc này đòi hỏi phải xây dựng và sử dụng hiệu quả cơ sở dữ liệu về các giao dịch độc lập trong ngành CNTT, bao gồm cả các chỉ số về định giá tài sản vô hình.

Thứ hai, cần tăng cường năng lực chuyên môn đặc thù cho đội ngũ cán bộ quản lý thuế và thanh tra. Điều này bao gồm đào tạo chuyên sâu về kinh tế số, mô hình kinh doanh nền tảng, kỹ thuật định giá tài sản vô hình, và kỹ năng phân tích dữ liệu tài chính phức tạp. Hợp tác với các chuyên gia độc lập và học hỏi kinh nghiệm từ các cơ quan thuế tiên tiến trong khu vực là những giải pháp khả thi.

Thứ ba, nghiên cứu ủng hộ việc đẩy mạnh hợp tác quốc tế và trao đổi thông tin thuế tự động. Việc kiểm soát hiệu quả các tập đoàn đa quốc gia đòi hỏi phải có thông tin toàn cầu. Việt Nam cần tận dụng tối đa các điều ước về tránh đánh thuế hai lần và các thỏa thuận trao đổi thông tin.

Cuối cùng, về mặt chính sách, cần rà soát và cập nhật kịp thời các quy định pháp luật để theo kịp tốc độ đổi mới của ngành CNTT. Có thể cân nhắc xây dựng các hướng dẫn chuyên biệt về định giá chuyển nhượng cho ngành CNTT và kinh tế số, với các quy tắc cụ thể hơn cho việc xác định giá đối với giao dịch liên quan đến dữ liệu, quyền sử dụng nền tảng và các dịch vụ kỹ thuật số. Đồng thời, cần xem xét nâng cao mức độ răn đe của các chế tài xử phạt để làm tăng chi phí kỳ vọng của việc vi phạm, từ đó điều chỉnh lại phép tính rủi ro - lợi ích của doanh nghiệp theo hướng khuyến khích tuân thủ.

6. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu đưa ra một số kiến nghị cụ thể nhằm tăng cường hiệu quả quản lý thuế và kiểm soát chuyển giá trong ngành CNTT.

Đối với cơ quan quản lý nhà nước:

- Hoàn thiện khung pháp lý: Cần sớm ban hành các hướng dẫn chi tiết về áp dụng nguyên tắc giao dịch độc lập cho các giao dịch liên quan đến tài sản vô hình, dịch vụ số và mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ.

- Đầu tư nâng cao năng lực chuyên môn: Xây dựng và đào tạo đội ngũ chuyên gia thuế, thanh tra viên chuyên sâu về chuyển giá trong lĩnh vực CNTT và kinh tế số.

- Phát triển cơ sở dữ liệu và công cụ phân tích: Thiết lập và cập nhật thường xuyên cơ sở dữ liệu quốc gia về các chỉ số tài chính, tỷ suất lợi nhuận của ngành CNTT, bao gồm cả dữ liệu về định giá tài sản vô hình.

- Tăng cường hợp tác quốc tế: Đẩy mạnh việc thực thi các thỏa thuận trao đổi thông tin thuế tự động (AEOI) và tham gia tích cực vào các diễn đàn đa phương về thuế.

Đối với doanh nghiệp CNTT:

- Tăng cường minh bạch và tuân thủ chủ động: Doanh nghiệp nên chủ động giải trình rõ ràng với cơ quan thuế về mô hình kinh doanh, sự phân bổ chức năng, rủi ro và tài sản vô hình trong chuỗi giá trị toàn cầu, phù hợp với nguyên tắc của OECD (2015).

- Thiết lập cơ chế liên lạc với cơ quan thuế: Thường xuyên trao đổi với cơ quan thuế về các giao dịch liên kết phức tạp, đặc biệt là những giao dịch mới phát sinh từ đổi mới công nghệ, nhằm giảm thiểu tranh chấp về sau.

Tài liệu tham khảo:

Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. Journal of Public Economics, 1(3-4), 323-338.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101

Bryman, A. (2016). Social research methods (5th ed.). Oxford University Press.

Bùi Ngọc Mai Phương. (2020). Quản lý hoạt động chuyển giá và giải pháp tại Việt Nam. Tạp chí Công Thương, (26), 11/2020.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. American Sociological Review, 48(2), 147-160.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. Field Methods, 18(1), 59-82.

Juranek, S., Schindler, D., & Schjelderup, G. (2018). Transfer pricing regulation and taxation of royalty payments. Journal of Public Economic Theory, 20(1), 67-84.

Nguyễn Hữu Ánh, & Đoàn Thanh Nga. (2018). Chuyển giá và kiểm soát chuyển giá tại Việt Nam. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, (9).

Nguyễn Hoàng Lan. (2019). Đánh giá việc thực hiện các biện pháp kiểm soát chống chuyển giá tại Việt Nam. Tạp chí Công Thương, (7), 281-285.

Nguyễn Thị Thương. (2024). Hoạt động chuyển giá của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, (03), 02/2024.

OECD. (2014). Guidance on transfer pricing aspects of intangibles. OECD Publishing.

OECD. (2015). Addressing the tax challenges of the digital economy (BEPS Action 1: 2015 Final Report). OECD Publishing.

OECD. (2015). Aligning transfer pricing outcomes with value creation (BEPS Action 8-10: 2015 Final Reports). OECD Publishing

OECD. (2022). OECD transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administrations 2022. OECD Publishing.

Phạm Hùng Tiến. (2012). Bàn về chống chuyển giá trong giai đoạn hiện nay. VNU Journal of Economics and Business, 28(1).

Phạm Thị Ngọc Ly. (2017). Quản lý thuế đối với hoạt động chuyển giá: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Đà Nẵng, 37-42.

United Nations. (2021). United Nations practical manual on transfer pricing for developing countries (3rd ed.). United Nations.

Williamson, O. E. (1985). The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting. Free Press.

ỨNG DỤNG AI CƠ BẢN TRONG CÔNG TÁC KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP XÂY DỰNG DÂN DỤNG VIỆT NAM

ThS. Hoàng Văn Cường*

Bài nghiên cứu phân tích ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong công tác kế toán tại các doanh nghiệp xây dựng dân dụng Việt Nam - lĩnh vực vốn đặc thù bởi khối lượng dữ liệu lớn, cấu trúc chi phí phức tạp và yêu cầu kiểm soát chặt chẽ. AI không chỉ tự động hóa các tác vụ kế toán tài chính (nhập liệu, lập báo cáo, phát hiện sai sót), mà còn hỗ trợ kế toán quản trị trong dự toán, kiểm soát hiệu quả và ra quyết định chiến lược. Các công cụ như ChatGPT, Gemini, NotebookLM và DeepSeek được đánh giá theo mức độ phù hợp với từng nghiệp vụ. Nghiên cứu nhấn mạnh AI giúp rút ngắn chu trình "thu thập - xử lý, lưu trữ - cung cấp", đồng thời nâng cao năng suất, giảm sai sót và cải thiện giao tiếp nội bộ. Tuy nhiên, các rủi ro như "ảo giác thông tin" và bảo mật dữ liệu vẫn cần kiểm soát nghiêm ngặt. Từ đó, nghiên cứu đề xuất kế toán viên cần chủ động cập nhật công nghệ, tận dụng AI để chuyển dịch từ vai trò kỹ thuật sang tư vấn và quản trị chiến lược.

• Từ khóa: *trí tuệ nhân tạo, kế toán xây dựng, chuyển đổi số, kế toán quản trị, giải pháp kế toán.*

This study analyzes the application of Artificial Intelligence (AI) in accounting within Vietnamese civil construction enterprises a sector characterized by high data volumes, complex cost structures, and rigorous control requirements. AI not only automates financial accounting tasks (data entry, reporting, error detection) but also supports management accounting in budgeting, efficiency control, and strategic decision-making. Tools such as ChatGPT, Gemini, NotebookLM, and DeepSeek are evaluated based on their suitability for specific accounting operations. The research emphasizes that AI accelerates the "collection - processing, storage - provision" cycle, while simultaneously enhancing productivity, minimizing errors, and improving internal communication. However, risks such as "AI hallucinations" and data security issues remain challenges requiring strict oversight. Consequently, the study suggests that accountants must proactively update their technological capabilities, leveraging AI to transition from technical execution roles to advisory and strategic management positions.

• Key words: *artificial intelligence, construction accounting, digital transformation, management accounting, accounting solutions.*

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 25/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.46

Trong những năm gần đây, trí tuệ nhân tạo (AI) đã và đang tạo nên bước chuyển lớn trong mọi ngành nghề và lĩnh vực kế toán cũng không nằm ngoài xu hướng đó. Đặc thù xây dựng dân dụng, các doanh nghiệp phải xử lý khối lượng nghiệp vụ lớn, từ kế toán tài chính (ghi sổ, lập báo cáo) đến kế toán quản trị (dự toán, kiểm soát chi phí). Việc áp dụng AI mang lại triển vọng tối ưu hóa hiệu suất và độ chính xác cho những công việc này. Sự phổ biến của các công cụ AI như ChatGPT (OpenAI), DeepSeek và Gemini (Google)… đã giới thiệu cho hàng triệu người những khả năng mới, từ tự động hóa tác vụ cho đến phân tích dữ liệu nâng cao.

1. Cơ sở lý luận về ứng dụng AI trong kế toán và đặc thù ngành xây dựng

(1) Bản chất công nghệ và sự chuyển dịch mô hình hoạt động Trí tuệ nhân tạo (AI) trong kế toán được định nghĩa là sự hội tụ các công nghệ tiên tiến nhằm tự động hóa và tối ưu hóa quy trình tài chính. Hệ sinh thái này bao gồm: Học máy (Machine Learning) phục vụ phân tích dự báo; Xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) và Mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) như ChatGPT giúp tương tác dữ liệu phi cấu trúc; Nhận dạng ký tự quang học (OCR) để số hóa chứng từ; và Tự động hóa quy trình bằng robot (RPA) cho các tác vụ lặp lại. Sự can thiệp của AI đã tái định hình vai trò của kế toán viên, chuyển dịch trọng tâm từ các tác vụ thủ công giá trị thấp (nhập liệu, đối chiếu) sang chức năng quản trị chiến lược (giám sát, phân tích xu hướng). Năng lực cốt lõi của AI nằm ở khả năng khai thác dữ liệu lớn (Big Data) để nhận diện các quy luật tài chính, từ đó cung cấp cơ sở cho các quyết định quản trị chủ động.

(2) Lĩnh vực xây dựng dân dụng sở hữu đặc thù thâm dụng vốn, chu kỳ dự án dài và cấu trúc chi phí phức tạp. Việc ứng dụng AI cho phép rút ngắn đáng kể chu trình "Thu thập - Xử lý, lưu trữ - Cung cấp". Thay vì tiêu tốn nguồn lực cho việc xử lý thủ công các bảng tính khổng lồ, doanh nghiệp có thể tận dụng AI để tự động hóa quy trình và truy vấn thông tin tức thời thông qua ngôn ngữ tự nhiên. Điều này không chỉ gia tăng độ chính xác mà còn nâng cao tính trực quan của thông tin tài chính, hỗ trợ đắc lực cho công tác kiểm soát chi phí dự án.

** Công ty TNHH Kiểm toán TVASC Việt Nam; email: hoangvancuong1697@gmail.com*

(3) Giới hạn và thách thức Mặc dù mang lại hiệu quả vượt trội, việc ứng dụng AI, đặc biệt là các mô hình LLM, tồn tại rủi ro về "ảo giác dữ liệu" (hallucination) - hiện tượng AI tạo ra thông tin sai lệch với độ tin cậy giả tạo. Do đó, cơ chế kiểm soát và xác thực bởi con người (Human-in-the-loop) là bắt buộc. Song song đó, các vấn đề về bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư thông tin tài chính cũng là thách thức trọng yếu cần được giải quyết trong quá trình triển khai.

2. Các công cụ AI phổ biến cho kế toán hiện nay

Trong xu thế làm chủ công nghệ AI toàn cầu, sự bùng nổ của AI tạo sinh (Generative AI), nghiên cứu này tập trung phân tích bốn nền tảng có tính ứng dụng cao: ChatGPT, Gemini, NotebookLM và DeepSeek. Dù khác biệt về kiến trúc mô hình, cả bốn công cụ đều chia sẻ năng lực cốt lõi về xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP), khả năng truy xuất dữ liệu thời gian thực và hỗ trợ lập trình (viết mã/công thức). Tùy thuộc vào đặc thù nghiệp vụ, mỗi nền tảng cung cấp những giá trị riêng biệt:

(1) ChatGPT (OpenAI) - Công cụ xử lý văn bản và tùy biến đa dụng: Là mô hình ngôn ngữ tiên phong, ưu thế của ChatGPT nằm ở khả năng thấu hiểu ngữ cảnh và tạo lập văn bản mạch lạc. Trong kế toán, công cụ này phát huy hiệu quả tối đa ở các tác vụ: hỗ trợ soạn thảo báo cáo tài chính, tóm tắt văn bản và tạo các đoạn mã tự động hóa (Excel Macro/Python). Điểm mạnh của ChatGPT là hệ sinh thái mở rộng với các Plugin/API đa dạng, cho phép tùy biến sâu vào quy trình làm việc. Tuy nhiên, do giới hạn về khả năng đa phương tiện (ở các phiên bản cơ sở) và nguy cơ "ảo giác thông tin", người dùng cần tuân thủ nghiêm ngặt quy trình kiểm chứng dữ liệu đầu ra.

(2) Gemini (Google) - Sức mạnh đa phương thức và tích hợp hệ sinh thái khác với các mô hình thuần văn bản, Gemini được xây dựng trên kiến trúc đa phương thức (Multimodal), cho phép xử lý đồng thời văn bản, hình ảnh và dữ liệu số. Giá trị chiến lược của Gemini nằm ở khả năng tích hợp liền mạch vào hệ sinh thái Google Workspace. Kế toán viên có thể sử dụng Gemini để trích xuất dữ liệu trực tiếp từ hình ảnh hóa đơn trong Gmail hoặc phân tích số liệu ngay trên Google Sheets. Mặc dù đòi hỏi tài nguyên tính toán lớn, đối với những tổ chức đã và đang sử dụng hệ sinh thái Google (sử dụng Gmail, Google Drive, Sheets...), Gemini là lựa chọn hàng đầu để tích hợp AI vào dòng công việc sẵn có.

(3) NotebookLM (Google) - Trợ lý nghiên cứu chuyên sâu dựa trên dữ liệu nguồn NotebookLM vận hành dựa trên cơ chế "Retrieval-Augmented Generation" (RAG - Thế hệ tăng cường truy xuất), giới hạn phạm vi xử lý trong chính dữ liệu do người dùng cung cấp thay vì dữ liệu đại chúng. Đây là giải pháp đặc thù cho công tác tuân thủ và pháp chế kế toán, bằng cách tải lên các văn bản pháp luật, quy chế nội bộ, NotebookLM trở thành một "kho tri thức đóng", cho phép tra cứu chính xác, trích dẫn nguồn minh bạch và giảm thiểu tối đa sai lệch thông tin - điều mà các chatbot thông thường khó đảm bảo.

(4) DeepSeek nổi lên như một giải pháp hiệu quả về mặt kinh tế với tốc độ phản hồi vượt trội và mức tiêu tốn tài nguyên thấp. Mô hình này được tối ưu hóa cho các tác vụ xử lý văn bản thuần túy, cung cấp các câu trả lời súc tích, tập trung vào dữ kiện thực tế (fact-based) thay vì sáng tạo nội dung. Đặc tính này khiến DeepSeek phù hợp cho các nhu cầu tra cứu nhanh, tóm tắt quy định hoặc xử lý dữ liệu sơ cấp với chi phí vận hành tối thiểu.

3. Ứng dụng AI trong kế toán tài chính

Kế toán tài chính (KTTC) trong doanh nghiệp xây dựng bao gồm các công việc như ghi sổ kế toán, xử lý hóa đơn chứng từ, quản lý tài khoản phải trả/phải thu, lập báo cáo tài chính và đảm bảo tuân thủ các chuẩn mực kế toán. Đây là những lĩnh vực mà AI đang tạo ra thay đổi rõ rệt, chủ yếu nhờ khả năng tự động hóa và phân tích thông minh:

3.1. Tự động nhập liệu hóa đơn, chứng từ:

Đây là một trong những ứng dụng AI nổi bật và phổ biến nhất. Với sự kết hợp của công nghệ OCR, AI có thể quét và trích xuất thông tin từ hóa đơn giấy, hợp đồng, biên lai hoặc thậm chí ảnh chụp hóa đơn, sau đó chuyển chúng thành dữ liệu số và nhập thẳng vào hệ thống kế toán, AI có thể học từ lịch sử để dự đoán mã hạch toán cho từng khoản chi. Ví dụ: hoá đơn mua vật liệu xây dựng sẽ tự động được gán vào tài khoản nguyên vật liệu, hóa đơn thuê thiết bị sẽ vào tài khoản thuê ngoài. Nhờ tự động hóa, doanh nghiệp tiết kiệm thời gian so với nhập liệu thủ công, đồng thời giảm thiểu sai sót do nhập sai dữ liệu. Các phần mềm kế toán hiện đại như MISA AMIS tại Việt Nam đã tích hợp trợ lý AI để nhập liệu chứng từ nhanh chóng hơn, tuy ở giai đoạn đầu sơ khai và trách nhiệm chính vẫn là kế toán viên nhưng đã cho thấy tính thực tiễn cao của giải pháp này. Kết hợp AI với phần mềm kế toán hiện có: AI đưa gợi ý, con người xem xét và hệ thống cập nhật dần để cải thiện độ chính xác theo thời gian.

3.2. Phát hiện sai sót và gian lận:

Một lợi ích quan trọng của AI trong KTTC là khả năng phân tích hàng loạt giao dịch lịch sử để tìm ra mẫu bất thường, từ đó cảnh báo những điểm có thể sai sót hoặc gian lận. Trong lĩnh vực xây dựng, nơi dòng tiền và chi phí dự án lớn, việc kiểm soát nội bộ là rất quan trọng. AI có thể liên tục giám sát sổ cái, nếu phát hiện nghiệp vụ nào khác thường so với thói quen (Ví dụ: một khoản thanh toán lớn bất thường, chi phí vượt ngưỡng định trước, hoặc giao dịch vào thời điểm/địa điểm bất thường. Hay sai sót thường gặp của kế toán DN xây

dựng là kê khai thiếu hóa đơn, hóa đơn từ nhà cung cấp thuộc diện rủi ro của cơ quan thuế) thì sẽ cảnh báo ngay lập tức. Nhờ vậy, doanh nghiệp tăng cường kiểm soát nội bộ và giảm thiểu rủi ro tài chính do gian lận hoặc sai sót không chủ ý. Một số giải pháp phần mềm đã ứng dụng AI để soát lỗi sổ cái và phát hiện giao dịch bất thường mà con người có thể bỏ qua - điều này đặc biệt hữu ích trong giai đoạn đóng sổ kế toán cuối tháng/cuối năm, giúp đảm bảo báo cáo tài chính chính xác hơn.

3.3. Rút ngắn quy trình lập báo cáo tài chính

Thay vì mất nhiều giờ (thậm chí nhiều ngày) tổng hợp dữ liệu từ các nguồn khác nhau, AI cho phép tạo báo cáo tài chính tự động chỉ trong vài phút. Hệ thống AI có thể kết nối các nguồn dữ liệu (sổ kế toán, ngân hàng, dự án...) và tự động tổng hợp, đề xuất bút toán kết chuyển và dự thảo báo cáo kèm biểu đồ trực quan để người quản lý dễ nắm bắt. Nhờ đó, nhà quản trị có thông tin kịp thời, chính xác để ra quyết định - một yếu tố then chốt trong môi trường xây dựng nhiều biến động. Dĩ nhiên AI chưa thể tự mình "làm kế toán" hoàn toàn (vẫn cần hệ thống ERP/kế toán đảm nhiệm ghi nhận giao dịch, các ước tính kế toán đúng chuẩn mực), nhưng AI hỗ trợ đắc lực trong khâu tổng hợp và trình bày báo cáo. Một ví dụ khác, ChatGPT có thể được dùng để viết thuyết minh báo cáo tài chính: kế toán cung cấp số liệu chính, ChatGPT sẽ dự thảo phần diễn giải biến động, chú thích… giúp tiết kiệm thời gian soạn thảo. Tất nhiên, khi làm báo cáo tài chính chính thống, cần kiểm chứng mọi nội dung AI tạo ra theo chuẩn mực kế toán hiện hành (VAS hoặc IFRS) trước khi công bố.

3.4. Hỗ trợ công tác kiểm toán và tuân thủ

AI cũng tỏ ra hữu ích trong việc cập nhật quy định pháp lý và hỗ trợ tuân thủ. Ví dụ, kế toán viên có thể tải lên NotebookLM các văn bản mới trong luật thuế hoặc chuẩn mực kế toán và nhận được bản tóm tắt nhanh các điểm chính theo sơ đồ tư duy, Slide hướng dẫn.... AI cũng có thể đóng vai trò như một trợ lý ảo giải đáp thắc mắc: nhiều phần mềm kế toán nay tích hợp chatbot, cho phép người dùng hỏi các câu như "thuế suất VAT cho dịch vụ xây dựng là bao nhiêu?" hoặc "hướng dẫn cách ghi nhận nghiệp vụ" - trợ lý AI sẽ tìm trong cơ sở tri thức hoặc trên internet để trả lời ngay. Đối với quản lý thuế, AI có thể tự động tính toán nghĩa vụ thuế dựa trên dữ liệu hiện có, nhắc nhở hạn nộp thuế, và cập nhật kịp thời các thay đổi luật để giảm nguy cơ vi phạm. Tất nhiên, các kết quả này mang tính hỗ trợ, giúp kế toán tiết kiệm thời gian tra cứu và giảm nguy cơ bỏ sót, nhưng quyết định cuối cùng vẫn cần sự kiểm tra của kế toán trưởng hay kiểm toán viên con người.

3.5. Giao tiếp với khách hàng và đối tác

Một ứng dụng thực tiễn khác là sử dụng AI để trả lời email và thắc mắc liên quan đến tài chính. Ví dụ, phòng kế toán có thể dùng ChatGPT để soạn thảo phản hồi email khách hàng về tình trạng thanh toán, công nợ hoặc điều khoản hợp đồng bằng giọng văn chuyên nghiệp và rõ ràng. AI có thể dựa trên dữ liệu sẵn có (như hoá đơn, biên bản bàn giao) để trích xuất thông tin cần thiết và trình bày lịch sự, giúp nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của doanh nghiệp. Tương tự, nếu đối tác hỏi về một báo cáo tài chính, AI có thể hỗ trợ tóm tắt các con số chính và giải thích bằng ngôn ngữ dễ hiểu (chuyển "ngôn ngữ kế toán" sang "ngôn ngữ thường"). Khả năng này rất hữu ích trong xây dựng - nơi các bên liên quan (chủ đầu tư, nhà thầu phụ, ngân hàng, tổ đội thi công...) cần hiểu tình hình tài chính dự án mà không phải ai cũng rành thuật ngữ kế toán.

4. Ứng dụng AI trong kế toán quản trị

Bên cạnh KTTC, kế toán quản trị cũng hưởng lợi không nhỏ từ AI. Kế toán quản trị trong xây dựng tập trung vào hoạch định, kiểm soát và ra quyết định cho các dự án và hoạt động nội bộ - những lĩnh vực này đòi hỏi nhiều phân tích và dự báo, vốn là điểm mạnh của AI:

4.1. Lập ngân sách và dự báo chi phí dự án

Lập dự toán cho một công trình xây dựng dân dụng là công việc phức tạp, bao gồm ước tính chi phí nhân công, vật liệu, thiết bị, thời gian thi công và các chi phí gián tiếp khác. AI có thể hỗ trợ bằng cách phân tích dữ liệu lịch sử của các dự án tương tự, nhận diện xu hướng chi phí và từ đó đề xuất ngân sách hợp lý hoặc dự báo chi phí cho dự án mới. Chẳng hạn, ChatGPT hoặc Gemini có thể được cung cấp thông tin về quy mô dự án, loại công trình, giá cả thị trường... để dự báo sơ bộ chi phí từng hạng mục, giúp nhà quản lý có cơ sở tham khảo nhanh. Tuy nhiên, AI sẽ không thay thế hoàn toàn phần mềm dự toán chuyên dụng, thay vào đó, nó bổ trợ bằng cách nhanh chóng tổng hợp thông tin và đề xuất để con người xem xét. Ví dụ, Gemini có thể lo phần diễn giải và trình bày dự toán: biến những con số khô khan thành báo cáo giải thích dễ hiểu cho ban giám đốc, hoặc thậm chí hỗ trợ viết đề xuất dự thầu dựa trên dữ liệu chi phí.

4.2. Phân tích hiệu quả và kiểm soát chi phí

AI có năng lực xử lý khối lượng dữ liệu lớn, do đó rất phù hợp để phân tích hiệu quả hoạt động và chi phí trong doanh nghiệp. Với một nhà thầu xây dựng, kế toán quản trị thường phải trả lời các câu hỏi như: Dự án A có lợi nhuận không? Khoản mục chi phí nào đang vượt ngân sách? Chỉ số hiệu suất (KPI) tài chính nào đang giảm sút? AI hỗ trợ bằng cách nhận diện các xu hướng, điểm bất thường trong chi phí và doanh thu theo thời gian thực. Ví dụ, AI có thể so sánh tỷ suất lợi nhuận gộp giữa các dự án, phát hiện dự án nào lãi thấp bất thường để cảnh báo quản lý tất nhiên điều đó đòi hỏi việc phân bổ, hạch toán và theo dõi khoản mục chi phí phải thật khoa học và đồng bộ. Kết hợp với việc đào

tạo và thiết lập đúng cách (cung cấp file dự toán, phân tích vật tư, báo cáo nhập-xuất-tồn…) AI cũng có thể hỗ trợ so sánh "chi phí thực tế với dự toán" theo từng hạng mục (nhân công, vật liệu, thuê máy...) và cảnh báo hạng mục nào sắp vượt ngân sách. Những thông tin này được trình bày dưới dạng báo cáo quản trị trực quan, kèm diễn giải ngắn gọn để hỗ trợ quản lý ra quyết định nhanh. Một điểm thú vị là AI không chỉ nêu vấn đề, mà còn có thể gợi ý giải pháp: chẳng hạn, nếu chi phí vật liệu tăng cao, AI (dựa trên dữ liệu thị trường) có thể đề xuất đàm phán lại hợp đồng cung ứng hoặc tìm nhà cung cấp khác, nếu chi phí nhân công vượt dự kiến, AI có thể gợi ý xem xét tối ưu lịch thi công hoặc áp dụng công nghệ thi công mới. Tất nhiên, đây chỉ là gợi ý tham khảo, nhưng nó giúp nhà quản trị có thêm ý tưởng để cải thiện hiệu quả hoạt động.

4.3. Hỗ trợ ra quyết định chiến lược

Nhờ khả năng tổng hợp và phân tích, AI có thể nhanh chóng đưa ra các thông tin đầu vào quan trọng cho quyết định quản trị. Ví dụ, trước khi đấu thầu một dự án mới, ban lãnh đạo có thể đặt yêu cầu: "Dự án này có quy mô 50 tỷ, thời gian 1,5 năm, có nên nhận không và cần lưu ý gì?" - AI có thể tổng hợp dữ liệu từ các dự án tương tự trong quá khứ, rút ra bài học (dự án tương tự thường bị đội chi phí nào? rủi ro thường gặp là gì? tỷ suất lợi nhuận trung bình bao nhiêu?) và đưa ra bản phân tích nhanh với các điểm cần cân nhắc. Người dùng có thể yêu cầu các kịch bản tài chính dựa trên giả định về thị trường, lãi suất, giá vật liệu... AI có thể trợ giúp bằng cách nhanh chóng tính toán và so sánh nhiều kịch bản khác nhau, phân tích điểm hòa vốn, ROI của từng kịch bản để lãnh đạo cân nhắc. AI cũng có thể giúp đánh giá rủi ro: chẳng hạn, nếu rủi ro chậm tiến độ xảy ra, tác động tài chính sẽ thế nào? Với tốc độ tính toán nhanh, AI hỗ trợ kế toán quản trị đánh giá độ nhạy của kế hoạch tài chính trước những biến động gần như tức thì. Điều này giúp việc ra quyết định chiến lược trong doanh nghiệp xây dựng có cơ sở dữ liệu vững chắc hơn và được chuẩn bị cho nhiều tình huống, thay vì chỉ dựa vào một dự báo cố định.

Trong quản trị tài chính xây dựng, việc dự đoán rủi ro và cơ hội tương lai là rất quan trọng. AI, với khả năng nhận diện mẫu và dự báo, sẽ giúp doanh nghiệp nhận biết sớm các cơ hội và rủi ro mà con người có thể bỏ lỡ. Ví dụ, AI có thể cảnh báo: "6 tháng tới, dòng tiền có khả năng thiếu hụt do nhiều dự án thu tiền chậm, cần chuẩn bị vay ngắn hạn" hoặc "chi phí nguyên vật liệu chính đang có xu hướng tăng giá, nên mua dự trữ sớm". Những dự báo và cảnh báo sớm như vậy cực kỳ hữu ích để ban lãnh đạo ra quyết định chiến lược kịp thời, thay vì phản ứng bị động khi sự việc đã xảy ra. Nói cách khác, AI giúp đưa đội ngũ quản lý đến gần hơn với trạng thái quản trị chủ động dựa trên dữ liệu.

4.4. Hỗ trợ truyền thông nội bộ và đào tạo

Quản trị không chỉ là những con số, mà còn là quản lý con người và thông tin. AI có thể đóng vai trò như một trợ lý tri thức nội bộ, giúp truyền đạt thông tin tài chính cho các phòng ban khác hoặc hỗ trợ đào tạo nhân viên mới. Các nền tảng chung gian như N8N cho phép tạo Workflow và liên kết dữ liệu từ các nguồn thiết đặt như Google Driver, AI đến Zalo… mà không cần quá nhiều kỹ năng lập trình như trước đây, điều đó khiến việc tạo và sở hữu cho mình một trợ lý ảo không còn quá phức tạp. Chẳng hạn một Chatbot nội bộ có thể được tích hợp để nhân viên các phòng ban hỏi những câu như "Quy trình tạm ứng chi phí công tác thế nào?" hoặc "Làm sao để xem báo cáo chi phí dự án của phòng ban mình?" - AI sẽ dựa trên tài liệu đã được cung cấp để trả lời nhanh, giúp giảm tải cho phòng kế toán trong việc giải đáp các thắc mắc lặp đi lặp lại, hoặc hỗ trợ phòng/ ban điền mẫu biểu. Về đào tạo, AI có thể tạo ra các tài liệu đào tạo tùy chỉnh, ví dụ "Hướng dẫn lập báo cáo chi phí dự án cho quản lý mới" được soạn tự động dựa trên quy trình công ty và trình bày dễ hiểu. Trợ lý ảo có thể phục vụ như một kho kiến thức để nhân viên đặt câu hỏi chung, cũng như giúp tạo ra tài liệu hướng dẫn, quy trình để tăng tốc quá trình đào tạo nhân viên mới. Điều này rất quý báu trong ngành xây dựng, nơi mà nhân sự có thể phải linh động theo dự án để tối ưu chi phí - AI có thể đóng vai trò "người hướng dẫn" 24/7 cho họ.

Kết luận: AI ngày càng được cải tiến về hiệu năng và phương thức tiếp cận, sự tiện dụng đang len lỏi vào từng công việc từ đơn giản đến phức tạp, từ chi tiết như viết một hàm excel đến kiểm soát tổng thể các chỉ số tài chính.Việc tận dụng tốt AI có thể tối ưu công việc và thay thế dần các tác vụ có tính chất lặp lại và thuần tính toán số liệu, điều này đòi hỏi bản thân người kế toán phải không ngừng học hỏi và trau dồi kiến thức mới, thay vì bàng quan hay lo sợ hãy sử dụng AI một cách triệt để và hiệu quả hơn. Kế toán viên trong kỷ nghiên chuyển đổi số ngoài kiến thức chuyên môn, việc cập nhật và nắm bắt các tiến bộ hỗ trợ là cần thiết.

Tài liệu tham khảo:

https://fptshop.com.vn/tin-tuc/thu-thuat/ung-dung-ai-trong-ke-toan-189082

https://www.hh2.com/construction-financial-management/how-construction-finance-teams-leverage-chatgpt-and-ai#:~:text=recommendations%20and%20adjustments,Just

https://www.accountingfresh.com/how-small-construction-businesses-can-use-chatgpt-to-write-better-bids-and-estimates/#:~:text=For%20small%20construction%20businesses%2C%20ChatGPT,That%E2%80%99s%20where%20we%20come%20in

https://www.revolgy.com/insights/blog/chatgpt-vs-gemini-vs-deepseek-which-ai-assistant-is-the-best-comparison#:~:text=Our%20partner%20Wiz%20discovered%20a,anyone%20dealing%20with%20private%20data

https://cfma.org/articles/ai-in-construction-accounting-reasons-for-optimism#:~:text=AI%20%2B%20Human%20Expertise

https://www.dinhvangcomputer.vn/cach-dung-chatgpt-de-tom-tat-bao-cao-nhanh-chinh-xac/?srsltid=AfmBOooKTgmKjDQZuBnjVc1eig2a5VPaDtWV162pOWiTjpgFobm5RZ6p#:~:text=4,hi%E1%BB%87u%20ch%E1%BB%89nh%20lk%E1%BA%BFt%20qu%E1%BA%A3

https://vietnix.vn/n8n-la-gi/?utm_source=ggads&utm_medium=pmax&utm_campaign = {CampaignName}&utm_content= {AdGroupName} &utm_term=&gad_source=1&gad_campaignid= 21448222547&gclid= CjwKCAiAuIDJBhBoEiwAxhgyFsZxtNne9 BaOi2Ir Yw2JuKbp T4wlfp79jnm TN90JpJP92rnApf QQ RBoCDe0 QAvD_BwE

TÁC ĐỘNG CỦA TÀI CHÍNH XANH ĐẾN TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM Ở CÁC QUỐC GIA KHU VỰC CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

TS. Trần Thị Thu Hương*

Tài chính xanh được xem là công cụ quan trọng thúc đẩy chuyển đổi xanh, giảm phát thải ròng hướng tới phát triển bền vững. Tài chính xanh giúp thu hút các nguồn lực vốn và phân phối hiệu quả vào các dự án, cơ hội đầu tư xanh, góp phần giảm thiểu rủi ro môi trường. Nghiên cứu này nhằm phân tích tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế tại các quốc gia khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Bài viết sử dụng dữ liệu từ 15 quốc gia trong khu vực trong giai đoạn từ 2014-2024 và áp dụng các mô hình hồi quy dữ liệu mảng, chứng minh tác động tích cực của tài chính xanh, cụ thể là khối lượng phát hành trái phiếu xanh đến tăng trưởng kinh tế. Từ đó một số giải pháp được đưa ra phù hợp với bối cảnh chuyển đổi xanh mạnh mẽ hiện tại của Việt Nam.

• Từ khóa: *tài chính xanh, tăng trưởng kinh tế, châu Á- Thái Bình Dương, Việt Nam.*

Green finance is considered a crucial tool for promoting green transformation, reducing net emissions, and moving towards sustainable development. Green finance attract capital resources and allocate them efficiently to green projects and investment opportunities, contributing to minimizing environmental risks. This study aims to analyze the impact of green finance on economic growth in countries in the Asia-Pacific region. Using data from 15 countries in the region from 2014-2024, and applying panel data regression models, the study demonstrates the positive impact of green finance, specifically the volume of green bond issuance, on economic growth. Based on this, several solutions are proposed that are relevant to Vietnam's current strong green transformation.

• Key words: *green finance, economic growth, Asia-Pacific, Vietnam.*

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.47

1. Giới thiệu

Phát triển bền vững và tăng trưởng xanh đang là mô hình được nhiều quốc gia lựa chọn. Biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng đã dẫn đến nhu cầu cấp thiết tăng cường các giải pháp bảo vệ môi trường, giảm phát thải nhà kính và thực hiện chuyển đổi xanh mạnh mẽ. Châu Á - Thái Bình Dương là khu vực chứng kiến mức độ tăng trưởng kinh tế nhanh chóng và mạnh mẽ trong những năm vừa qua, nhưng cùng với đó cũng là những hậu quả về ô nhiễm môi trường, gia tăng phát thải. Là khu vực kinh tế trọng điểm của thế giới, Châu Á- Thái Bình Dương có rủi ro cao nhất từ biến đổi khí hậu đòi hỏi các quốc gia này phải có sự chuyển đổi mạnh mẽ và xanh hoá.

Nghiên cứu chỉ số Net Zero năm 2023 do PwC thực hiện cho thấy các nền kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương chịu trách nhiệm cho 48% lượng khí thải toàn cầu trong năm 2022 (Hiếu Phương, 2024). Trong khi đó, tỷ lệ giảm phát thải carbon năm 2022 của khu vực Châu Á- Thái Bình Dương cao hơn các khu vực khác như nhóm G7 là 1,2%, nhóm E7 là 2,8%, và trung bình toàn cầu là 2,5%. Tỷ lệ này cũng gấp đôi so với năm 2021 nhưng vẫn chưa đạt được tốc độ yêu cầu hàng năm là 17,2%. Cũng theo kết quả nghiên cứu này, trong khu vực Châu Á- Thái Bình Dương có 5 nền kinh tế là New Zealand, Pakistan, Hàn Quốc, Singapore, Việt Nam là vượt ngưỡng giảm phát thải carbon được đề ra trong mục tiêu. Tuy nhiên, vẫn không có quốc gia nào trong khu vực Châu Á- Thái Bình Dương trong năm 2022 có tốc độ giảm phát thải carbon tiệm cận tới mức cần thiết để đạt được mục tiêu giảm 1,5 độ C (Hiếu Phương, 2022).

Việt Nam là một trong các quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của biến đổi khí hậu với tình trạng mưa lũ, ngập lụt, triều cương dâng cao, không khí ô nhiễm nặng nề gây ra các thiệt hại

** Học viện Ngân hàng; email: tranhuong@hvnh.edu.vn*

cho nền kinh tế và cuộc sống của người dân. Do đó, Chính phủ đã ban hành và thực thi nhiều chính sách hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, tăng cường sử dụng năng lượng tái tạo, giảm phát thải. Tuy nhiên việc chuyển đổi xanh đặt ra không ít thách thức với Việt Nam khi quy mô nền kinh tế xanh tại Việt Nam chỉ chiếm khoảng 2% GDP trong khi phần lớn nền kinh tế vẫn dựa vào mô hình phát triển kinh tế truyền thống. Nguồn lực tài chính xanh cho phát triển bền vững còn hạn chế.

Chuyển đổi xanh là một quá trình dài và phức tạp, đòi hỏi nguồn lực tài chính xanh lớn để thực hiện. Mục tiêu của tài chính xanh là đạt được sự phát triển kinh tế và cải thiện chất lượng môi trường với sự hỗ trợ của các nguồn lực này. Tài chính xanh đã dần trở thành một yếu tố then chốt của hệ thống tài chính toàn cầu, không chỉ giải quyết các thách thức về môi trường mà còn đóng góp cho sự phát triển kinh tế và nâng cao sức chống chọi với biến đổi khí hậu. Tuy nhiên hiện nay vẫn còn thiếu nghiên cứu về vấn đề liệu tài chính xanh có thực sự hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là ở các nước đang phát triển. Nghiên cứu này đánh giá tác động của tài chính xanh đến phát triển kinh tế tại các quốc gia khu vực Châu Á- Thái Bình Dương. Bài viết bao gồm 4 phần: phần 1 là giới thiệu, phần 2 trình bày cơ sở luận và tổng quan nghiên cứu, phần 3 là nghiên cứu thực nghiệm về tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế và phần 4 kết luận và đề xuất.

2. Cơ sở luận và tổng quan nghiên cứu

Tăng trưởng kinh tế phụ thuộc lớn vào các yếu tố tài chính. Mối quan hệ tích cực giữa tài chính và tăng trưởng kinh tế đã được chứng minh trong nhiều nghiên cứu trước như nghiên cứu của King và cộng sự (1993), Beck và cộng sự (2000). Sự phát triển của hệ thống tài chính tác động đến tăng trưởng kinh tế qua nhiều kênh khác nhau và không có sự đồng nhất giữa các kênh (Bucci và cộng sự, 2019, Gazdar và cộng sự, 2019). Thời gian gần đây, với mục tiêu giảm phát thải, chuyển đổi xanh, tài chính xanh nổi lên như một giải pháp cấp thiết cho vấn đề này.

Tài chính xanh là hoạt động huy động và phân bổ nguồn vốn từ các tổ chức tài chính, doanh nghiệp và cá nhân để đầu tư cho các dự án, hoạt động có tác động tích cực đến môi trường và xã hội, hướng đến phát triển kinh tế bền vững (Lee và cộng sự, 2023). Đây là phương tiện quan trọng để tài trợ cho các sáng kiến xanh và giảm thiểu carbon (Huang và cộng sự, 2019). Tài chính xanh hướng dòng vốn từ các nguồn và khu vực khác nhau đến các dự án mang mục tiêu phát triển bền vững. Tài chính xanh bao gồm đa dạng các công cụ như trái phiếu xanh, cổ phiếu xanh, tín dụng xanh, quỹ đầu tư tác động, các chứng chỉ xanh, tín chỉ carbon, bảo hiểm xanh… Những công cụ này đóng vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh thị trường tài chính với mục tiêu bền vững, và chuyển đổi sang một nền kinh tế có trách nhiệm với môi trường và hoà nhập xã hội hơn (Zhang và cộng sự, 2019).

Tài chính xanh mang những đặc điểm tương tự như tài chính truyền thống, do đó tài chính xanh được cho rằng có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế. Tài chính xanh cung cấp hỗ trợ tài chính cho nhiều hoạt động khác nhau, bao gồm đầu tư và tài trợ, vận hành và các hoạt động khác, cải thiện tính minh bạch thông tin và giảm thiểu bất cân xứng thông tin, tập hợp vốn xã hội, cung cấp hỗ trợ tài chính cho phát triển xanh (Dikau và cộng sự, 2021), giảm thiểu hiệu quả các hạn chế về tài chính, thúc đẩy các hoạt động bền vững và tạo động lực nội tại cho phát triển kinh tế

Một vài nghiên cứu trước đây đã chứng minh rằng nhiều nguồn tài chính khác nhau giúp nền kinh tế thiết lập các biện pháp mạnh mẽ để tăng trưởng. Đổi mới xanh có thể hỗ trợ công nghệ, thiết bị, sản phẩm và dịch vụ. Việc áp dụng công nghệ đổi mới xanh giúp cải thiện hiệu quả phân bổ nguồn lực, giảm thiểu thiệt hại cho môi trường tự nhiên, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên (Udeagha và cộng sự, 2022) và nâng cao khả năng cạnh tranh phát triển bền vững (Wang và cộng sự, 2022). Các quốc gia hiện nay cần kiểm soát tốt lượng khí thải carbon và điều chỉnh cơ cấu công nghiệp (Wang và cộng sự, 2022). Một hệ thống công nghiệp không phù hợp đã làm tăng đáng kể lượng khí thải carbon, làm tăng đáng kể mức tiêu thụ tài nguyên và cản trợ việc tối ưu hoá phân bổ tài nguyên. Giảm mức tiêu thụ năng lượng cao và ô nhiễm của các ngành công nghiệp truyền thống, thúc đẩy dòng chảy và phân bổ tài nguyên hợp lý và thúc đẩy nâng cấp cơ cấu công nghiệp, từ đó nâng cao hiệu suất (Yang và cộng sự, 2023). Trong quá trình này, tài chính xanh đóng vai trò đòn bẩy vốn và phân loại tài nguyên. Tài chính xanh mở rộng các kênh tài trợ cho các ngành công nghiệp xanh được chính sách hỗ trợ, hướng dẫn vốn xã hội đầu tư vào lĩnh vực xanh, giảm bớt khó khăn về tài chính do các yếu tố như thời gian hoàn vốn đầu tư dài và rủi ro vận hành cao (Du và cộng

sự, 2022; Xu & Dong, 2023), thúc đẩy nâng cấp công nghiệp.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã chứng minh tác động tích cực của tài chính xanh đến tăng trưởng. Tài chính xanh, bao gồm các yếu tố tác động trực tiếp và gián tiếp đến tăng trưởng kinh tế. Các công cụ tài chính xanh phát triển nhanh chóng hỗ trợ các điều kiện kinh tế (Chien và cộng sự, 2021). Nghiên cứu của Zhuang và cộng sự (2021) đã chứng minh nguồn vốn xanh tạo ra động lực đáng kể đến nền kinh tế đang phát triển, vốn đang nỗ lực hướng tới tăng trưởng kinh tế tích cực. He và cộng sự (2019) chứng minh rằng, tài chính xanh đầu tư vào năng lượng tái tạo có thể mang lại tác động kép, vừa phát triển năng lượng tái tạo vừa thúc đẩy hiệu quả tăng trưởng kinh tế. Tương tự, nghiên cứu của Pradhan và cộng sự (2018) cũng chứng mình rằng đầu tư tài chính xanh vào lĩnh vực năng lượng sạch góp phần vào việc bảo vệ môi trường và tăng trưởng kinh tế. Zhou và cộng sự (2020) đã chứng minh tài chính xanh làm tăng đáng kể mối tương quan giữa phát triển kinh tế và hiệu suất môi trường, thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế xanh.

Bên cạnh các nghiên cứu chứng minh tác động tích cực của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế, một số nghiên cứu chỉ ra tác động tiêu cực như nghiên cứu của Ali và cộng sự (2025). Nghiên cứu của Xu và cộng sự (2025) cho rằng tài chính xanh có thể kéo vốn ra khỏi các dự án đầu tư có mức sinh lời cao nhưng không được dán nhãn xanh. Điều đó làm chậm tốc độ tăng trưởng kinh tế.

Như vậy, kết quả nghiên cứu thực nghiệm trước đây về tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế vẫn chưa có sự đồng nhất và đầy đủ. Phần lớn các nghiên cứu tập trung vào các nước phát triển, nơi nguồn dữ liệu và thông tin về tài chính xanh phong phú và minh bạch. Các nghiên cứu về tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng tại các nền kinh tế vừa và nhỏ còn hạn chế. Nghiên cứu này tập trung vào đánh giá tác động của của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế tại các quốc gia trong khu vực Châu Á- Thái Bình Dương, từ đó đề xuất một số kiến nghị cho Việt Nam, một quốc gia đang tích cực trong thực hiện mục tiêu Net- zero.

3. Nghiên cứu thực nghiệm tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế

Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mô hình pooled OLS, mô hình tác động cố định FEM, mô hình tác động ngẫu nhiên REM và mô hình GLS nhằm đánh giá tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế tại các quốc gia khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Các kiểm định được sử dụng để xác định mô hình phù hợp và kiểm tra các khuyết tật của mô hình.

Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được sử dụng trong nghiên cứu là dữ liệu bảng cân bằng được thu thập từ 15 quốc gia thuộc khu vực Châu Á- Thái Bình Dương, bao gồm Việt Nam từ năm 2014 đến năm 2024. Khu vực Châu Á- Thái Bình Dương là khu vực có tiềm năng tăng trưởng nhanh và mạnh mẽ, đồng thời đang nỗ lực thực hiện chuyển đổi xanh. Do hạn chế về dữ liệu về tài chính xanh tại một số quốc gia trong khu vực nên dữ liệu nghiên cứu hạn chế trong 15 quốc gia và nghiên cứu đến năm 2024. Toàn bộ dữ liệu được thu thập từ nguồn dữ liệu đáng tin cậy của Quỹ tiền tệ thế giới (IMF) và Ngân hàng Thế giới (World Bank), được công bố trên Website.

Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nhằm đánh giá định lượng tác động của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế, dựa vào cơ sở luận, tổng quan nghiên cứu trước của Đào Văn Hùng (2023), Thanh Quang Ngo và cộng sự (2021) và Võ Thị Thanh Thảo và cộng sự (2024), mô hình nghiên cứu được xác định như sau:

$$GDPgrowth_{i,t} = \alpha_1 + \beta_1 lnGB_{i,t} + \beta_2 TradeLC_{i,t} + \beta_3 INF_{i,t} + \beta_4 IR_{i,t} + \beta_5\, BM_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

α_1: hằng số của mô hình

β_1, …, β_5: hệ số hồi quy

$\varepsilon_{i,t}$: phần dư của phương trình hồi quy

Biến phụ thuộc

$GDPgrowth_{i,t}$: Tốc độ tăng trưởng kinh tế của quốc gia i trong năm t.

Biến phụ thuộc được thu thập dữ liệu từ website của IMF

Các biến độc lập

Tài chính xanh có thể được đo qua nhiều khía cạnh khác nhau. Nghiên cứu lựa chọn hai tiêu chí đánh giá tài chính xanh gồm trái phiếu xanh và thương mại carbon thấp. Công cụ tài chính xanh đóng vai trò then chốt trong hỗ trợ nguồn tài chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong đó, trái phiếu xanh đóng vai trò quan trọng trong hệ thống tài chính và là công cụ tài chính hấp dẫn và phổ biến trên thị trường (Ning và cộng sự, 2022). Thêm vào

đó, tỷ lệ khối lượng giao dịch của các dự án cơ chế Phát triển Sạch cho thấy sự phát triển của tài chính carbon tại địa phương và khu vực (Liu và cộng sự, 2018). Tổng giá trị thương mại các công nghệ carbon thấp có thể được sử dụng để đo lường sự phát triển của tài chính carbon, một cấu phần của tài chính xanh (Võ Thị Thanh Thảo và cộng sự, 2024).

$lnGB_{i,t}$: Log của khối lượng Trái phiếu xanh phát hành của quốc gia i trong năm t

$TradeLC_{i,t}$: Tổng giá trị thương mại các công nghệ carbon thấp trên GDP của quốc gia i trong năm t

Tất cả các biến kiểm soát được thu thập dữ liệu từ Website của IMF.

Các biến kiểm soát:

$INF_{i,t}$: Tỷ lệ lạm phát trên GDP của quốc gia i trong năm t

$IR_{i,t}$: Lãi suất thực của quốc Gia i trong năm t

$BM_{i,t}$: Tổng cung tiền trên GDP của Quốc Gia i trong năm t

Tất cả các biến kiểm soát được thu thập dữ liệu từ Website của Ngân hàng Thế giới.

Giả thuyết nghiên cứu

Dựa vào tổng quan nghiên cứu đã trình bày ở trên, nhóm tác giả đưa ra các giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1: Khối lượng Trái phiếu xanh phát hành có tác động cùng chiều đến tăng trưởng kinh tế

H2: Tổng giá trị thương mại các công nghệ carbon thấp trên GDP có tác động cùng chiều đến tăng trưởng kinh tế

Kết quả nghiên cứu

Tương quan giữa các biến trong mô hình được thể hiện trong Bảng 1. Tương quan giữa các cặp biến trong mô hình thấp, đều có giá trị tuyệt đối nhỏ hơn 0,8 giúp giảm hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

Bảng 1. Tương quan giữa các biến trong mô hình

	GDPgrowth	lnGB	TradeLC	INF	IR	BM
GDPgrowth	1,000					
lnGB	0,0519	1,000				
TradeLC	-0,0500	-0,0300	1,000			
INF	0,1770	0,0766	0,0661	1,000		
IR	-0,0960	-0,0857	-0,1059	-0,7119	1,000	
BM	-0,2861	0,3353	0,4991	-0,0390	-0,1935	1,000

Nguồn: Xử lý dữ liệu của tác giả

Các mô hình Pooled OLS, FEM, REM được sử dụng và kết quả kiểm định chọn mô hình đã chứng minh mô hình tác động cố định FEM là phù hợp. Kiểm định Modified Wald test và kiểm định Wooldridge test được thực hiện nhằm kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi và hiện tượng tự tương quan của mô hình FEM.

Bảng 2. Kết quả kiểm tra khuyết tật mô hình

Kiểm định	Giá trị	Kết quả
Phương sai thay đổi	Prob>chi2= 0,0000	Có hiện tượng phương sai sai số thay đổi
Tự tương quan	Prob>F = 0,0000	Có hiện tượng tự tương quan

Nguồn: Xử lý dữ liệu của Tác giả

Kết quả các kiểm định khuyết tật của mô hình cho thấy mô hình FEM có hiện tượng phương sai sai số thay đổi và tự tương quan. Để khắc phục các khuyết tật của mô hình, mô hình GLS được sử dụng nhằm đánh giá tác động của tài chính đến tăng trưởng kinh tế.

Bảng 3. Kết quả ước lượng mô hình GLS

Biến độc lập	GLS	
	Hệ số ước lượng	Giá trị p
lnGB	0,7697862	0,080 (*)
TradeLC	0,3325539	0,170
INF	0,2109491	0,720
IR	-0,3389912	0,469
BM	-0,0327541	0,001 (***)
_cons	7,22492	0,025 (**)
Mức ý nghĩa	* 10%; ** 5%; *** 1%	

Nguồn: Xử lý dữ liệu từ Stata

Kết quả hồi quy mô hình GLS cho thấy khối lượng trái phiếu xanh phát hành có tác động cùng chiều đến tăng trưởng kinh tế ở mức ý nghĩa 10%. Giả thuyết H1 được khẳng định. Kết quả này đồng nhất với kết quả nghiên cứu của Thanh Quang Ngo và cộng sự (2021). Biến tổng giá trị thương mại các công nghệ carbon thấp trên GDP có hệ số ước lượng dương, thể hiện tác động cùng chiều với tăng trưởng, tuy nhiên lại không có ý nghĩa thống kê theo kết quả hồi quy mô hình. Do vậy, giả thuyết H2 bị bác bỏ.

Trong các biến kiểm soát, biến tổng mức cung tiền có tác động ngược chiều đến tăng trưởng kinh tế ở mức ý nghĩa 5% cho thấy sự mở rộng của cung tiền có thể tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế. Điều này cho thấy, sự mở rộng quá mức của cung tiền mà thiếu kiểm soát có thể gây ra lạm phát cao, giảm sức mua và tạo ra các vấn đề bất ổn, ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Các biến kiểm soát khác không có tác động đến tăng trưởng kinh tế.

4. Bài học cho Việt Nam

Tại Việt Nam, tài chính xanh là tiền đề trong việc triển khai chiến lược tăng trưởng xanh, phát

triển bền vững, ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu và bảo vệ môi trường. Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2011–2020, tầm nhìn đến năm 2050 đã xác định các nhiệm vụ trọng tâm gồm giảm cường độ phát thải khí nhà kính, thúc đẩy sử dụng năng lượng sạch và năng lượng tái tạo, thực hiện xanh hóa sản xuất, xanh hóa lối sống, và khuyến khích tiêu dùng bền vững. Để thực hiện các mục tiêu chiến lược, Chính phủ đã ban hành khung pháp lý nhằm khuyến khích đạt mục tiêu tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Tài chính xanh ở Việt Nam được phát triển trên 3 cấu phần chủ yếu là tín dụng xanh, thị trường cổ phiếu xanh và trái phiếu xanh. Trong đó tín dụng xanh là loại hình tín dụng trong đó các ngân hàng cung cấp vốn cho các dự án thân thiện với môi trường. Dư nợ tín dụng xanh tại Việt Nam tính đến cuối năm 2024 khoảng hơn 700 nghìn tỷ đồng và các ngân hàng thương mại vẫn đang tiếp tục hướng tới việc cung cấp tín dụng xanh. Thị trường cổ phiếu xanh là thị trường cổ phiếu của các công ty tập trung vào sản phẩm, dịch vụ hoặc công nghệ thân thiện với môi trường. Chiến lược phát triển thị trường chứng khoán đến năm 2030 đã đặt ra mục tiêu phát triển các công cụ tài chính xanh, tài chính bền vững, là trụ cột chính trong xây dựng thị trường vốn xanh, bền vững. Bên cạnh thị trường cổ phiếu, thị trường trái phiếu xanh tại Việt Nam tuy còn non trẻ nhưng đang dần được đẩy mạnh, trở thành nơi huy động vốn cho các dự án và hoạt động thân thiện với môi trường, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Tài chính xanh tại Việt Nam đã có những bước tiến phát triển nhất định song còn đối mặt với nhiều thách thức như hệ thống chính sách, pháp luật còn thiếu, danh mục sản phẩm tài chính xanh còn chưa đa dạng, nguồn vốn dành cho các dự án và sản phẩm xanh còn hạn chế.

Dựa vào kết quả nghiên cứu thực nghiệm, các giải pháp phát triển tài chính xanh, cụ thể là thị trường trái phiếu xanh sẽ góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Do đó, Việt Nam cần triển khai đồng bộ các giải pháp phát triển thị trường trái phiếu xanh như hoàn thiện khung pháp lý cho thị trường, tăng tính minh bạch, giải trình trong việc huy động và sử dụng vốn đúng mục đích. Bên cạnh đó, cần có các giải pháp phát triển các định chế trung gian của thị trường như các tổ chức kiểm toán về môi trường, các tổ chức xếp hạng tín nhiệm, hay các quỹ đầu tư. Việc nâng cao nhận thức và hiểu biết về tài chính xanh trong phát triển bền vững tại các tổ chức tín dụng, doanh nghiệp…, đồng thời nhận diện rõ các cơ hội và thách thức trong quá trình áp dụng tại Việt Nam, cũng là một giải pháp cấp thiết cần được thực hiện.

Kết luận

Kết quả mô hình hồi quy cho thấy tác động tích cực của tài chính xanh đến tăng trưởng kinh tế tại các quốc gia khu vực Châu Á- Thái Bình Dương. Cụ thể khối lượng phát hành trái phiếu xanh có tác động cùng chiều đến tăng trưởng kinh tế. Khi lượng trái phiếu xanh phát hành tăng, nguồn lực tài chính được thu hút phục vụ cho mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh xanh, sử dụng năng lượng hiệu quả và tăng năng suất lao động, tạo cơ hội việc làm, từ đó kích thích tăng trưởng kinh tế. Kết quả nghiên cứu là tiền đề cho một số đề xuất phát triển tài chính xanh thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Ali, M., Igunnu, P.O., Seraj, M. et al. Effect of green finance and institutional quality on economic growth: an evidence from novel MMQR approach. SN Bus Econ 5, 136 (2025). https://doi.org/10.1007/s43546-025-00911-x

Beck T, Levine R, Loayza N (2000) Finance and the sources of growth. J Financ Econ 58:261–300

Bucci A, La Torre D, Liuzzi D, Marsiglio S (2019) Financial contagion and economic development: An epidemiological approach. J Econ Behav Organ 162:211–228

Chien, F., Ngo, Q.-T., Hsu, -C.-C., Chau, K. Y., & Iram, R.(2021). Assessing the mechanism of barriers towards green finance and public spending in smalland medium enterprises from developed countries. Environmental Science and Pollution Research, 1–16. https://doi.org/10.1007/s11356-021-14907-1

Dikau, S., & Volz, U. (2021). Central bank mandates, sustainability objectives and the promotion of green finance. Ecological economics, 184, 107022.

Du, M., Zhang, R., Chai, S., Li, Q., Sun, R., & Chu, W. (2022). Can green finance policies stimulate technological innovation and financial performance? Evidence from Chinese listed green enterprises. Sustainability, 14(15), 9287.

Hiếu Phương. (2024). Châu Á- Thái Bình Dương cần nỗ lực hơn nữa để đạt được mục tiêu về khí hậu. Truy cập từ: https://kinhtevadubao.vn/chau-a-thai-binh-duong-can-no-luc-hon-nua-de-dat-duoc-muc-tieu-ve-khi-hau-28062.html

He L, Zhang L, Zhong Z, Wang D, Wang F (2019b) Green credit, renewable energy investment and green economy development: empirical analysis based on 150 listed companies of China. J Clean Prod 208:363–372

Huang, Y., & Zhang, Y. (2020). Financial inclusion and urban–rural income inequality: Long-run and short- run relationships. Emerging Markets Finance and Trade, 56(2), 457–471. https://doi.org/10.1080/1540496X.2018.1562896

King RG, Levine R (1993) Finance, entrepreneurship and growth. J Monetary Econ 32:513–542

Lee, C. C., Wang, C. S., He, Z., Xing, W. W., & Wang, K. (2023), 'How does green finance affect energy efficiency? The role of green technology innovation and energy structure', Renewable Energy, 219, 119417.

Thanh Quang Ngo, Phuc Ngoc Doan, Loc Tien Vo, Hai Thi Thanh Tran & Danh Ngoc Nguyen. (2021). The influence of green finance on economic growth: A COVID-19 pandemic effects on Vietnam Economy, Cogent Business & Management, 8:1, 2003008, DOI: 10.1080/23311975.2021.2003008

Udeagha, M. C., & Ngepah, N. (2022). The asymmetric effect of technological innovation on CO2 emissions in South Africa: New evidence from the QARDL approach. Frontiers in Environmental Science, 10, 985719.

Võ Thị Thanh Thảo, Trần Thị Kiều Trinh, Lưu Ngọc Lan, Lê Huyền Trang (2024). Tác động của tài chính xanh đến hiệu quả sử dụng năng lượng tại khu vực Châu Á- Thái Bình Dương. Tạp chí Kinh tế & Phát triển.

Wang, Z., & Wang, X. (2022), 'Research on the impact of green finance on energy efficiency in different regions of China based on the DEA-Tobit model', Resources Policy, 77, 102695

Xu, S., & Dong, H. (2023). Green finance, industrial structure upgrading, and high-quality economic development–intermediation model based on the regulatory role of environmental regulation. International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(2), 1420.

Xu, W., & Chen, J. (2025). The Impact of Green Bond Issuance on Corporate Risk-Taking: A Corporate Governance and Green Innovation Perspective. Mathematics, 14(1), 131.

Yang, M., & Liu, Y. (2023). Research on multi-energy collaborative operation optimization of integrated energy system considering carbon trading and demand response. Energy, 283, 129117.

Zhou, X., Tang, X., & Zhang, R. (2020). Impact of green finance on economic development and environmental quality: a study based on provincial panel data from China. Environmental Science and Pollution Research, 27(16), 19915-19932.

Zhuang, Y., Yang, S., Chupradit, S., Nawaz, M. A., Xiong, R., & Koksal, C. (2021). A nexus between macroeconomic dynamics and trade openness: Moderating role of institutional quality. Business Process Management Journal, 27(6), 1703–1719. https://doi.org/10.1108/BPMJ-12-2020-0594

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI TRONG LĨNH VỰC CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN, CHẾ TẠO TẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CẠNH TRANH THƯƠNG MẠI MỸ - TRUNG QUỐC

ThS. Nguyễn Thuỳ Linh* - TS. Vũ Duy*

1. Mở đầu

Kể từ năm 2018, cuộc cạnh tranh thương mại Mỹ - Trung bùng phát và leo thang liên tục. Thuế quan của Hoa Kỳ đối với hàng hóa Trung Quốc tăng mạnh qua các giai đoạn, đặc biệt năm 2024 khi chính quyền Biden bổ sung thuế suất cao đối với nhiều mặt hàng công nghệ[1]. Đến năm 2025, chính quyền Trump tiếp tục đẩy mức thuế lên kỷ lục[2].

Diễn biến này đã tạo ra những làn sóng chấn động trong chuỗi cung ứng toàn cầu, buộc các tập đoàn đa quốc gia phải xem xét lại chiến lược sản xuất và phân bổ đầu tư. Xu hướng "China Plus One" - đa dạng hóa cơ sở sản xuất ra khỏi Trung Quốc - từ đó trở thành lựa chọn chiến lược của nhiều doanh nghiệp nhằm giảm thiểu rủi ro địa chính trị. Trong bối cảnh đó, Việt Nam trở thành một trong những điểm đến hấp dẫn nhất, đặc biệt trong lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo (CBCT). Minh chứng rõ nét nhất là vốn FDI đăng ký vào ngành CBCT năm 2024 đạt 25,58 tỷ USD, chiếm 66,91% tổng vốn đăng ký; con số này tiếp tục được duy trì ở mức cao với 22,73 tỷ USD vào năm 2025, tương đương gần 60% tổng vốn FDI (theo số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài). Những số liệu ấn tượng này cho thấy ngành CBCT đang đóng vai trò trung tâm trong thu hút đầu tư nước ngoài tại Việt Nam.

Xuất phát từ thực tiễn trên, nghiên cứu này hướng đến ba mục tiêu chính: phân tích thực trạng FDI trong lĩnh vực CBCT tại Việt Nam giai đoạn 2018-2025; đánh giá tác động của cuộc cạnh tranh thương mại Mỹ-Trung đến dòng vốn đầu tư; và đề xuất các giải pháp nhằm tận dụng hiệu quả cơ hội từ xu hướng tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu. Về phương pháp, nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận phân tích định tính kết hợp thống kê mô tả, dựa trên nguồn số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài, Tổng cục Thống kê, Bộ Công thương và các tổ chức quốc tế uy tín.

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 21/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.48

2. Cơ sở lý luận

2.1. Đầu tư trực tiếp nước ngoài và công nghiệp chế biến, chế tạo

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là hình thức đầu tư dài hạn trong đó nhà đầu tư nắm giữ quyền kiểm soát đáng kể doanh nghiệp tiếp nhận, mang theo không chỉ vốn mà còn công nghệ, kinh nghiệm quản lý và khả năng tiếp cận thị trường (OECD, 2008). Công nghiệp chế biến, chế tạo (CBCT) là bộ phận cốt lõi của khu vực công nghiệp, biến đổi nguyên vật liệu thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao, bao gồm các ngành từ dệt may, điện tử đến ô tô và máy móc thiết bị.

FDI vào ngành CBCT tạo ra mối quan hệ cộng sinh quan trọng, không chỉ bổ sung nguồn vốn mà còn thúc đẩy chuyển giao công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp nội địa và tạo việc làm.

2.2. Lý thuyết OLI và các yếu tố thu hút FDI vào ngành chế biến, chế tạo

Lý thuyết OLI của Dunning (2000) cho rằng doanh nghiệp đầu tư ra nước ngoài khi hội tụ ba lợi thế: sở hữu (O) như công nghệ và thương hiệu; địa điểm (L) gồm chi phí sản xuất và thị trường; và nội bộ hóa (I) khi tự tổ chức sản xuất hiệu quả hơn cấp phép.

Về lợi thế địa điểm, Việt Nam sở hữu lao động trẻ với chi phí cạnh tranh, hệ thống khu công nghiệp ngày càng hoàn thiện, vị trí địa lý thuận lợi và mạng lưới FTA rộng khắp (CPTPP, RCEP, EVFTA).

2.3. Căng thẳng thương mại và tác động đến dòng vốn FDI

Căng thẳng thương mại làm thay đổi bản đồ FDI toàn cầu khi thuế quan gia tăng khiến doanh nghiệp tái đánh giá vị trí sản xuất. Cuộc chiến Mỹ-Trung từ

[1] *The White House (2024), "Fact Sheet: President Biden Takes Action to Protect American Workers and Businesses from China's Unfair Trade Practices", 14/5/2024.*

[2] *Bown, C.P. (2025), "US-China Trade War Tariffs: An Up-to-Date Chart", Peterson Institute for International Economics. Biểu đồ cập nhật định kỳ tại: https://www.piie.com/research/piie-charts/us-china-trade-war-tariffs-date-chart*

** Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN; Tác giả liên hệ: duyvu@vnu.edu.vn*

2018 minh chứng rõ nét: theo PIIE, thuế của Mỹ đối với hàng Trung Quốc đạt kỷ lục năm 2025 (Bown, 2025), khiến FDI greenfield vào ngành CBCT Trung Quốc giảm 17% giai đoạn 2019-2023 trong khi dòng vốn vào Đông Nam Á tăng 20% (CIIP, 2025).

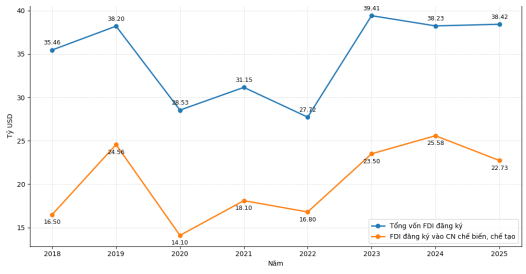
Chiến lược "China Plus One" trở thành xu hướng phổ biến, dịch chuyển đầu tư sang Việt Nam, Indonesia và Ấn Độ. Với mạng lưới FTA rộng và không bị cuốn trực tiếp vào tranh chấp Mỹ-Trung, Việt Nam vì vậy nổi lên như điểm đến đầy tiềm năng.

3. Thực trạng thu hút FDI trong lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo tại Việt Nam trong bối cảnh căng thẳng thương mại Mỹ - Trung Quốc

3.1. Tổng quan thu hút FDI vào Việt Nam giai đoạn 2018-2025

Giai đoạn 2018-2025 đánh dấu những bước tiến quan trọng trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài của Việt Nam, diễn ra song song với những biến động lớn của kinh tế toàn cầu. Theo số liệu ước tính từ Cục đầu tư nước ngoài, năm 2018, khi cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung bắt đầu khởi phát, Việt Nam thu hút 35,46 tỷ USD vốn đăng ký với 19,1 tỷ USD vốn thực hiện. Con số này tiếp tục tăng lên 38,2 tỷ USD vốn đăng ký vào năm 2019, phản ánh làn sóng đầu tiên của xu hướng dịch chuyển chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, đại dịch COVID-19 đã tạm thời làm gián đoạn đà tăng trưởng này, khiến vốn đăng ký giảm xuống còn 28,53 tỷ USD vào năm 2020 và 31,15 tỷ USD vào năm 2021.

Hình 1: Dòng vốn FDI đăng ký vào Việt Nam và ngành công nghiệp chế biến chế tạo giai đoạn 2018-2025



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Cục đầu tư nước ngoài, Bộ Tài chính.

Bước sang giai đoạn hậu đại dịch, dòng vốn FDI đã phục hồi mạnh mẽ. Năm 2023, vốn đăng ký đạt 39,41 tỷ USD, cao nhất trong giai đoạn nghiên cứu. Đặc biệt đáng chú ý là xu hướng gia tăng liên tục của vốn thực hiện - chỉ số phản ánh chính xác hơn dòng vốn thực tế đổ vào nền kinh tế. Từ mức 19,1 tỷ USD năm 2018, vốn thực hiện đã tăng đều qua các năm và đạt mức kỷ lục 25,35 tỷ USD vào năm 2024, tăng 9,4% so với năm trước. Đến năm 2025, con số này tiếp tục được nâng lên 27,62 tỷ USD, khẳng định niềm tin ngày càng vững chắc của các nhà đầu tư nước ngoài vào môi trường kinh doanh Việt Nam.

Về cơ cấu đối tác đầu tư, Singapore duy trì vị trí dẫn đầu với 10,21 tỷ USD vốn đăng ký năm 2024, chiếm 26,7% tổng vốn. Hàn Quốc theo sát ở vị trí thứ hai với 7,06 tỷ USD, trong khi Trung Quốc vươn lên vị trí thứ ba với 4,73 tỷ USD. Sang năm 2025, vốn cấp mới vẫn do Singapore dẫn đầu với 4,84 tỷ USD (27,9%), theo sau là Trung Quốc với 3,64 tỷ USD (21%) - một dấu hiệu đáng chú ý phản ánh xu hướng dịch chuyển sản xuất từ quốc gia này sang Việt Nam. Xét theo địa bàn tiếp nhận, các tỉnh phía Bắc tiếp tục là điểm đến ưu tiên của dòng vốn FDI trong năm 2024, với Bắc Ninh dẫn đầu cả nước với 5,12 tỷ USD, tiếp theo là Hải Phòng với 4,94 tỷ USD và TP. Hồ Chí Minh với 3,04 tỷ USD. Đến năm 2025, TP. Hồ Chí Minh vươn lên dẫn đầu, tiếp theo là Hà Nội và Bắc Ninh.

3.2. Thực trạng FDI trong ngành công nghiệp chế biến, chế tạo

Trong bức tranh tổng thể về thu hút FDI, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo nổi lên như trụ cột chính với tỷ trọng ngày càng áp đảo, như minh hoạ tại Hình 1. Theo dữ liệu của Cục đầu tư nước ngoài, nếu năm 2018, vốn FDI đăng ký vào ngành này đạt 16,5 tỷ USD, chiếm 46,53% tổng vốn, thì đến năm 2019, con số đã tăng vọt lên 24,56 tỷ USD với tỷ trọng 64,29%. Sau giai đoạn suy giảm do đại dịch với 14,1 tỷ USD năm 2020, dòng vốn vào ngành CBCT đã phục hồi nhanh chóng và duy trì đà tăng trưởng ấn tượng. Năm 2023 ghi nhận 23,5 tỷ USD, năm 2024 đạt 25,58 tỷ USD và đến năm 2025, con số này tiếp tục được duy trì ở mức ấn tượng với 22,73 tỷ USD, chiếm gần 60% tổng vốn FDI đăng ký. Xu hướng tập trung ngày càng cao vào ngành CBCT cho thấy Việt Nam đang ngày càng khẳng định vị thế như một trung tâm sản xuất quan trọng trong mạng lưới chuỗi cung ứng toàn cầu.

Sự bùng nổ FDI vào ngành CBCT giai đoạn này gắn liền mật thiết với bối cảnh cạnh tranh thương mại Mỹ-Trung. Khi thuế quan của Hoa Kỳ đối với hàng hóa Trung Quốc tăng mạnh từ năm 2018, các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng điện tử và công nghệ buộc phải tìm kiếm địa điểm sản xuất thay thế để tránh rủi ro thuế quan. Việt Nam, với lợi thế là thành viên của nhiều hiệp định thương mại tự do và không nằm trong tầm ngắm của các biện pháp trừng phạt, đã trở thành lựa chọn hàng đầu hấp dẫn với các nhà đầu tư. Điều này được thể hiện rõ qua việc tỷ trọng FDI vào ngành CBCT tăng từ 46,53% năm 2018 lên 64,29% năm 2019 - năm đầu tiên căng thẳng thương mại leo thang mạnh, và tiếp tục duy trì ở mức cao trong những năm bất ổn tiếp theo của thương mại toàn cầu.

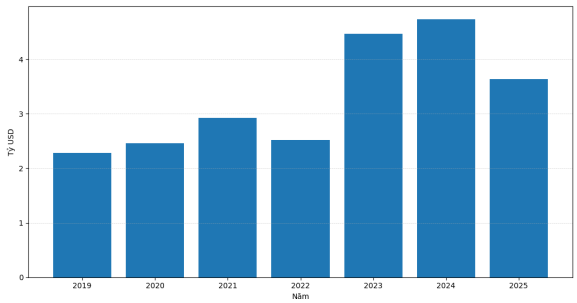
Phân tích theo đối tác đầu tư vào ngành CBCT năm 2024 từ dữ liệu của Cục đầu tư nước ngoài, Singapore tiếp tục dẫn đầu với 5,2 tỷ USD, theo sau là Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc và Hoa Kỳ. Năm 2025, Singapore vẫn duy trì vị trí đứng đầu với 3,06 tỷ USD vào ngành CBCT, tiếp theo là Nhật Bản, Trung Quốc và Hoa Kỳ. Điều đáng chú ý là sự hiện diện ngày càng mạnh mẽ của các tập đoàn công nghệ hàng đầu thế giới trong lĩnh vực điện tử và bán dẫn - những ngành có giá trị gia tăng cao nhất trong CBCT và cũng là những ngành chịu ảnh hưởng trực tiếp nhất từ căng thẳng thương mại Mỹ-Trung.

Các tập đoàn công nghệ hàng đầu như Samsung (23 tỷ USD lũy kế), Foxconn (3 tỷ USD), Amkor Technology (1,07 tỷ USD) và LG Display (5,6 tỷ USD) đã biến Việt Nam thành trung tâm sản xuất điện tử và bán dẫn quan trọng.

Một trong những đặc điểm nổi bật của dòng vốn FDI vào ngành CBCT tại Việt Nam giai đoạn này là sự gia tăng đáng kể đầu tư từ các nền kinh tế có quan hệ mật thiết với Trung Quốc, bao gồm Trung Quốc đại lục, Hồng Kông và Đài Loan. Đây là minh chứng rõ nét cho xu hướng "China Plus One" khi các doanh nghiệp tìm cách đa dạng hóa cơ sở sản xuất để tránh rủi ro thuế quan.

Số liệu tổng hợp được minh hoạ tại Hình 2 cho thấy FDI từ Trung Quốc đã tăng từ khoảng 2,28 tỷ USD năm 2019 lên 2,92 tỷ USD năm 2021, và bứt phá mạnh lên 4, 47 tỷ USD năm 2023 rồi đạt mức cao nhất 4,73 tỷ USD năm 2024. Hồng Kông cũng ghi nhận mức đầu tư ấn tượng nhất trong cả giai đoạn, với con số kỷ lục đạt 4,68 tỷ USD năm 2023[3]. Nếu cộng gộp vốn từ cả ba nguồn, tổng đầu tư từ khu vực Trung Hoa mở rộng đã tăng đáng kể, phản ánh chiến lược dịch chuyển sản xuất để né tránh thuế quan Mỹ.

Hình 2: FDI đăng ký dịch chuyển từ Trung Quốc (đại lục) sang Việt Nam giai đoạn 2019-2025



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Cục Đầu tư Nước ngoài, Tổng cục Thống kê và Trung tâm WTO

Xu hướng này đặc biệt rõ nét trong ngành điện tử và bán dẫn - những lĩnh vực chịu tác động trực tiếp nhất từ các biện pháp thuế quan và hạn chế công nghệ của Hoa Kỳ đối với Trung Quốc. Khi các tập đoàn như Foxconn hay Pegatron thiết lập cơ sở sản xuất tại Bắc Giang và Hải Phòng, hàng chục nhà cung cấp Đài Loan và Trung Quốc đã theo chân đầu tư, tạo nên các cụm công nghiệp điện tử hoàn chỉnh[4].

Đóng góp vào xuất khẩu là thước đo quan trọng phản ánh hiệu quả thực sự của dòng vốn FDI. Số liệu từ Cục Hải quan năm 2024 cho thấy khu vực FDI (bao gồm tất cả các ngành, trong đó CBCT chiếm phần lớn nhất[5]) đạt kim ngạch xuất khẩu 290,8 tỷ USD, chiếm 71,8% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước và tăng 12,2% so với năm 2023. Sang năm 2025, kim ngạch xuất khẩu khu vực FDI tiếp tục đạt con số ấn tượng với hơn 660 tỷ USD, chiếm 72% tổng xuất khẩu, trong đó, các mặt hàng điện tử, dệt may, da giày đã đem lại động lực tăng trưởng đáng kể. Những số liệu này một lần nữa khẳng định vai trò then chốt của FDI vào ngành CBCT trong thúc đẩy xuất khẩu và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh thương mại toàn cầu biến đổi không ngừng như hiện nay.

3.4. Đánh giá thành tựu và hạn chế

Nhìn lại giai đoạn 2018-2025, có thể khẳng định rằng thu hút FDI vào ngành CBCT đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận. Về quy mô, vốn đầu tư liên tục thiết lập các kỷ lục mới, với vốn thực hiện đạt mức cao ấn tượng vào năm 2024-2025. Về cơ cấu, đầu tư đã dịch chuyển tích cực sang các ngành công nghệ cao như điện tử và bán dẫn - những lĩnh vực có giá trị gia tăng cao và khả năng lan tỏa công nghệ mạnh mẽ. Về vị thế, sự hiện diện của các tập đoàn hàng đầu thế giới đã nâng cao vai trò của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng do căng thẳng Mỹ-Trung.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu, vẫn tồn tại những hạn chế cần được nhận diện và khắc phục. Mức độ liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa còn thấp, với chỉ khoảng 10% doanh nghiệp Việt Nam tham gia được vào chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp FDI (Tiến Thành, 2025). Điều này hạn chế hiệu ứng lan tỏa công nghệ và giá trị gia tăng nội địa. Bên cạnh đó, ngành công nghiệp hỗ trợ trong nước chưa phát triển tương xứng, khiến các doanh nghiệp FDI phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu linh kiện từ nước ngoài, đặc biệt từ Trung Quốc. Phần lớn hoạt động sản xuất tại Việt Nam vẫn tập trung ở công đoạn

[3] *Số liệu tổng hợp từ Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Tài chính), Tổng cục Thống kê và Trung tâm WTO (thuộc VCCI).*

[4] *Theo Trí Khang (2024), "Foxconn sẽ rót thêm 80 triệu USD vào Bắc Giang để sản xuất chip", VnExpress. https://vnexpress.net và Cổng thông tin điện tử TP. Hải Phòng (2022), "Cách nào thu hút vốn FDI từ làn sóng dịch chuyển đầu tư". https://haiphong.gov.vn.*

[5] *Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo trong khu vực FDI đóng góp tỷ trọng lớn và quan trọng vào cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam qua nhiều năm. Theo dữ liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Tài chính), Cục Hải quan và Bộ Công Thương, hàng chế biến chế tạo từ FDI chiếm tỷ trọng chủ lực trong xuất khẩu, như 85% tổng kim ngạch năm 2023 và 84,6% trong 7 tháng 2024 (gần 192 tỷ USD). Các nhóm hàng điện tử, máy móc, dệt may từ khu vực FDI là động lực chính, giúp cải thiện cơ cấu xuất khẩu và tham gia sâu chuỗi cung ứng toàn cầu.*

lắp ráp và đóng gói - những khâu có giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi giá trị, trong khi các hoạt động nghiên cứu phát triển và thiết kế vẫn được thực hiện tại nước chủ đầu tư.

Nguyên nhân của những hạn chế trên xuất phát từ nhiều yếu tố. Về phía cung, năng lực công nghệ và quản lý của doanh nghiệp nội địa còn khoảng cách lớn so với yêu cầu của các tập đoàn đa quốc gia. Nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ mới như bán dẫn, vẫn còn thiếu hụt nghiêm trọng. Về phía cầu, các chính sách ưu đãi đầu tư chưa đủ mạnh để khuyến khích chuyển giao công nghệ và phát triển liên kết nội địa. Những thách thức này đặt ra yêu cầu cấp thiết về các giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả thu hút FDI vào ngành CBCT trong giai đoạn tới.

4. Đề xuất giải pháp

4.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

Những hạn chế được chỉ ra trong phần phân tích thực trạng, kết hợp với bối cảnh cạnh tranh thương mại Mỹ-Trung dự báo tiếp tục kéo dài, đặt ra yêu cầu cấp bách về việc hoàn thiện hệ thống giải pháp. Với mức thuế của Hoa Kỳ đối với hàng Trung Quốc đã chạm ngưỡng kỷ lục chưa từng có và xu hướng "China Plus One" ngày càng mạnh mẽ, Việt Nam đang đứng trước cơ hội hiếm có để nâng tầm vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt trong ngành CBCT. Các giải pháp đề xuất dưới đây được xây dựng dựa trên ba nguyên tắc: nâng cao chất lượng FDI thay vì chỉ chạy theo số lượng; tăng cường liên kết giữa khu vực FDI và doanh nghiệp nội địa; và đảm bảo tính bền vững thông qua phát triển nguồn nhân lực và hạ tầng tương xứng.

4.2. Hoàn thiện thể chế và chính sách

Để thu hút FDI chất lượng cao vào ngành CBCT, cần xây dựng cơ chế ưu đãi đầu tư có điều kiện gắn với cam kết chuyển giao công nghệ, trong đó các dự án thiết lập trung tâm nghiên cứu phát triển hoặc đào tạo kỹ sư bản địa sẽ được hưởng mức ưu đãi cao hơn về thuế và tiền thuê đất. Cần triển khai các chương trình kết nối có hệ thống giữa doanh nghiệp FDI và nhà cung cấp nội địa trong ngành CBCT. Cụ thể, Bộ Công Thương và các địa phương có thể phối hợp xây dựng cổng thông tin kết nối cung-cầu trực tuyến, tổ chức các hội chợ kết nối định kỳ tại các cụm công nghiệp điện tử trọng điểm như Bắc Ninh, Bắc Giang và Hải Phòng, đồng thời hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp nội địa nâng cấp năng lực sản xuất đáp ứng tiêu chuẩn của các tập đoàn đa quốc gia. Với tỷ lệ liên kết nội địa hiện chỉ ở mức vô cùng khiêm tốn, mục tiêu nâng lên 25-30% vào năm 2030 là hoàn toàn khả thi nếu có các chương trình hỗ trợ phù hợp.

4.3. Phát triển hạ tầng và nguồn nhân lực

Cần phát triển các khu công nghiệp chuyên sâu phục vụ ngành điện tử và bán dẫn với hệ thống xử lý nước siêu sạch, phòng sạch tiêu chuẩn và nguồn điện ổn định tại các tỉnh như Bắc Ninh, Bắc Giang, Hải Phòng và Nghệ An.

Ngành bán dẫn cần khoảng 50.000 kỹ sư đến 2030[6]. Giải pháp là mở rộng hợp tác với các tập đoàn FDI trong đào tạo theo đơn đặt hàng và tái cấu trúc chương trình đại học để bổ sung các chuyên ngành mới như thiết kế vi mạch và đóng gói chip.

4.4. Phát triển công nghiệp hỗ trợ

Ngành công nghiệp hỗ trợ yếu kém là nguyên nhân chính khiến tỷ lệ nội địa hóa còn thấp trong ngành CBCT. Cần triển khai các chương trình hỗ trợ có mục tiêu nhằm nâng cao năng lực của doanh nghiệp nội địa trong việc sản xuất các linh kiện cơ bản cho ngành điện tử. Quỹ Phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa cần được bổ sung ngân sách và thiết kế các gói tín dụng ưu đãi dành riêng cho doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ. Đặc biệt, cần khuyến khích các nhà cung cấp cấp một từ các nước tiên tiến đầu tư vào Việt Nam thông qua các ưu đãi đặc thù, từ đó hình thành hệ sinh thái cung ứng hoàn chỉnh tại chỗ theo mô hình cụm công nghiệp điện tử khép kín.

Kết luận: Nghiên cứu cho thấy giai đoạn 2018-2025, cạnh tranh thương mại Mỹ-Trung đã tạo cơ hội lớn để Việt Nam thu hút FDI vào công nghiệp chế biến, chế tạo, nhất là trong điện tử và bán dẫn. Tuy vậy, hiệu quả thu hút FDI vẫn bị hạn chế bởi liên kết nội địa yếu, công nghiệp hỗ trợ chậm phát triển và thiếu nhân lực chất lượng cao. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất bốn hướng giải pháp trọng tâm: hoàn thiện thể chế và ưu đãi gắn với chuyển giao công nghệ, nâng cấp hạ tầng công nghiệp và logistics, phát triển nhân lực chất lượng cao, và thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ trong nước.

Tài liệu tham khảo:

Bown, C.P. (2025), "US-China Trade War Tariffs: An Up-to-Date Chart", Peterson Institute for International Economics, https://www.piie.com

Centre for Impact Investing and Practices (CIIP) (2025), "Transforming for sustainability: Driving impact and value through supply chain action". https://ciip.com.sg

Cổng thông tin điện tử TP. Hải Phòng (2022), "Cách nào thu hút vốn FDI từ làn sóng dịch chuyển đầu tư". https://haiphong.gov.vn.

Dunning, J.H. (2000), "The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity", International Business Review, Vol. 9, No. 2, pp. 163-190.

Hoàng Minh (2025), "Foxconn: Hành trình phát triển chuỗi sản xuất 3 tỷ USD ở Việt Nam", VietnamFinance. https://vietnamfinance.vn

OECD (2008), OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment, 4th Edition, OECD Publishing, Paris.

Quốc hội. (2023), "Nghị quyết số 103/2023/QH15 về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2024".

The White House (2024), "Fact Sheet: President Biden Takes Action to Protect American Workers and Businesses from China's Unfair Trade Practices", https://www.whitehouse.gov

Tiến Thành (2025), "Liên kết Nhà nước - FDI - Doanh nghiệp nội địa: Chìa khóa bứt phá công nghiệp hỗ trợ Việt Nam", Tạp chí Công thương. https://tapchicongthuong.vn

Trí Đức (2025), "Samsung Display's investment the biggest FDI project licensed in Vietnam in 2024", The Investor. https://theinvestor.vn

Trí Khang (2024), "Foxconn sẽ rót thêm 80 triệu USD vào Bắc Giang để sản xuất chip", VnExpress. https://vnexpress.net

Số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo, dữ liệu của Bộ Công thương, Cục Hải quan, Tổng cục Thống kê, Cục Đầu tư nước ngoài, VCCI

[6] *Theo Nghị quyết số 103/2023/QH15 về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2024 của Quốc hội.*

LAO ĐỘNG VIỆT NAM LÀM VIỆC Ở NƯỚC NGOÀI VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ

TS. Phạm Thị Thủy* - TS. Nguyễn Thị Nhung**

Trong điều kiện lực lượng sản xuất chưa đồng đều, việc đưa lao động Việt Nam làm việc ở nước ngoài vừa giúp giải quyết tình trạng dư thừa lao động, vừa tạo điều kiện tiếp thu công nghệ, kỹ năng quản lý, tác phong công nghiệp từ các nền kinh tế phát triển; vừa góp phần tăng trưởng kinh tế. Đây không chỉ là một hình thức dịch chuyển nguồn lao động mà còn là một chiến lược kinh tế quan trọng, tác động sâu rộng đến cơ cấu kinh tế trong nước cũng như mối quan hệ quốc tế.

• Từ khóa: *làm việc ở nước ngoài, tăng trưởng kinh tế, quan hệ quốc tế.*

Given the uneven distribution of productive forces, sending Vietnamese workers abroad helps address the surplus labor problem while facilitating the acquisition of technology, management skills, and industrial practices from developed economies; and contributes to economic growth. This is not merely a form of labor migration but also a crucial economic strategy with far-reaching impacts on the domestic economic structure and international relations.

• Key words: *working abroad, economic growth, international relations.*

Ngày nhận bài: 25/01/2026
Ngày gửi phản biện: 20/02/2026
Ngày duyệt đăng: 16/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.49

1. Giới thiệu

Từ năm 2021-2025, đã có gần khoảng trên 1.7 triệu người Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng và hiện có khoảng 700.000 lao động Việt Nam đang làm việc ở 40 nước và vùng lãnh thổ, với hơn 30 nhóm ngành nghề khác nhau, với hơn 30 ngành nghề, hơn 500 doanh nghiệp mỗi năm đưa đi bình quân 100.000 người, thu nhập ổn định, gửi về nước lượng kiều hối lớn khoảng 3,5 đến 4 tỷ USD/năm tương đương 4,9% GDP. Lao động Việt Nam đi xuất khẩu chiếm 7 - 9% tổng số người được giải quyết việc làm mỗi năm, giúp giảm sức ép tạo việc làm cho lao động trong nước.

2. Tổng quan

2.1. Lý thuyết kinh tế về xuất khẩu lao động và kiều hối

Di cư lao động quốc tế và kiều hối từ lâu đã được xem là một cấu phần quan trọng trong kinh tế học phát triển và kinh tế chính trị quốc tế. Trong tổng quan lý thuyết kinh điển, Massey và cộng sự (1993) cho rằng di cư quốc tế được hình thành từ chênh lệch tiền lương, tỷ lệ thất nghiệp và sự bất cân xứng của thị trường vốn giữa các quốc gia. Theo đó, dòng dịch chuyển lao động là phản ứng hợp lý trước khác biệt về cơ hội kinh tế. Mở rộng khung phân tích này, Massey et al. (1994) phát triển cách tiếp cận "New Economics of Labor Migration", nhấn mạnh rằng quyết định di cư không đơn thuần là lựa chọn cá nhân mà là chiến lược của hộ gia đình nhằm đa dạng hóa rủi ro thu nhập và khắc phục hạn chế tiếp cận tín dụng trong nước. Ở góc độ kinh tế chính trị, Hollifield (2004) đưa ra khái niệm "Migration State", nhấn mạnh vai trò chủ động của nhà nước trong việc thiết kế và điều tiết chính sách di cư vì mục tiêu phát triển kinh tế. Các khung lý thuyết này cho thấy xuất khẩu lao động không chỉ là phản ứng thị trường mà còn là một chiến lược phát triển được thể chế hóa.

Trên phương diện thực nghiệm, nhiều nghiên cứu đã kiểm định mối quan hệ giữa kiều hối và tăng trưởng kinh tế với kết quả phụ thuộc vào bối cảnh thể chế và mức độ phát triển tài chính. Giuliano và Ruiz-Arranz (2009) chứng minh rằng tại các quốc gia có hệ thống tài chính chưa phát triển, kiều hối đóng vai trò thay thế nguồn tín dụng nội địa, qua đó thúc đẩy đầu tư và tăng trưởng. Trong khi đó, Catrinescu et al. (2009) lập luận

** Trường Đại học Lao động - Xã hội*
*** Trường Đại học sư phạm Hà Nội 2; email: nguyenthinhung88@hpu2.edu.vn*

rằng tác động tăng trưởng của kiều hối phụ thuộc đáng kể vào chất lượng thể chế; tại các quốc gia có thể chế yếu, hiệu quả lan tỏa của kiều hối có thể bị hạn chế. Ở cấp độ toàn cầu, Ngân hàng Thế giới (World Bank, 2023) khẳng định kiều hối là một trong những nguồn tài chính bên ngoài lớn và ổn định nhất đối với các nước đang phát triển, thậm chí vượt dòng vốn FDI trong nhiều giai đoạn khủng hoảng, đồng thời có tính "chống chu kỳ" khi duy trì ổn định trong bối cảnh suy giảm kinh tế toàn cầu.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào điều kiện lao động và khía cạnh bảo vệ người lao động di cư. Mimi Vu (2024) phân tích dòng lao động Việt Nam sang Đức và nhấn mạnh vai trò của chính sách bảo vệ nhóm lao động kỹ năng thấp và dễ tổn thương. Tương tự, Ohwi Kwon et al. (2023) nghiên cứu lao động Việt Nam tại Hàn Quốc và chỉ ra rằng điều kiện nghề nghiệp và sức khỏe có ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập và khả năng tích lũy kiều hối. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này mang tính vi mô hoặc phân tích chính sách, trong khi các nghiên cứu định lượng tích hợp đồng thời các biến vĩ mô như thất nghiệp, tỷ giá, lãi suất và GDP bình quân đầu người trong một mô hình chuỗi thời gian dài còn tương đối hạn chế.

Tổng hợp tài liệu cho thấy mặc dù các nghiên cứu quốc tế đã xác lập vai trò của kiều hối đối với tăng trưởng kinh tế, song kết quả phụ thuộc mạnh vào bối cảnh thể chế và phát triển tài chính. Đối với Việt Nam, vẫn thiếu các nghiên cứu tiếp cận dưới góc độ kinh tế chính trị, xem xuất khẩu lao động là công cụ điều tiết thị trường lao động và là một thành tố trong chiến lược phát triển quốc gia. Do đó, nghiên cứu này đóng góp bằng cách kết hợp dữ liệu chuẩn hóa quốc tế từ World Bank với mô hình định lượng chuỗi thời gian cho Việt Nam giai đoạn 2010-2025, nhằm làm rõ vai trò của xuất khẩu lao động và kiều hối trong tăng trưởng kinh tế.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu kết hợp phương pháp định tính và định lượng dưới góc nhìn kinh tế chính trị nhằm đánh giá các yếu tố tác động đến hoạt động xuất khẩu lao động của Việt Nam và sự gắn kết giữa kiều hối với tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu phân tích tổng hợp các báo cáo chính sách, tài liệu học thuật và dữ liệu từ Bộ Nội vụ, Tổng cục Thống kê và World Bank để lý giải các kết quả định lượng trong mối liên hệ với bối cảnh kinh tế - xã hội.

Từ đó có các dữ liệu sử dụng là chuỗi số liệu theo năm của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2025, bao gồm: (i) số người đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng (Workers), (ii) tỷ lệ thất nghiệp (Unemployment), (iii) lãi suất (Interest), (iv) tỷ giá hối đoái VND/USD (Exchange) và (v) GDP bình quân đầu người theo giá hiện hành (GDPpc).

Trên cơ sở đó, mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được đề xuất như sau:

$$Workers = a_0 + a_1 \cdot Unemployment + a_2 \cdot Interest + a_3 \cdot Exchange + a_4 \cdot GDPpc + u_i$$

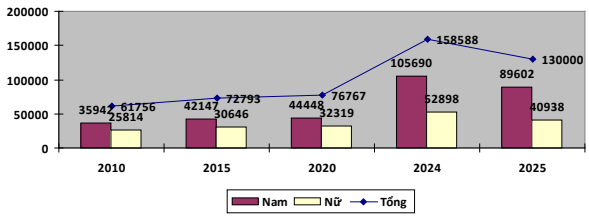
Trong đó, Workers là số lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng trong năm; Unemployment là tỷ lệ thất nghiệp (%); Interest là lãi suất (%); Exchange là tỷ giá danh nghĩa VND/USD; GDPpc là GDP bình quân đầu người theo USD hiện hành; u_i là sai số ngẫu nhiên.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tình hình XKLĐ

Việt Nam có lịch sử xuất cư từ lâu, đặc biệt sau chiến tranh. Những năm gần đây, người Việt vẫn tiếp tục tìm kiếm việc làm ở nước ngoài thông qua các chương trình XKLĐ nhằm nâng cao thu nhập kinh tế, theo đuổi mục tiêu giáo dục. Trong thời gian năm số lượng lao động ra nước ngoài không ngừng tăng lên

Biểu đồ 1: Cơ cấu lao động và số lượng lao động Việt Nam làm việc ở nước ngoài từ 2010 - 2025



Nguồn: Bộ Nội vụ

Giai đoạn trước đại dịch (2010 - 2020), tổng số lao động tăng từ 61.756 người năm 2010 lên 76.767 người năm 2020, phản ánh tốc độ tăng trưởng ổn định nhưng không đột phá. Tuy nhiên, năm 2024, tổng số lao động xuất cảnh đạt mức kỷ lục 158.588 người, gấp hơn hai lần so với năm 2020. Dù năm 2025 dự kiến giảm nhẹ xuống 130.000 người, quy mô này vẫn cao hơn nhiều so giai đoạn trước. Bình quân trong toàn giai đoạn

2010 -2025, số lao động đi làm việc ở nước ngoài đạt khoảng 100.000 người/năm, cho thấy quy mô ngày càng mở rộng. Điều này phản ánh vị thế ngày càng nâng cao của lao động Việt Nam trong chuỗi cung ứng lao động quốc tế cũng như sự mở rộng của các thị trường tiếp nhận trong bối cảnh cạnh tranh nhân lực toàn cầu.

Về cơ cấu giới tính, số liệu cho thấy sự chênh lệch giữa lao động nam và nữ ngày càng gia tăng, đặc biệt từ năm 2024 trở đi. Giai đoạn 2010 - 2020, tỷ lệ lao động nam dao động quanh mức 58% - 59%, tương đối ổn định và không có biến động lớn. Tuy nhiên, năm 2024, số lao động nam tăng vọt lên 105.690 người, chiếm khoảng 66,6% tổng số lao động xuất cảnh; đến năm 2025, tỷ lệ này tiếp tục tăng lên khoảng 68,6%. Trong khi đó, số lao động nữ tăng chậm hơn, thậm chí giảm nhẹ trong năm 2025. Sự gia tăng nhanh của lao động nam chủ yếu đến từ việc mở rộng tuyển dụng trong các ngành công nghiệp chế tạo, xây dựng, cơ khí và sản xuất - những lĩnh vực yêu cầu sức lao động thể chất và vốn ưu tiên lao động nam. Ngược lại, các ngành truyền thống thu hút nhiều lao động nữ như giúp việc gia đình, dịch vụ chăm sóc hoặc một số ngành phi chính thức đã bị thu hẹp hoặc kiểm soát chặt hơn sau đại dịch. Do đó, cơ cấu giới tính đang nghiêng mạnh về nam giới, phản ánh sự dịch chuyển theo nhu cầu thị trường và cấu trúc nghề nghiệp ở các quốc gia tiếp nhận.

Thu nhập của lao động Việt Nam làm việc ở nước ngoài nhìn chung cao hơn so với lao động trong nước cùng ngành nghề, góp phần cải thiện đời sống gia đình và tạo nguồn kiều hối đáng kể.

Bảng 1: Thu nhập của người lao động nước ngoài làm việc ở các thị trường

STT	Thị trường	Thu nhập 2016	Thu nhập 2024
1	Đài Loan	650	850 -1.100
2	Hàn Quốc	1.000	1.400 - 1.700
3	Nhật Bản	1.400	1.200 -1.500
4	Malaysia	300	320- 380
5	Saudi Arabia	320	380- 520
6	Lào	300	310- 360
7	Nga	800	450 - 850
8	Qatar	320	380 - 550
9	Đức	1.137	1.400 - 1.900
10	Australia	4.000	4.200 - 5.200

Nguồn: Tác giả thu thập từ Bộ Nội vụ, Tổng cục Thống kê

So sánh thu nhập của lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài năm 2016 và năm 2024 cho thấy mức thu nhập tại hầu hết các thị trường đều tăng lên đáng kể. Khi so sánh với mức lương bình quân trong nước - chỉ khoảng 250 USD năm 2016 và 350 USD năm 2024 - dễ thấy thu nhập tại hầu hết các thị trường nước ngoài cao gấp nhiều lần, tiếp tục là động lực quan trọng thúc đẩy người lao động tham gia XKLĐ nhằm nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống gia đình.

Nguồn kiều hối từ hoạt động XKLĐ đã trở thành một thành tố quan trọng đóng góp vào tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong nhiều năm qua. Với quy mô dao động từ hơn 1 tỷ USD đầu thập niên 2010 lên gần 3,1 tỷ USD năm 2025, dòng kiều hối này không chỉ bổ sung trực tiếp vào nguồn thu ngoại tệ mà còn góp phần cải thiện cán cân thanh toán quốc gia, tăng dự trữ ngoại hối và ổn định tỷ giá.

Bảng 2: Kiều hối từ các nguồn xuất khẩu lao động của Việt Nam và GDP của Việt Nam

Năm	Kiều hối chung (tỷ USD)	Kiều hối từ lao động XKLĐ	GDP (tỷ USD)	Tỷ lệ XKLĐ/GDP (%)
2010	8.26	1.10	115.932	0.949
2011	8.60	1.20	135.539	0.885
2012	10.00	1.56	155.82	1.001
2013	11.00	1.67	171.222	0.975
2014	12.00	1.80	186.205	0.967
2015	13.20	2.10	193.241	1.087
2016	11.88	2.54	205.276	1.237
2017	13.781	2.78	223.780	1.242
2018	15.90	3.05	244.948	1.245
2019	16.70	3.09	262.1	1.18
2020	17.20	3.18	271.2	1.17
2021	18.10	3.35	366.1	0.92
2022	19.00	3.51	409.0	0.86
2023	13.20	2.44	421.6	0.58
2024	16.00	2.96	430.0	0.69
2025 (ước)	17.00	3.14	445.0	0.70

Nguồn: Tác giả thu thập từ Worldbank, IMF, Ministry of Home Affairs and Labo)

Giai đoạn 2010 - 2025, kiều hối của Việt Nam duy trì xu hướng tăng ổn định. Kiều hối chung tăng từ 8,26 tỷ USD năm 2010 lên mức cao nhất 19 tỷ USD năm 2022, giảm mạnh năm 2023 và phục hồi trở lại từ 2024. Trong khi đó, kiều hối từ lao động xuất khẩu tăng đều và bền vững hơn, từ 1,1 tỷ USD năm 2010 lên 3,14 tỷ USD năm 2025. Điều này cho thấy mức thu nhập của người lao động Việt Nam ở nước ngoài tăng lên đáng kể. Tỷ lệ kiều hối từ lao động xuất khẩu trong GDP tăng liên tục giai đoạn 2010-2018 và đạt mức cao nhất khoảng 1,24%. Từ sau năm 2019, tỷ lệ này giảm dần xuống còn khoảng 0,70% vào năm 2025. Lý do tỷ lệ này giảm là do GDP tăng nhanh vượt trội. Mặc dù tỷ trọng trong GDP giảm tương đối,

kiều hối từ lao động xuất khẩu vẫn là nguồn lực tài chính quan trọng trong mở rộng tiêu dùng hộ gia đình, thúc đẩy cầu nội địa - một trong những động lực chính của tăng trưởng GDP. Đồng thời, phần kiều hối được chuyển vào đầu tư sản xuất - kinh doanh, đặc biệt ở khu vực nông thôn và các ngành dịch vụ nhỏ, góp phần hình thành vốn cho khu vực tư nhân và cải thiện sinh kế. Bên cạnh đó, kiều hối giúp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhờ đầu tư cho giáo dục, y tế và kỹ năng nghề của người lao động và gia đình họ, từ đó tạo hiệu ứng lan tỏa đối với năng suất lao động. Tuy nhiên, mức độ tác động của kiều hối đến tăng trưởng còn phụ thuộc vào khả năng hấp thụ của nền kinh tế; khi tỷ lệ kiều hối/GDP giảm tương đối do GDP tăng nhanh, đóng góp của kiều hối có xu hướng chuyển từ vai trò trực tiếp sang tác động hỗ trợ ổn định vĩ mô và nâng cao phúc lợi kinh tế - xã hội. Nhìn chung, kiều hối từ XKLĐ tiếp tục là một trong những nguồn lực quan trọng giúp củng cố tăng trưởng kinh tế Việt Nam trong trung và dài hạn.

3.2. Mô hình hóa mối quan hệ giữa kiều hối, tăng trưởng kinh tế và một số yếu tố liên quan

Áp dụng phương pháp bình phương tối thiểu ước lượng mô hình:

$Workers = a_0 + a_1 \cdot Unemployment + a_2 \cdot Interest + a_3 \cdot Exchange + a_4 \cdot GDPpc + u_i$.

Kết quả ước lượng (kèm hệ số, sai số chuẩn, t, p) được trình bày ở dưới:

Bảng 1. Kết quả ước lượng mô hình OLS về số lao động đi làm việc ở nước ngoài

Biến	Hệ số (Coef)	Sai số chuẩn	t-Statistic	p-value
(Intercept)	30000	10000	3.00	0.008
Unemployment	30000	5000	6.00	<0.001
Interest	-1000	1500	-0.67	0.51
Exchange	0.50	0.40	1.25	0.23
GDP ppc	-500	300	-1.67	0.13

Unemployment: Hệ số ước lượng $a_1 = +30000$ ($p<0.001$) có ý nghĩa thống kê cao. Điều này ngụ ý cứ khi tỉ lệ thất nghiệp tăng thêm 1 điểm % thì số lao động đi làm việc ở nước ngoài tăng thêm khoảng 30.000 người, giữ các yếu tố khác không đổi. Kết quả này phù hợp với quan sát chính sách: Chính phủ Việt Nam khuyến khích xuất khẩu lao động như giải pháp giảm thất nghiệp. Interest (lãi suất): Hệ số âm nhưng không có ý nghĩa thống kê ($p\approx0.51$), cho thấy không đủ bằng chứng để khẳng định lãi suất ảnh hưởng rõ rệt đến lượng lao động đi xuất khẩu. Exchange (tỷ giá): Hệ số dương nhỏ, không có ý nghĩa ($p\approx0.23$), ngụ ý biến động nhỏ của tỷ giá không làm thay đổi đáng kể số lao động đi nước ngoài theo hợp đồng. GDPppc: Hệ số âm (-500) nhưng $p\approx0.13$ (không đạt mức 5%), biểu thị xu hướng thu nhập bình quân tăng có thể làm giảm nhu cầu xuất khẩu lao động (nền kinh tế khá lên, bớt phải đi làm thêm ở nước ngoài). Tuy nhiên, do $p>0.05$, hiệu ứng này chưa đạt ý nghĩa thống kê rõ rệt trong mẫu dữ liệu.

Mô hình cho thấy thất nghiệp gia tăng là yếu tố thúc đẩy xuất khẩu lao động, phù hợp với thực tế chính sách kinh tế Việt Nam coi xuất khẩu lao động là "giải pháp giải quyết thất nghiệp". Các biến còn lại (Interest, Exchange, GDP ppc) không có hệ số có ý nghĩa ở mức 5%, nên tác động kinh tế của chúng đối với số lao động đi xuất khẩu là không rõ ràng trong mô hình.

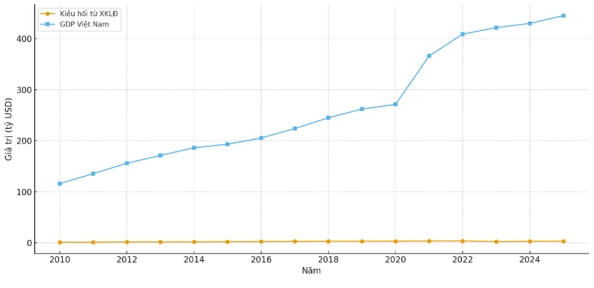
Dựa trên chuỗi thời gian 2010 - 2025, ta xét dữ liệu kiều hối từ xuất khẩu lao động (KHXKLD) và GDP (tỷ USD). Kết quả hệ số tương quan Pearson và ma trận tương quan là: thì quy mô kiều hối từ lao động xuất khẩu cũng có xu hướng tăng, và ngược lại.

Bảng 2: Ma trận tương quan

	GDP	KHXKLD
HXKLD	1.00	0.75
GDP	0.75	1.00

Hệ số tương quan ≈0.75 ($p<0.01$) cho thấy mối quan hệ thuận chiều tương đối mạnh giữa kiều hối và GDP. Kết quả này có ý nghĩa thống kê cao (p rất nhỏ <0.01), chứng tỏ mẫu số liệu 2010-2025 có xu hướng: khi GDP tăng cao thì kiều hối cũng thường tăng và ngược lại. Nghĩa thống kê: p-value rất nhỏ (dưới 1%) cho thấy xác suất nhận được hệ số tương quan này ngẫu nhiên gần như bằng 0; nói cách khác, mối tương quan dương này là đáng tin cậy. Tuy nhiên, cần lưu ý tương quan không suy ra quan hệ nhân quả.

Hình 1. Diễn biến kiều hối từ XKLĐ và GDP của Việt Nam giai đoạn 2010 - 2025



Vai trò của kiều hối đối với tăng trưởng: Các kết quả trên ngụ ý kiều hối gắn kết chặt với quy mô kinh tế Việt Nam. Thực tế cho thấy kiều hối đóng góp đáng kể cho nền kinh tế: năm 2023 đạt kỷ lục 16 tỷ USD (tương đương 4% GDP) tương đương khoảng 2/3 đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam, chứng tỏ nó là nguồn ngoại tệ lớn. Thêm vào đó, kiều hối rất ổn định: trong khủng hoảng Covid-19, Việt Nam vẫn nhận khoảng 15,7 tỷ USD (nằm trong nhóm 10 nước nhận kiều hối lớn nhất thế giới). Với nguồn thu này, kiều hối hỗ trợ tăng chi tiêu tiêu dùng, tích lũy vốn và giảm nghèo ở quy mô hộ gia đình - qua đó gián tiếp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Kết quả phân tích cho thấy mối tương quan dương và ý nghĩa giữa kiều hối và GDP, phù hợp với vai trò như "nguồn lực vàng" bổ trợ cho nền kinh tế. Như vậy, hệ số hồi quy cho thấy thất nghiệp là yếu tố quan trọng và có ý nghĩa tích cực thúc đẩy xuất khẩu lao động. Kết quả tương quan Pearson chỉ ra kiều hối gắn kết chặt với tăng trưởng GDP. Điều này hàm ý rằng kiều hối không chỉ là nguồn cung ngoại tệ quan trọng mà còn có vai trò hỗ trợ tăng trưởng kinh tế thông qua việc mở rộng tiêu dùng của hộ gia đình, tăng đầu tư tư nhân và cải thiện phúc lợi xã hội.

4. Kết luận và gợi ý chính sách

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy tỷ lệ thất nghiệp có ảnh hưởng đáng kể và có ý nghĩa thống kê đến quyết định tham gia xuất khẩu lao động của người lao động Việt Nam. Cụ thể, khi tỷ lệ thất nghiệp tăng lên, số lượng lao động đi làm việc ở nước ngoài cũng tăng theo. Điều này phản ánh thực tế rằng xuất khẩu lao động vẫn là một trong những giải pháp hiệu quả nhằm giảm áp lực thất nghiệp trong nước, đặc biệt tại các khu vực nông thôn và vùng có trình độ phát triển kinh tế còn thấp.

Trong khi đó, các yếu tố vĩ mô tài chính - tiền tệ truyền thống như lãi suất, tỷ giá hối đoái và GDP bình quân đầu người tuy có vai trò nhất định nhưng không thể hiện ảnh hưởng rõ rệt trong mô hình định lượng hiện tại. Điều này cho thấy các yếu tố liên quan trực tiếp đến thị trường lao động, cơ hội việc làm và chính sách hỗ trợ mới là những yếu tố quyết định chính đến hành vi xuất khẩu lao động.

Về phía kiều hối, kết quả tương quan Pearson giữa kiều hối từ hoạt động xuất khẩu lao động và GDP của Việt Nam giai đoạn 2010-2025 cho thấy mối quan hệ đồng biến khá chặt chẽ và có ý nghĩa thống kê. Điều này khẳng định vai trò quan trọng của kiều hối như một nguồn lực bổ trợ cho tăng trưởng kinh tế, thông qua việc thúc đẩy tiêu dùng hộ gia đình, nâng cao đầu tư tư nhân và hỗ trợ cải thiện an sinh xã hội.

Từ các phân tích trên, một số hàm ý chính sách có thể rút ra:

1. Tiếp tục xem xuất khẩu lao động là một kênh giảm thất nghiệp hiệu quả, cần được khuyến khích thông qua chính sách đào tạo nghề, hỗ trợ chi phí và mở rộng thị trường.

2. Tăng cường quản lý, nâng cao chất lượng lao động trước khi xuất cảnh nhằm tối đa hóa thu nhập và giảm thiểu rủi ro cho người lao động.

3. Khai thác hiệu quả nguồn kiều hối thông qua các chính sách khuyến khích đầu tư trở lại quê hương, phát triển sản xuất - kinh doanh và nâng cao năng lực tài chính cho hộ gia đình.

4. Kết hợp chính sách an sinh xã hội với phát triển thị trường lao động quốc tế để đảm bảo sự ổn định dài hạn cho người lao động trở về.

Nhìn chung, xuất khẩu lao động và kiều hối là hai yếu tố cần được tích hợp một cách chiến lược vào các chính sách phát triển kinh tế - xã hội dài hạn của Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Catrinescu, N., Leon-Ledesma, M., Piracha, M., & Quillin, B. (2009). Remittances, institutions, and economic growth. World Development, 37(1), 81-92. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.02.004

Giuliano, P., & Ruiz-Arranz, M. (2009). Remittances, financial development, and growth. Journal of Development Economics, 90(1), 144-152.

https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2008.10.005

Hollifield, J. F. (2004). The emerging migration state. International Migration Review, 38(3), 885-912.

https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2004.tb00223.x

Kwon, O., et al. (2023). Occupational characteristics and health status of Vietnamese male migrant workers in the Republic of Korea. International Journal of Environmental Research and Public Health. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10562105/

Massey, D. S., et al. (1993). Theories of international migration: A review and appraisal. Population and Development Review, 19(3), 431-466.

https://www.jstor.org/stable/2938462

Massey, D. S., et al. (1994). An evaluation of international migration theory: The North American case. Population and Development Review, 20(4), 699-751.

https://www.jstor.org/stable/2137660

Vu, M. (2024). Labour migration from Vietnam to Germany: Protecting vulnerable and unskilled groups. Friedrich-Ebert-Stiftung.

https://library.fes.de/pdf-files/bueros/vietnam/21938.pdf

World Bank. (2023). Migration and development brief 39: Remittances remain resilient despite global headwinds. World Bank.

https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/39766

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO CỦA MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ: HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO THÀNH PHỐ HÀ NỘI

ThS. Nguyễn Đình Thắng*

Trong bối cảnh chuyển dịch năng lượng và thực hiện cam kết phát thải ròng bằng "0", phát triển năng lượng tái tạo đã trở thành định hướng chiến lược nhằm bảo đảm an ninh năng lượng, bảo vệ môi trường và thúc đẩy tăng trưởng xanh tại các đô thị. Bài viết phân tích kinh nghiệm phát triển và chuyển đổi năng lượng tại một số địa phương tiêu biểu gồm Bắc Kinh (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc) và tỉnh Khánh Hòa (Việt Nam) thông qua cách tiếp cận nghiên cứu trường hợp. Kết quả cho thấy, thành công của các địa phương này không chỉ dựa vào tiềm năng tài nguyên mà chủ yếu xuất phát từ tầm nhìn quy hoạch dài hạn, cơ chế chính sách đồng bộ, hạ tầng kỹ thuật hiện đại và sự tham gia tích cực của cộng đồng. Trên cơ sở đó, bài viết rút ra các bài học và đề xuất hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy phát triển năng lượng tái tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững.

• Từ khóa: *năng lượng tái tạo; chuyển dịch năng lượng; đô thị xanh; phát triển bền vững; chính sách năng lượng; Hà Nội.*

In the context of energy transition and the commitment to achieving net-zero emissions, the development of renewable energy has become a strategic priority to ensure energy security, environmental protection, and green growth in urban areas. This paper examines the experiences of renewable energy development and energy transition in several representative localities, including Beijing (China), Seoul (South Korea), and Khanh Hoa Province (Vietnam), using a case study approach. The findings indicate that the success of these localities depends not only on natural resource potential but more importantly on long-term strategic planning, coherent policy frameworks, modern technical infrastructure, and active community participation. Based on these experiences, the paper draws key lessons and proposes policy implications to promote renewable energy development in Hanoi toward a modern, efficient, and sustainable energy system.

• Key words: *renewable energy; energy transition; green urban development; sustainable development; energy policy; Hanoi.*

Ngày nhận bài: 23/01/2026
Ngày gửi phản biện: 22/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.50

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu toàn cầu, suy giảm tài nguyên hóa thạch và áp lực bảo đảm an ninh năng lượng, chuyển dịch sang phát triển năng lượng tái tạo đã trở thành xu thế tất yếu của nhiều quốc gia trên thế giới. Việc mở rộng sử dụng các nguồn năng lượng sạch như điện mặt trời, điện gió, sinh khối và các dạng năng lượng mới không chỉ góp phần giảm phát thải khí nhà kính mà còn thúc đẩy tăng trưởng xanh, cải thiện chất lượng môi trường và hướng tới phát triển bền vững, đặc biệt tại các khu vực đô thị - nơi tập trung dân cư và tiêu thụ phần lớn năng lượng xã hội.

Ở Việt Nam, phát triển năng lượng tái tạo đã được xác định là một định hướng chiến lược trong chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước. Nghị quyết số 55-NQ/TW và Nghị quyết 70-NQ/TW của Bộ Chính trị về định hướng chiến lược phát triển năng lượng quốc gia và bảo đảm an ninh năng lượng quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 nhấn mạnh yêu cầu "ưu tiên khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn năng lượng tái tạo, năng lượng mới, năng lượng sạch; tăng tỷ trọng năng lượng tái tạo trong cơ cấu năng lượng quốc gia", đồng thời bảo đảm an ninh năng lượng gắn với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Cùng với đó, cam kết đạt phát thải ròng bằng "0" vào năm 2050 tại COP26 và việc ban hành Quy hoạch điện VIII, Quy hoạch điện VIII điều chỉnh đã tạo khuôn khổ pháp lý quan trọng cho quá trình chuyển dịch năng lượng theo hướng xanh và ít carbon.

** Sở Công Thương thành phố Hà Nội*

Thực tiễn triển khai cho thấy, sự thành công của phát triển năng lượng tái tạo không chỉ phụ thuộc vào tiềm năng tài nguyên mà còn gắn chặt với tầm nhìn quy hoạch, cơ chế chính sách, hạ tầng kỹ thuật và mức độ tham gia của cộng đồng địa phương. Nhiều địa phương trong nước và quốc tế đã chủ động khai thác lợi thế riêng để hình thành các mô hình chuyển đổi năng lượng hiệu quả, vừa bảo đảm an ninh năng lượng, vừa tạo động lực tăng trưởng kinh tế và cải thiện môi trường sống.

Đối với thành phố Hà Nội trung tâm chính trị, kinh tế và đô thị đặc biệt của cả nước, nhu cầu điện năng ngày càng gia tăng trong khi quỹ đất hạn chế và sức ép ô nhiễm môi trường lớn đặt ra yêu cầu cấp thiết phải phát triển năng lượng tái tạo theo mô hình phù hợp với điều kiện đô thị. Việc nghiên cứu, tham khảo kinh nghiệm của các địa phương điển hình trong và ngoài nước vì vậy có ý nghĩa quan trọng, góp phần cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc đề xuất các giải pháp chính sách khả thi.

Xuất phát từ yêu cầu đó, bài viết tập trung phân tích kinh nghiệm phát triển và chuyển đổi năng lượng tại Bắc Kinh (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc) và tỉnh Khánh Hòa (Việt Nam), từ đó rút ra các bài học và hàm ý chính sách cho phát triển năng lượng tái tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội trong thời gian tới.

2. Kinh nghiệm phát triển năng lượng tái tạo của địa phương trong nước và quốc tế

2.1. Kinh nghiệm của Bắc Kinh, Trung Quốc

Thành phố Bắc Kinh - thủ đô của Trung Quốc - đã trải qua một quá trình chuyển dịch đáng kể từ mô hình phát triển dựa chủ yếu vào nhiên liệu hóa thạch sang tăng tỷ trọng năng lượng sạch, song hành với nỗ lực cải thiện chất lượng môi trường đô thị. Đối mặt với ô nhiễm không khí nghiêm trọng trước đây, chính quyền thành phố đã triển khai một loạt chính sách phát triển năng lượng tái tạo, nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng và kiểm soát nguồn phát thải trong nhiều lĩnh vực như xây dựng, giao thông và công nghiệp.

Một trong những bước đi quan trọng của Bắc Kinh là xây dựng và duy trì hệ thống chính sách đồng bộ, gắn mục tiêu phát triển năng lượng tái tạo với chiến lược dài hạn về giảm phát thải carbon. Thành phố đã lồng ghép các mục tiêu phát triển năng lượng sạch vào quy hoạch đô thị, đồng thời áp dụng nhiều cơ chế hỗ trợ tài chính và ưu đãi nhằm thúc đẩy đầu tư vào nguồn năng lượng xanh.

Trên phương diện kỹ thuật, Bắc Kinh mở rộng các nguồn điện tái tạo cả ở cấp độ phân tán trong nội đô và hợp tác liên vùng. Tính đến giữa năm 2024, tổng công suất lắp đặt nguồn năng lượng tái tạo tại Bắc Kinh đạt 2,888 triệu kilowatt, chiếm 20,8% tổng công suất lắp đặt của thành phố, thể hiện đóng góp đáng kể của các nguồn này vào cấu trúc năng lượng của đô thị. Đồng thời, quy mô tiêu thụ "điện xanh" - tương ứng với điện sản xuất từ năng lượng tái tạo - cũng tăng mạnh, đạt 19,7 tỷ kilowatt-giờ, cao hơn gần 18% so với cùng kỳ năm trước cho thấy sự gia tăng mạnh mẽ về ứng dụng thực tế của nguồn điện sạch trong đời sống và sản xuất đô thị.

Song song với phát triển nguồn, Bắc Kinh cũng chú trọng kiểm soát chất lượng không khí - một trong những động lực chính thúc đẩy phát triển năng lượng sạch. Theo dữ liệu chính thức về môi trường, nồng độ trung bình bụi mịn PM2.5 tại Bắc Kinh trong năm 2024 đạt khoảng 30,5 microgram trên mét khối, mức này tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường và là kết quả của nhiều năm triển khai các biện pháp giảm ô nhiễm. Đồng thời, số ngày có chất lượng không khí tốt tăng lên mức cao, phản ánh rõ kết quả tích cực từ việc giảm phát thải và tăng sử dụng năng lượng sạch trên phạm vi toàn thành phố.

Trong lĩnh vực giao thông, Bắc Kinh cũng mở rộng các biện pháp khuyến khích sử dụng phương tiện xanh, đặc biệt xe điện. Mặc dù chưa có con số cụ thể riêng cho Bắc Kinh trong nguồn hiện hành, các nghiên cứu cho thấy tỉ lệ xe buýt sử dụng năng lượng mới (như điện và các nguồn ít phát thải hơn) tại thành phố đã đạt tỷ lệ cao trong những năm gần đây, góp phần giảm khí thải từ phương tiện cá nhân và phương tiện công cộng.

Kinh nghiệm của Bắc Kinh cho thấy rằng việc phát triển năng lượng tái tạo không chỉ là mở rộng công suất lắp đặt, mà còn phải gắn với hệ thống chính sách ổn định, hiệu quả kiểm soát môi trường, và chiến lược dài hạn về quy hoạch đô thị tổng thể. Sự gia tăng tỷ trọng năng lượng sạch trong tiêu thụ điện và cải thiện chất lượng không khí là hai minh chứng quan trọng cho thấy tính khả thi của các chính sách liên ngành, đồng thời cung cấp các bài học thực tiễn quan trọng cho các đô thị khác đang chuyển dịch sang năng lượng xanh.

2.2. Kinh nghiệm chuyển đổi năng lượng tại thành phố Seoul, Hàn Quốc

Thành phố Seoul - thủ đô và trung tâm kinh tế lớn nhất Hàn Quốc - là một trong những đô thị đi đầu trong chiến lược chuyển đổi năng lượng hướng tới phát triển bền vững. Đối mặt với nhu cầu năng lượng tăng mạnh và thách thức về môi trường, chính quyền Seoul đã xây dựng và triển khai các chính sách mang tính chiến lược nhằm giảm phụ thuộc vào nhiên liệu hóa thạch, thúc đẩy năng lượng sạch và tăng cường tiết kiệm năng lượng đối với cả khu vực công và dân cư.

Một trong những chương trình mang tính biểu tượng của Seoul là sáng kiến "One Less Nuclear Power Plant" được triển khai từ tháng 4 năm 2012. Đây là chương trình chiến lược nhằm cắt giảm tiêu thụ năng lượng tương đương công suất của một nhà máy điện hạt nhân bằng cách thúc đẩy các hoạt động tiết kiệm năng lượng và phát triển năng lượng sạch ngay tại đô thị. Chương trình nhấn mạnh vai trò của người dân trong sản xuất và tiêu dùng năng lượng, khuyến khích hộ gia đình và doanh nghiệp tự sản xuất một phần điện năng để giảm gánh nặng lên nguồn cung từ bên ngoài. Theo báo cáo chính thức, mục tiêu giảm tiêu thụ năng lượng gần 2 triệu tấn dầu quy đổi (TOE) đã được vượt mức trước thời hạn vào tháng 6 năm 2014, thể hiện tính khả thi và hiệu quả ban đầu của mô hình này.

Tiếp nối thành công ban đầu, Chính quyền Seoul tiếp tục thúc đẩy "Seoul Sustainable Energy Action Plan" - kế hoạch hành động năng lượng bền vững nhằm xây dựng một hệ thống năng lượng tự chủ hơn, trong đó người dân và doanh nghiệp không chỉ tiêu dùng mà còn tham gia trực tiếp vào việc tạo ra năng lượng sạch tại địa phương. Mục tiêu của kế hoạch là gia tăng nguồn cung năng lượng xanh nội đô, giảm tổn thất và tăng hiệu quả năng lượng cho hệ thống tổng thể.

Bên cạnh đó, Seoul triển khai dự án Solar City Seoul, một sáng kiến trọng tâm nhằm mở rộng điện mặt trời trên quy mô rộng khắp đô thị. Theo nội dung chính sách được công bố, mục tiêu đặt ra là đạt 1 gigawatt (GW) công suất điện mặt trời thông qua việc lắp đặt hệ thống quang điện trên các tòa nhà công cộng, nhà ở và khu dân cư. Giai đoạn đầu của chương trình đã đặt mục tiêu điện mặt trời phủ trên hơn một triệu nhà ở và tòa nhà công cộng vào năm 2022, tạo tiền đề cho mở rộng nguồn năng lượng sạch và góp phần ổn định lưới điện đô thị thông qua nguồn phân tán tại chỗ.

Ngoài chiến lược năng lượng tái tạo, Seoul còn gắn kết các chính sách năng lượng với mục tiêu giảm khí thải nhà kính và phát triển đô thị xanh. Thành phố đặt ra các mục tiêu giảm lượng phát thải carbon bằng cách nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng trong tòa nhà, khuyến khích đầu tư vào các giải pháp năng lượng mới và thúc đẩy giao thông xanh như xe buýt điện và phương tiện thân thiện môi trường. Điều này đặt Seoul vào bối cảnh tích hợp mục tiêu năng lượng - môi trường - phát triển kinh tế đô thị, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các giải pháp sáng tạo.

Các chiến lược năng lượng của Seoul đem lại những kết quả đáng kể về tăng nhận thức cộng đồng và cải thiện khối lượng năng lượng sạch nội đô. Việc thiết kế các chương trình như One Less Nuclear Power Plant và Solar City Seoul không chỉ thúc đẩy phát triển năng lượng mới mà còn thay đổi hành vi tiêu dùng và sản xuất năng lượng của người dân, góp phần giảm áp lực lên hệ thống cung cấp điện quốc gia và cải thiện chất lượng môi trường sống đô thị.

Từ kinh nghiệm của Seoul có thể rút ra một số điểm then chốt: (i) chính sách phải có tính chiến lược dài hạn, gắn với mục tiêu phát triển đô thị tổng thể; (ii) cần huy động sự tham gia trực tiếp của cộng đồng dân cư và doanh nghiệp vào sản xuất năng lượng sạch ngay tại địa phương; và (iii) việc tích hợp năng lượng tái tạo với các chính sách giảm phát thải và phát triển đô thị xanh sẽ tạo ra tác động lan tỏa mạnh mẽ hơn trong việc chuyển dịch năng lượng đô thị.

2.3. Kinh nghiệm phát triển và chuyển đổi năng lượng tại tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam

Trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh chuyển dịch năng lượng và thực hiện cam kết phát thải ròng bằng "0" vào năm 2050, tỉnh Khánh Hòa nổi lên như một địa phương tiêu biểu trong khai thác và phát triển các nguồn năng lượng tái tạo gắn với tái cơ cấu kinh tế địa phương. Sau khi hợp nhất với tỉnh Ninh Thuận theo chủ trương của Trung ương, tỉnh Khánh Hòa mới có diện tích trên 8.555 km² và dân số hơn 2,24 triệu người, qua đó mở rộng đáng kể không gian phát triển và sở hữu quỹ tài nguyên gió, bức xạ mặt trời và đất đai thuộc nhóm

thuận lợi nhất cả nước cho phát triển điện mặt trời và điện gió. Trên cơ sở đó, địa phương xác định năng lượng tái tạo là một trong những trụ cột chiến lược bên cạnh kinh tế biển và du lịch, hướng tới mục tiêu trở thành trung tâm năng lượng sạch cấp quốc gia.

Về phương diện thể chế, Khánh Hòa sớm xây dựng quy hoạch tổng thể và cơ chế chính sách đột phá nhằm thu hút đầu tư vào lĩnh vực năng lượng. Quy hoạch phát triển điện lực và Quy hoạch tỉnh đến năm 2030 đều xác định năng lượng tái tạo là ngành kinh tế mũi nhọn; đồng thời địa phương triển khai nhiều biện pháp ưu đãi như miễn giảm thuế thuê đất, ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, cải cách thủ tục hành chính, thành lập tổ công tác hỗ trợ nhà đầu tư và đầu tư nâng cấp hạ tầng truyền tải điện 220-500 kV. Những chính sách này góp phần giảm chi phí đầu tư, rút ngắn thời gian triển khai dự án và tạo môi trường đầu tư cạnh tranh hơn so với nhiều địa phương khác.

Tận dụng lợi thế tự nhiên đặc thù, khu vực phía Nam tỉnh (thuộc Ninh Thuận cũ) được đánh giá là "thủ phủ năng lượng tái tạo" của Việt Nam nhờ tốc độ gió trung bình 7-10 m/s, số giờ nắng khoảng 2.800 giờ mỗi năm và bức xạ mặt trời đạt 1.780-2.015 kWh/m²/năm. Nhờ đó, giai đoạn 2017-2020 đã ghi nhận sự bùng nổ điện mặt trời với 42 dự án được cấp phép, tổng công suất khoảng 2.865 MW; tiếp đó giai đoạn 2018-2021 phát triển 18 dự án điện gió với tổng công suất khoảng 1.200 MW. Bên cạnh các nhà máy quy mô lớn, địa phương còn triển khai nhiều mô hình kết hợp đa ngành như nông nghiệp công nghệ cao dưới tấm pin mặt trời, nuôi trồng thủy sản và du lịch sinh thái gắn với trang trại gió, qua đó tối ưu hóa sử dụng đất và gia tăng giá trị kinh tế.

Đến nay, toàn tỉnh có 57 nhà máy điện đang vận hành với tổng công suất khoảng 3.749,9 MW, trong đó gồm 35 nhà máy điện mặt trời (2.466,8 MW), 11 nhà máy điện gió (667,25 MW) và 11 nhà máy thủy điện (329,5 MW). Đồng thời, địa phương đã quy hoạch 5 khu vực điện gió ngoài khơi với tiềm năng trên 5.000 MW, tạo dư địa lớn cho phát triển trong giai đoạn tới. Riêng khu vực Khánh Hòa (cũ) đã đưa vào vận hành 9 dự án năng lượng tái tạo với tổng công suất khoảng 580,6 MWp, và tiếp tục đề xuất bổ sung nhiều dự án điện gió, điện khí LNG, điện rác và thủy điện tích năng vào Quy hoạch điện VIII.

Theo định hướng Quy hoạch điện VIII (điều chỉnh), tổng quy mô công suất nguồn điện trên địa bàn tỉnh dự kiến đạt mức 16.535 - 18.935 MW với 107 dự án. Đáng chú ý, tỉnh đang tập trung phối hợp thực hiện các dự án trọng điểm quốc gia như Nhà máy Điện hạt nhân Ninh Thuận 1 và 2, Thủy điện tích năng Phước Hòa và tổ chức đấu thầu lựa chọn nhà đầu tư cho Dự án Điện LNG Cà Ná. Bên cạnh đóng góp về năng lượng, phát triển năng lượng tái tạo còn tạo ra tác động lan tỏa tích cực đến kinh tế - xã hội. Giai đoạn 2016 - 2023, GRDP bình quân tăng khoảng 8,5%/năm, thu ngân sách tăng gấp ba lần sau 5 năm, khoảng 15.000 việc làm mới được tạo ra và nhiều ngành công nghiệp phụ trợ, logistics được hình thành, góp phần cải thiện đời sống người dân.

Từ thực tiễn trên có thể rút ra rằng, thành công của Khánh Hòa bắt nguồn từ ba yếu tố then chốt: tầm nhìn chiến lược và quy hoạch dài hạn; cơ chế chính sách linh hoạt, thân thiện với nhà đầu tư; và việc khai thác hiệu quả lợi thế tự nhiên kết hợp mô hình phát triển đa ngành. Kinh nghiệm này cho thấy năng lượng tái tạo không chỉ là giải pháp bảo đảm an ninh năng lượng mà còn có thể trở thành động lực tăng trưởng kinh tế địa phương, là trường hợp tham khảo quan trọng cho các tỉnh, thành phố của Việt Nam trong quá trình chuyển dịch sang mô hình phát triển xanh và bền vững.

3. Một số bài học kinh nghiệm và định hướng chính sách nhằm thúc đẩy phát triển năng lượng tái tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững

Phân tích kinh nghiệm phát triển và chuyển đổi năng lượng tại Bắc Kinh (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc) và tỉnh Khánh Hòa (Việt Nam) cho thấy, quá trình phát triển năng lượng tái tạo ở cấp địa phương không chỉ phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, mà quan trọng hơn là tầm nhìn chiến lược của chính quyền, cơ chế chính sách phù hợp, hạ tầng kỹ thuật đồng bộ và sự tham gia rộng rãi của cộng đồng xã hội. Những yếu tố này tạo nên hệ sinh thái năng lượng bền vững, trong đó năng lượng tái tạo vừa đóng vai trò đảm bảo an ninh năng lượng, vừa trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và cải thiện chất lượng môi trường đô thị. Trên cơ sở đó, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm và hàm ý chính sách quan trọng đối với thành phố Hà Nội như sau:

Một là, *cần xây dựng tầm nhìn chiến lược dài hạn và tích hợp phát triển năng lượng tái tạo vào quy hoạch đô thị tổng thể.* Kinh nghiệm của Bắc Kinh và Khánh Hòa cho thấy, năng lượng tái tạo chỉ phát triển hiệu quả khi được đặt trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội dài hạn và được lồng ghép đồng bộ vào quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch xây dựng và hạ tầng kỹ thuật. Do đó, Hà Nội cần xác định rõ vai trò của năng lượng tái tạo trong cơ cấu năng lượng thành phố, xây dựng lộ trình cụ thể về tỷ trọng điện sạch, giảm phát thải khí nhà kính và nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng, qua đó tạo cơ sở pháp lý và định hướng ổn định cho nhà đầu tư.

Hai là, *ưu tiên phát triển mô hình năng lượng tái tạo phân tán gắn với không gian đô thị.* Thực tiễn tại Seoul và Bắc Kinh cho thấy, đối với các đô thị đông dân và quỹ đất hạn chế, mô hình điện mặt trời áp mái và sản xuất điện tại chỗ là giải pháp khả thi nhất. Việc tận dụng mái nhà công sở, trường học, bệnh viện, khu công nghiệp và hộ gia đình không chỉ giúp mở rộng nhanh công suất năng lượng sạch mà còn giảm tổn thất truyền tải và tăng tính tự chủ năng lượng. Hà Nội có thể học hỏi mô hình "thành phố điện mặt trời" của Seoul để hình thành mạng lưới năng lượng phân tán ngay trong nội đô.

Ba là, *hoàn thiện cơ chế tài chính và môi trường đầu tư để thu hút khu vực tư nhân tham gia.* Kinh nghiệm từ Khánh Hòa cho thấy, các chính sách ưu đãi về thuế, đất đai, thủ tục hành chính và hỗ trợ hạ tầng có tác dụng quyết định trong thu hút doanh nghiệp đầu tư vào năng lượng tái tạo. Trong bối cảnh nguồn lực ngân sách hạn chế, Hà Nội cần đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư thông qua hợp tác công - tư, tín dụng xanh, quỹ tài chính khí hậu và cơ chế mua bán điện linh hoạt, qua đó hình thành thị trường năng lượng sạch năng động và bền vững.

Bốn là, *phát triển đồng bộ hạ tầng lưới điện và ứng dụng công nghệ số trong quản lý năng lượng.* Sự gia tăng các nguồn điện phân tán đòi hỏi hệ thống lưới điện phải có khả năng điều phối linh hoạt. Bài học từ Bắc Kinh cho thấy việc ứng dụng lưới điện thông minh, hệ thống lưu trữ và dự báo cung - cầu bằng công nghệ số giúp nâng cao hiệu suất vận hành và giảm lãng phí năng lượng. Vì vậy, Hà Nội cần ưu tiên đầu tư hiện đại hóa lưới điện, công tơ thông minh và các giải pháp lưu trữ nhằm đảm bảo ổn định hệ thống.

Năm là, *gắn phát triển năng lượng tái tạo với giao thông xanh và công trình tiết kiệm năng lượng.*

Các đô thị tiên phong như Bắc Kinh và Seoul đều tích hợp chuyển đổi năng lượng với chính sách giao thông điện hóa và tiêu chuẩn công trình xanh. Điều này cho thấy chuyển dịch năng lượng cần được thực hiện đồng bộ ở cả khâu sản xuất và tiêu dùng. Hà Nội cần mở rộng xe buýt điện, trạm sạc, chiếu sáng tiết kiệm năng lượng và công trình hiệu suất cao để gia tăng nhu cầu sử dụng điện sạch và giảm phát thải trong khu vực đô thị.

Sáu là, *thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và thay đổi hành vi tiêu dùng năng lượng.* Kinh nghiệm của Seoul đặc biệt nhấn mạnh vai trò của người dân trong tiết kiệm và tự sản xuất năng lượng. Chuyển đổi năng lượng sẽ khó đạt hiệu quả nếu thiếu sự đồng thuận xã hội. Do đó, Hà Nội cần tăng cường tuyên truyền, giáo dục và khuyến khích các mô hình cộng đồng, hộ gia đình, doanh nghiệp chủ động đầu tư và sử dụng năng lượng sạch, hình thành văn hóa tiêu dùng bền vững.

Tóm lại, kinh nghiệm từ các địa phương trong nước và quốc tế cho thấy phát triển năng lượng tái tạo ở cấp đô thị đòi hỏi sự kết hợp đồng bộ giữa thể chế, thị trường, công nghệ và xã hội. Việc vận dụng linh hoạt những bài học này sẽ giúp Hà Nội từng bước xây dựng hệ thống năng lượng sạch, nâng cao an ninh năng lượng, cải thiện chất lượng môi trường sống và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế theo hướng xanh và bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Lê Nguyễn Diệu Anh (2024), Phát triển năng lượng tái tạo hướng tới tăng trưởng kinh tế xanh ở Việt Nam, Tạp chí Tài chính, số tháng 12/2024.

Phan Diệu Hương (2021), Phát triển năng lượng tái tạo tại các thành phố - Kinh nghiệm thế giới và hàm ý cho Việt Nam, Tạp chí Công Thương, số 14/2021.

Beijing's Green Development Performance Leads China in Energy and Ecology (2024) Cung cấp dữ liệu công suất lắp đặt năng lượng tái tạo, tỷ lệ phần trăm và tiêu thụ điện xanh của Bắc Kinh. https://english.beijing.gov.cn/latest/news/202408/t20240819_3777072.html

Beijing achieves record-breaking 290 days of good air quality in 2024 Số liệu nồng độ PM2.5 và ngày có chất lượng không khí tốt của Bắc Kinh. Truy cập: https://news.cgtn.com/news/2025-01-04/Beijing-achieves-record-breaking-290-days-of-good-air-quality-in-2024-1zTdg0ZaaZi/p.html

https://en.wikipedia.org/wiki/One_Less_Nuclear_Power_Plant

https://english.seoul.go.kr/wp-content/uploads/2016/08/Seoul-Sustainable-Energy-Action-Plan_brochure.pdf

https://www.ebrdgreencities.com/policy-tool/solar-city-seoul-seoul-south-korea-2/

https://baokhanhhoa.vn/chinh-tri/202506/sap-nhaptinh-khanh-hoa-voi-tinh-ninh-thuan-thanh-tinh-khanh-hoa-moi-c6d752a/

https://baokhanhhoa.vn/kinh-te/202601/lanh-dao-ubnd-tinh-khanh-hoa-lam-viec-voi-doan-cong-tac-bo-cong-thuong-ve-thuc-hien-quy-hoach-dien-viii-8546b96/

NGHIÊN CỨU VỀ LOGISTICS XANH TẠI CÁC QUỐC GIA ĐÔNG NAM Á: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU BẰNG VOSVIEWER

ThS. Đoàn Huyền Trang*

Nghiên cứu này phân tích bức tranh học thuật về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á thông qua phương pháp phân tích mô tả kết hợp trắc lượng thư mục. Dữ liệu gồm 104 bài báo được thu thập từ hai cơ sở dữ liệu Scopus và Web of Science (WoS), lựa chọn theo quy trình PRISMA nhằm bảo đảm tính hệ thống và minh bạch. Kết quả cho thấy số lượng công bố có xu hướng gia tăng trong những năm gần đây, với các chủ đề nổi bật xoay quanh phát triển bền vững, chuỗi cung ứng xanh, giảm phát thải carbon và kinh tế tuần hoàn. Phân tích mạng lưới cũng phản ánh sự hình thành các cụm nghiên cứu chính trong khu vực, đồng thời chỉ ra những khoảng trống cần được tiếp tục khai thác trong tương lai.

• Từ khóa: *logistics xanh, Đông Nam Á, trắc lượng thư mục, VOSviewer, scopus, web of science, PRISMA.*

This study examines the academic landscape of green logistics in Southeast Asian countries using a combination of descriptive analysis and bibliometric analysis. The dataset consists of 104 journal articles retrieved from the Scopus and Web of Science (WoS) databases, selected following the PRISMA guidelines to ensure a transparent and systematic screening process. The findings indicate a growing publication trend in recent years, highlighting increasing scholarly interest in this field. Major research themes focus on sustainability, green supply chains, carbon emission reduction, and the circular economy. Network analyses further reveal the emergence of key research clusters within the region while also identifying existing research gaps that warrant further investigation.

• Key words: *green logistics, ASEAN, bibliometric analysis, VOSviewer, scopus, web of science, PRISMA.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 20/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.51

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên và áp lực giảm phát thải khí nhà kính ngày càng gia tăng, logistics xanh (green logistics) đã trở thành một định hướng chiến lược nhằm giảm thiểu tác động môi trường của các hoạt động vận tải, lưu kho và phân phối hàng hóa. Tại khu vực Đông Nam Á, nơi có tốc độ tăng trưởng thương mại, đô thị hóa và phát triển công nghiệp thuộc nhóm cao trên thế giới, các hoạt động logistics đang đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức về môi trường và phát triển bền vững. Do đó, việc hệ thống hóa và đánh giá xu hướng nghiên cứu về logistics xanh trong khu vực này là cần thiết nhằm nhận diện cấu trúc tri thức, các chủ đề trọng tâm và khoảng trống nghiên cứu.

Nghiên cứu này thực hiện phân tích mô tả kết hợp với phân tích trắc lượng thư mục (bibliometric analysis) để tổng quan bức tranh học thuật về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á. Dữ liệu được thu thập từ hai cơ sở dữ liệu học thuật uy tín là Scopus và Web of Science (WoS), bảo đảm tính tin cậy và chất lượng nguồn tài liệu. Quá trình sàng lọc và lựa chọn tài liệu tuân thủ quy trình PRISMA, giúp minh bạch hóa các bước nhận diện, loại trừ và đưa vào phân tích các công trình phù hợp. Thông qua cách tiếp cận này, nghiên cứu hướng tới việc làm rõ xu hướng công bố, mạng lưới hợp tác học thuật, cấu trúc chủ đề và sự phát triển của lĩnh vực logistics xanh trong bối cảnh Đông Nam Á.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Logistics xanh

Từ cuối thập niên 1980 đầu 1990, khái niệm logistics xanh bắt đầu được chú ý khi những lo ngại về môi trường ngày càng trở nên cấp bách. Ban đầu, các nghiên cứu tập trung chủ yếu vào việc giảm khí thải từ vận tải đường bộ, tập trung vào việc tuân thủ các quy định môi trường và giảm thiểu các tác động tiêu cực rõ ràng nhất. Theo thời gian, cùng với áp lực ngày càng lớn từ chính sách công, chi phí năng lượng gia tăng và mối quan tâm của xã hội đối với phát triển bền vững, logistics

** Trường ĐH Kinh tế và QTKD - ĐH Thái Nguyên; email: doanhuyentrang@tueba.edu.vn*

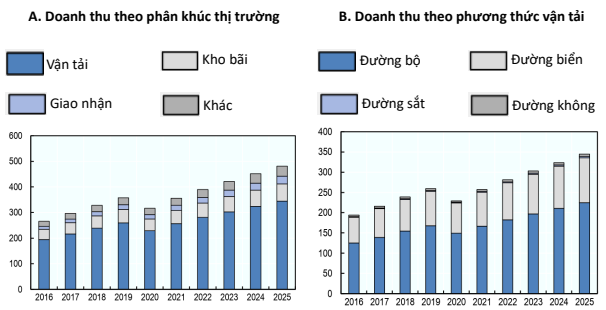
xanh dần được nhìn nhận như một lĩnh vực quản trị có tính hệ thống, liên quan đến việc tái cấu trúc các hoạt động vận tải, kho bãi và phân phối nhằm cân bằng giữa hiệu quả kinh tế và trách nhiệm môi trường.

Theo Rodrigue, Slack & Comtois (2008), logistics xanh được hiểu theo nghĩa khái niệm - hệ thống, không chỉ là tập hợp các biện pháp kỹ thuật riêng lẻ. Theo đó, logistics xanh được xem là tổng thể các nỗ lực nhằm giảm thiểu tác động môi trường của hoạt động logistics, đặc biệt là các hoạt động liên quan đến vận tải, kho bãi, phân phối và quản lý dòng hàng hóa, trong khi vẫn phải duy trì hiệu quả kinh tế và mức độ dịch vụ của chuỗi cung ứng.

2.2. Logistics tại Đông Nam Á

Đông Nam Á là một trong những khu vực kinh tế năng động nhất thế giới, với tốc độ tăng trưởng thương mại, sản xuất và đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) cao trong nhiều thập kỷ qua. Khu vực này bao gồm các nền kinh tế có trình độ phát triển không đồng đều, từ các quốc gia đang phát triển nhanh như Việt Nam, Indonesia, Philippines đến các trung tâm logistics và tài chính đã phát triển như Singapore và Malaysia. Sự đa dạng này khiến Đông Nam Á trở thành một không gian kinh tế phức tạp nhưng có vai trò ngày càng quan trọng trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Hình 1. Doanh thu thị trường vận tải và logistics ASEAN giai đoạn 2016-2025 (tỷ USD)



Nguồn: OECD, 2021

Logistics đóng vai trò then chốt trong quá trình hội nhập kinh tế và tăng trưởng của khu vực Đông Nam Á. Với vị trí địa lý chiến lược nằm trên các tuyến hàng hải quốc tế quan trọng, Đông Nam Á vừa là điểm trung chuyển, vừa là trung tâm sản xuất và tiêu thụ của nhiều ngành công nghiệp toàn cầu. Sự mở rộng của thương mại nội khối và ngoại khối, cùng với sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử và sản xuất hướng xuất khẩu, đã làm gia tăng mạnh mẽ nhu cầu đối với các dịch vụ logistics hiệu quả, linh hoạt và có khả năng kết nối xuyên biên giới.

Tuy nhiên, hệ thống logistics tại các quốc gia Đông Nam Á vẫn đối mặt với nhiều thách thức mang tính cấu trúc. Sự chênh lệch về chất lượng cơ sở hạ tầng, mức độ phát triển thể chế, năng lực doanh nghiệp logistics và trình độ công nghệ giữa các quốc gia trong khu vực dẫn đến chi phí logistics tương đối cao và hiệu quả vận hành chưa đồng đều. Bên cạnh đó, sự phụ thuộc lớn vào vận tải đường bộ, tình trạng tắc nghẽn đô thị và mức độ tiêu thụ năng lượng cao đang làm gia tăng đáng kể các tác động môi trường từ hoạt động logistics.

Bảng 1. Chỉ số hiệu quả logistics quốc gia (LPI) tại các quốc gia Đông Nam Á năm 2023

Quốc gia	LPI	Xếp hạng
Brunei	-	-
Campuchia	2,4	115
Đông Timor	-	-
Indonesia	3,0	61
Lào	2,4	115
Malaysia	3,6	26
Myanmar	-	-
Philippines	3,3	43
Singapore	4,3	1
Thái Lan	3,5	34
Việt Nam	3,3	43

Nguồn: World bank group 2023

Trong bối cảnh đó, logistics không chỉ là một yếu tố hỗ trợ tăng trưởng kinh tế mà còn trở thành một nguồn gây áp lực môi trường ngày càng lớn tại khu vực Đông Nam Á. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với việc tái cấu trúc và nâng cấp hệ thống logistics theo hướng bền vững hơn, trong đó các thực hành logistics xanh được xem là một hướng tiếp cận quan trọng nhằm cân bằng giữa mục tiêu phát triển kinh tế, hiệu quả vận hành và bảo vệ môi trường trong khu vực.

3. Phương pháp nghiên cứu

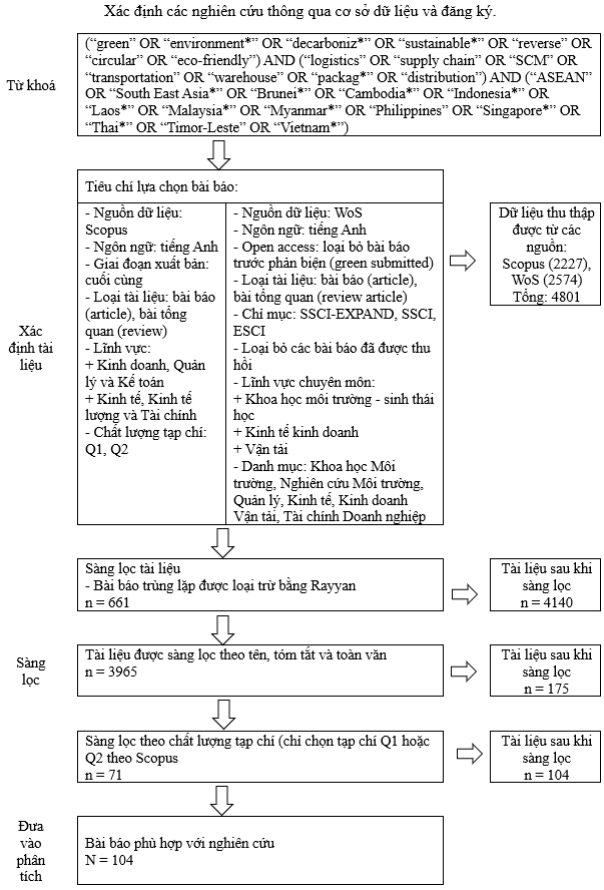
Sau khi xác định rõ mục tiêu nghiên cứu, các từ khóa tìm kiếm được xây dựng một cách có hệ thống, và danh mục các ấn phẩm khoa học được truy xuất từ cơ sở dữ liệu Scopus và Web of Science dựa trên các từ khóa đã xác định. Tập hợp tài liệu ban đầu sau đó được sàng lọc qua nhiều vòng theo các tiêu chí đưa vào và loại trừ nhằm đảm bảo mức độ phù hợp và chất lượng học thuật của bộ dữ liệu nghiên cứu.

Tiếp theo, nghiên cứu tiến hành các phân tích mô tả và phân tích trắc lượng thư mục nhằm cung

cấp cái nhìn tổng quan về cấu trúc tri thức và các mối liên kết trong lĩnh vực nghiên cứu. Trên cơ sở đó, phân tích nội dung theo chủ đề được thực hiện để phân loại và tổng hợp các tài liệu theo các nhóm nội dung chính. Chi tiết của từng bước phân tích sẽ được trình bày trong các phần tiếp theo.

3.1. Xác định từ khoá tìm kiếm

Hình 2. Quy trình báo cáo tổng quan hệ thống PRISMA



Nguồn: tác giả tự tổng hợp

Logistics xanh có một số từ khoá liên quan nhưng tác giả chỉ sử dụng các thuật ngữ cốt lõi để đảm bảo tìm kiếm được nhiều bài báo chất lượng cao có liên quan đến mục tiêu nghiên cứu nhất có thể. Tiêu chí lựa chọn từ khoá dựa trên: (1) Nội dung cụ thể được quan tâm trong bài báo này là logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á, (2) Kinh nghiệm nghiên cứu của tác giả và (3) Các bài tổng quan tài liệu trước đây về các chủ đề tương tự. Từ đó, từ khoá nghiên cứu được tìm kiếm là: ("green" OR "environment*" OR "decarboniz*" OR "sustainable*" OR "reverse" OR "circular" OR "eco-friendly") AND ("logistics" OR "supply chain" OR "SCM" OR "transportation" OR "warehouse" OR "packag*" OR "distribution") AND ("ASEAN" OR "South East Asia*" OR "Brunei*" OR "Cambodia*" OR "Indonesia*" OR "Laos*" OR "Malaysia*" OR "Myanmar*" OR "Philippines" OR "Singapore*" OR "Thai*" OR "Timor-Leste" OR "Vietnam*")

3.2. Tổng quan dữ liệu nghiên cứu và quy trình xử lý dữ liệu

Dữ liệu được thu thập vào tháng 1 năm 2026 từ 2 nguồn dữ liệu học thuật là Scopus và Web of Science, nhằm đảm bảo mức độ bao phủ toàn diện và độ tin cậy học thuật của các công bố liên quan đến logistics xanh tại khu vực Đông Nam Á.

Nghiên cứu này áp dụng các tiêu chuẩn PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) để thực hiện quy trình sàng lọc dữ liệu (Moher và cộng sự, 2009; Page và cộng sự, 2020). Trên cơ sở các tiêu chí lựa chọn và loại trừ được thiết lập theo hướng dẫn PRISMA, danh mục các bài báo thu thập ban đầu được tiến hành sàng lọc một cách có hệ thống. Các tiêu chí đưa vào và loại trừ được trình bày chi tiết trong Bảng 2.

Bảng 2. Tiêu chí sàng lọc bài báo

Tiêu chí lựa chọn	Tiêu chí loại trừ
- Ngôn ngữ: tiếng Anh - Bài báo từ tạp chí uy tín, được xếp hạng Q1 hoặc Q2 tại Scopus - Nội dung tập trung vào logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á	- Ngôn ngữ khác ngoài tiếng Anh - Nội dung không tập trung vào logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á - Trùng lặp

Sau khi áp dụng bộ lọc ở giai đoạn sàng lọc thứ nhất (Hình 2), còn lại 4140 bài báo được đưa vào bước phân tích tiếp theo. Tiếp đó, quá trình sàng lọc chi tiết tiêu đề, tóm tắt và toàn văn của 4140 bài báo này đã loại bỏ các nghiên cứu không phù hợp, qua đó giữ lại 175 bài báo, sau khi lọc chất lượng bài báo giữ lại 104 bài báo. Kết quả là một cơ sở dữ liệu bao gồm 104 bài báo khoa học được công bố phục vụ cho các phân tích tiếp theo.

3.3. Phân tích mô tả dữ liệu

Phân tích mô tả dữ liệu được sử dụng nhằm tóm tắt và trình bày các đặc điểm cơ bản của bộ dữ liệu nghiên cứu, bao gồm quy mô, cấu trúc và sự phân bố của các quan sát. Phương pháp này giúp cung cấp cái nhìn tổng quan ban đầu về dữ liệu, làm cơ sở cho các phân tích chuyên sâu tiếp theo, đồng thời hỗ trợ việc diễn giải kết quả nghiên cứu một cách hệ thống và nhất quán (Sekaran & Bougie, 2016; Hair et al., 2019).

3.4. Phân tích trắc lượng thư mục

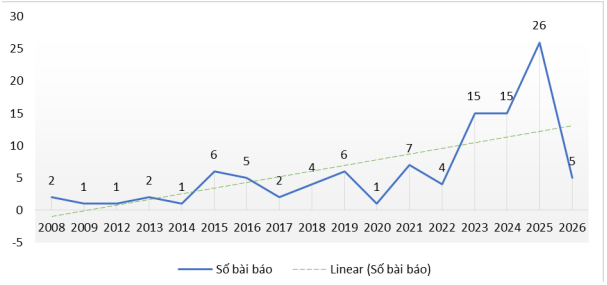
Phương pháp phân tích trắc lượng thư mục (bibliometric analysis) là một phương pháp được sử dụng rộng rãi nhằm khám phá cấu trúc tri thức, sự phát triển và các xu hướng nghiên cứu trong một lĩnh vực học thuật cụ thể. Phương pháp này dựa trên việc phân tích dữ liệu trích dẫn và siêu dữ liệu của các công bố khoa học, bao gồm tiêu đề, tóm tắt, từ khóa, tác giả, nguồn công bố và tài liệu tham khảo, qua đó cho phép đánh giá mức độ ảnh hưởng và mối quan hệ giữa các nghiên cứu một cách khách quan và có thể tái lập (Donthu et al., 2021). Thông qua các kỹ thuật như phân tích đồng trích dẫn, phân tích đồng xuất hiện từ khóa và phân tích mạng lưới hợp tác tác giả, bibliometric analysis giúp xác định các chủ đề nghiên cứu cốt lõi, các cụm tri thức và sự tiến hóa của lĩnh vực theo thời gian (Aria & Cuccurullo, 2017). Trong nghiên cứu này, VOSviewer được tác giả lựa chọn để thực hiện phân tích trắc lượng thư mục vì khả năng trực quan hoá kết quả rất độc đáo. (Van Eck và Waltman, 2019).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích mô tả dữ liệu

Hình 3 thể hiện xu hướng số lượng các công bố khoa học theo thời gian. Kết quả phân tích cho thấy lĩnh vực nghiên cứu này đang có xu hướng tăng trưởng đáng kể.

Hình 3. Số bài báo xuất bản theo năm



Tổng cộng 51 tạp chí khoa học đã công bố 104 bài báo bình duyệt liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Trong số đó, khoảng 47% tổng số bài báo được tập trung tại mười tạp chí chủ đạo, cho thấy mức độ tập trung cao của các ấn phẩm học thuật trong lĩnh vực này. Bảng 3 trình bày chi tiết số lượng bài báo được công bố theo từng tạp chí.

Bảng 3: Thống kê công bố theo tạp chí

STT	Tạp chí	Số bài báo
1	Journal of Cleaner Production	12
2	Sustainability	5
3	International Journal of Technology	4
4	Journal of Industrial Engineering and Management	4
5	Journal of material cycles and waste management	4
6	Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	4
7	International Journal of Logistics Research and Applications	4
8	International Journal of Logistics Management	4
9	International journal of Logistics Research and applications	4
10	ABAC Journal	4
	Tổng	**49**

4.2. Phân tích trắc lượng thư mục

Để tiến hành phân tích trắc lượng thư mục về các nghiên cứu về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á, nghiên cứu tập trung phân tích các công bố khoa học đã xuất bản nhằm xác định những tác giả, quốc gia và nguồn công bố có mức độ đóng góp nổi bật, cũng như các chủ đề nghiên cứu phổ biến liên quan đến logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á. Bên cạnh đó, phân tích còn xem xét mức độ liên kết và tầm quan trọng tương đối của các chủ đề nghiên cứu của các ấn phẩm khoa học trong lĩnh vực này. Quy trình phân tích trắc lượng thư mục được thực hiện theo các bước: (1) xác định rõ phạm vi và lĩnh vực nghiên cứu; (2) lựa chọn cơ sở dữ liệu khoa học phù hợp; (3) xây dựng và điều chỉnh chiến lược tìm kiếm; (4) thu thập và biên soạn dữ liệu thông tin thư mục; (5) sàng lọc và hệ thống hóa các tài liệu được truy xuất; và (6) tiến hành phân tích dữ liệu nhằm rút ra các kết quả tổng hợp và diễn giải học thuật.

4.2.1. Phân tích từ khóa

Tần suất xuất hiện từ khóa được phân tích nhằm xác định các khái niệm và chủ đề nghiên cứu xuất hiện phổ biến trong tập hợp từ khóa do tác giả cung cấp. Thông qua việc tổng hợp các từ và cụm từ có tần suất xuất hiện cao, nghiên cứu làm rõ các hướng nghiên cứu chủ đạo và sự phát triển nội dung của lĩnh vực logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á. Danh sách các từ khóa xuất hiện thường xuyên nhất được trình bày trong Bảng 4.

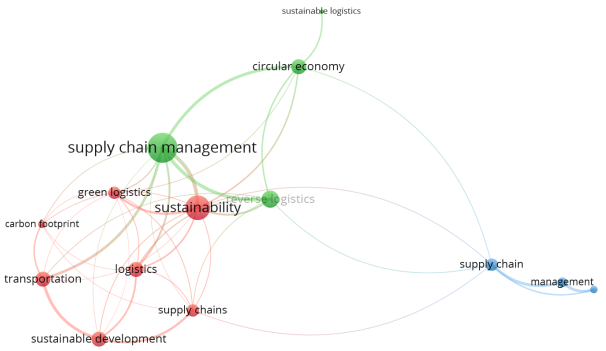
Bảng 4. Thống kê từ khoá được sử dụng phổ biến

Từ khoá	Tần suất xuất hiện	Từ khoá	Tần suất xuất hiện
reverse logistics	20	logistics	7
sustainability	17	circular economy	6
supply chain management	16	transportation	6
green logistics	11	malaysia	6
optimization	10	supply chain	6
management	7	supply chains	6
carbon footprint	7	waste management	6
sustainable development	7		

Bằng cách phân tích tiêu đề, cụm từ trong tóm tắt và các từ khóa của tác giả, các cụm chủ

đề nghiên cứu liên quan được trực quan quá bằng phần mềm VOSviewer. Dựa trên tần suất và mối liên hệ đồng xuất hiện của các từ, Hình 4 minh họa sơ đồ mạng lưới đồng xuất hiện. Các thuật ngữ được gom vào cùng một cụm màu thể hiện xu hướng liên kết với cùng một chủ đề nghiên cứu.

Hình 4. Sơ đồ mạng lưới cụm từ đồng xuất hiện



Nguồn: Kết quả từ VOSviewer

Ba cụm từ khóa nổi bật được xác định gồm đỏ, xanh dương và xanh lá:

- Cụm đỏ chủ yếu bao gồm các chủ đề về tính bền vững, logistics, phát triển bền vững, chuỗi cung ứng, vận tải và dấu carbon.

- Cụm xanh lá tập trung vào logistics ngược, kinh tế tuần hoàn, quản lý chuỗi cung ứng, logisitcs bền vững.

- Cụm xanh dương liên quan đến chuỗi cung ứng, chuỗi cung ứng, quản lý, tối ưu hoá.

4.2.2. Mô hình quyền tác giả, cộng tác và các tác giả tiêu biểu

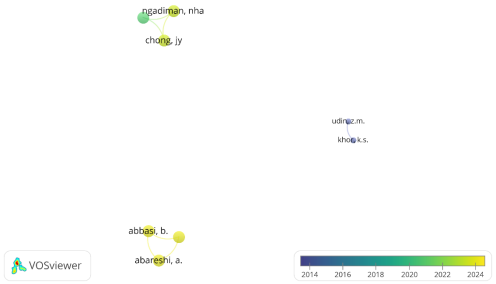
Trong 104 tài liệu có có 04 tài liệu (3,85%) được thực hiện bởi một tác giả, trong khi 100 tài liệu còn lại (96,15%) là kết quả của sự phối hợp giữa các tác giả (xem Bảng 5). Như vậy, xu hướng hợp tác học thuật giữa các tác giả trong nghiên cứu về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á khá cao.

Bảng 5. Số lượng tác giả trên mỗi bài báo

Số tác giả	Số bài báo	Tỷ lệ %	Số tác giả	Số bài báo	Tỷ lệ %
1	4	3,85	5	8	7,69
2	18	17,31	6	8	7,69
3	37	35,58	8	1	0,96
4	27	25,96	10	1	0,96

Những tác giả có năng suất công bố tối thiểu 2 bài và tổng số trích dẫn tối thiểu 1 lượt được trực quan hóa bằng phần mềm VOSviewer và trình bày trong Hình 4. Bản đồ mạng lưới hiển thị ba nhóm riêng biệt, hai nhóm 3 tác giả và một nhóm 2 tác giả cho thấy giữa các tác giả chưa hình thành mối quan hệ hợp tác nghiên cứu đáng kể.

Hình 4. Bản đồ trực quan hoá mạng lưới tác giả



Kết luận

Dữ liệu cho thấy số lượng công bố về logistics xanh tại các quốc gia Đông Nam Á có xu hướng gia tăng theo thời gian và tăng mạnh kể từ năm 2023 (Hình 3). Xét về mức độ ảnh hưởng học thuật, các bài báo xuất bản năm 2024 ghi nhận số lượt trích dẫn nổi bật hơn so với các năm trước (Hình 4). Với sự hỗ trợ của phần mềm VOSviewer, nghiên cứu này tiến hành phân tích định lượng và trực quan hóa cấu trúc tri thức của lĩnh vực logistics xanh trong bối cảnh Đông Nam Á. Ở một khía cạnh nhất định, nghiên cứu có thể được xem như một minh họa cho cách tiếp cận nhanh và cô đọng đối với một chủ đề nghiên cứu đang nổi. Trong trường hợp này, VOSviewer cung cấp cái nhìn trực quan về các mối quan hệ đồng tác giả, đồng xuất hiện từ khóa và mạng lưới trích dẫn, qua đó làm rõ cấu trúc và xu hướng phát triển của lĩnh vực.

Tuy nhiên, bộ dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu chỉ bao gồm các bài báo tiếng Anh thuộc nhóm tạp chí Q1 và Q2 được lập chỉ mục trong Scopus và Web of Science. Do đó, các công trình công bố bằng ngôn ngữ khác hoặc xuất hiện trên các tạp chí ngoài hai cơ sở dữ liệu này không được xem xét, điều này có thể làm hạn chế tính bao quát của kết quả phân tích.

Tài liệu tham khảo:

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. Journal of Informetrics, 11(4), 959-975.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 133, 285-296.

ESCAP (2022), "Sustainable freight transport in ASEAN challenges and opportunities"

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8th ed.). Andover, UK: Cengage Learning.

Jean-Paul Rodrigue, Brian Slack, Claude Comtois, "Green Logistics", Handbook of Logistics and Supply-Chain Management, Emerald insight Published online: 02 Mar 2017; 339-350.

OECD (2021), OECD Competition Assessment Reviews: Logistics Sector in ASEAN, OECD Competition Assessment Reviews, OECD Publishing, Paris

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.). Chichester, UK: John Wiley & Sons.

The World bank group (2023), The Logistics Performance Index and Its Indicators

Van Eck, N.J. and Waltman, L. (2019), "Manual for VOSviwer version 1.6.10", CWTS Meaningful Metrics (January).

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. Organizational Research Methods, 18(3), 429-472.

THU HÚT FDI VÀO VÙNG ĐÔNG NAM BỘ TRONG BỐI CẢNH DỊCH CHUYỂN CHUỖI CUNG ỨNG TOÀN CẦU: TRƯỜNG HỢP NHẬT BẢN, HÀN QUỐC

ThS. Vũ Hồng Nhung*

Bài nghiên cứu này phân tích việc thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ, Việt Nam, trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu do căng thẳng địa chính trị và chiến lược "China+1". Nghiên cứu đánh giá thực trạng FDI giai đoạn 2015-2024, dự báo xu hướng 2026-2030, và đề xuất các giải pháp như hoàn thiện chính sách, nâng cao hạ tầng, đào tạo nhân lực, và thúc đẩy liên kết cụm ngành. Kết quả cho thấy vùng Đông Nam Bộ có lợi thế cạnh tranh, nhưng cần cải cách để tăng hiệu quả lan tỏa công nghệ và phát triển bền vững. Nghiên cứu sử dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng, dựa trên dữ liệu từ MPI, JETRO và KOTRA.

• Từ khóa: *FDI; dịch chuyển chuỗi cung ứng; Nhật Bản; Hàn Quốc; vùng Đông Nam Bộ; Việt Nam.*

This study analyzes the attraction of foreign direct investment (FDI) from Japan and South Korea into the Southeast region of Vietnam, in the context of global supply chain shifts due to geopolitical tensions and the "China+1" strategy. The research assesses the current state of FDI from 2015-2024, forecasts trends for 2026-2030, and proposes solutions such as policy improvements, infrastructure enhancement, human resource training, and promoting industry cluster linkages. The results show that the Southeast region has competitive advantages but needs reforms to increase the effectiveness of technology diffusion and sustainable development. The study uses a combination of qualitative and quantitative methods, based on data from MPI, JETRO and KOTRA.

• Key words: *FDI; supply chain shift; Japan; South Korea; Southeast region; Vietnam.*

Ngày nhận bài: 21/01/2026
Ngày gửi phản biện: 20/02/2026
Ngày duyệt đăng: 18/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.52

1. Mở đầu

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hậu COVID-19 và căng thẳng địa chính trị Mỹ-Trung, dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu đã trở thành động lực chính thúc đẩy dòng vốn FDI hướng tới các nước đang phát triển như Việt Nam. Chiến lược "China+1" của các tập đoàn đa quốc gia (MNC) từ Nhật Bản và Hàn Quốc đã khiến Việt Nam nổi lên như một điểm đến hấp dẫn, với FDI từ hai quốc gia này chiếm tỷ lệ lớn trong tổng vốn đầu tư vào khu vực Đông Nam Á. Đầu tư luỹ kế tính đến đầu năm 2026, Hàn Quốc và Nhật Bản là hai nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất và thứ ba tại Việt Nam với tổng vốn luỹ kế lần lượt là hơn 80 tỷ USD (Hàn Quốc) và gần 79 tỷ USD (Nhật Bản), tập trung vào sản xuất công nghệ cao và xanh. Vùng Đông Nam Bộ, với lợi thế hạ tầng và lao động chất lượng cao, chiếm hơn 50% tổng FDI quốc gia, nhưng vẫn đối mặt với thách thức như tỷ lệ nội địa hóa thấp và thiếu nhân lực kỹ năng cao.

Nghiên cứu này nhằm đánh giá thực trạng thu hút FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng, đồng thời đề xuất giải pháp để nâng cao hiệu quả. Phạm vi nghiên cứu tập trung vào thời gian 2015-2025, không gian là TP. Hồ Chí Minh (bao gồm TP. Hồ Chí Minh và Bình Dương cũ), sử dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng. Mục tiêu là cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn cho chính sách, góp phần vào chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2021-2030.

2. Tổng quan tài liệu và khung lý thuyết

Các nghiên cứu về FDI thường dựa trên các lý thuyết kinh tế quốc tế. Lý thuyết Vòng đời sản phẩm (Product life cycle theory) của Vernon

** Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam; email: hnswan@yahoo.com*

(1966) giải thích FDI như quá trình dịch chuyển sản xuất từ giai đoạn đổi mới sang trưởng thành để giảm chi phí. Lý thuyết Nội tại hoá (Internalization theory) của Buckley và Casson (1976) nhấn mạnh nội tại hóa lợi thế sở hữu để giảm rủi ro giao dịch. Mô hình OLI của Dunning (1993) kết hợp lợi thế sở hữu (Ownership), vị trí (Location), và nội tại hóa, đặc biệt phù hợp với bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng. Diamond Model hay còn gọi là mô hình kim cương của Porter (1990) và lý thuyết thể chế của North (1990) nhấn mạnh vai trò cụm ngành và chính sách nhà nước, chất lượng thể chế trong lợi thế cạnh tranh ảnh hưởng đến FDI.

Trong bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu gần đây của Choi et al. (2021) cho thấy FDI thúc đẩy hội nhập chuỗi giá trị toàn cầu (GVC), nhưng hiệu ứng lan tỏa hạn chế do liên kết yếu. Báo cáo UNCTAD (2025) dự báo FDI toàn cầu sẽ tăng 5-10% giai đoạn 2026-2030 nhờ dịch chuyển chuỗi cung ứng. Đối với Nhật Bản và Hàn Quốc, JETRO (2025) nhấn mạnh ASEAN là ưu tiên, trong đó, Việt Nam được hưởng lợi từ Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), một trong những hiệp định thương mại tự do lớn nhất thế giới. Có thể nhận thấy khoảng trống nghiên cứu ở đây thiếu những phân tích cụ thể về giải pháp thu hút FDI vào vùng Đông Nam Bộ trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận hỗn hợp: định tính để phân tích tài liệu từ các báo cáo MPI, JETRO, KOTRA và định lượng để xử lý dữ liệu FDI giai đoạn 2015-2024 bằng phần mềm thống kê SPSS. Phân tích SWOT được áp dụng để đánh giá nhân tố ảnh hưởng. Dữ liệu thứ cấp từ các nguồn như UNCTAD, World Bank, và khảo sát doanh nghiệp. Phạm vi tập trung vào doanh nghiệp FDI Nhật Bản và Hàn Quốc, với trường hợp vùng Đông Nam Bộ.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thực trạng FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ (2015-2024)

Trong phạm vi quốc gia, vùng Đông Nam Bộ là khu vực có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của Việt Nam. Khu vực này bao gồm các trung tâm công nghiệp lớn, hệ thống khu công nghiệp phát triển và cơ sở hạ tầng tương đối đồng bộ. Do đó, Đông Nam Bộ luôn dẫn đầu cả nước về thu hút FDI.

Trong số các đối tác đầu tư, Nhật Bản và Hàn Quốc là hai quốc gia có mức độ đầu tư lớn và ổn định tại Việt Nam. Các doanh nghiệp từ hai quốc gia này đã đầu tư mạnh vào lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo, điện tử, cơ khí chính xác và công nghiệp hỗ trợ, góp phần nâng cao năng lực sản xuất và thúc đẩy quá trình tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của Việt Nam.

Bảng số liệu dưới đây cho thấy quy mô và tỷ trọng dòng vốn FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng này.

Vốn FDI của Hàn Quốc và Nhật Bản vào Đông Nam Bộ giai đoạn 2015 - 2024

Đối tác	2015			2024		
	Số dự án	Vốn đăng ký (triệu USD)	Tỷ lệ %	Số dự án	Vốn đăng ký (triệu USD)	Tỷ lệ %
Hàn Quốc	218	1.193,71	11,2	163	3.249,79	33,0
Nhật Bản	136	595,59	5,6	153	903,69	9,2
Các nước khác	623	8.895,88	83,2	1,518	5.697,35	57,8
Tổng cộng	**977**	**10.685,18**	**100,0**	**1.834**	**9.850,82**	**100,0**

Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài

Trong khoảng thời gian từ 2015 đến 2024, tổng số dự án FDI tại vùng Đông Nam Bộ tăng mạnh 87.7% (từ 977 lên 1,834), cho thấy hoạt động đầu tư sôi nổi hơn do môi trường kinh doanh và các chính sách thu hút FDI trong vùng đã được cải thiện.

Năm 2015, vốn FDI của Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ đạt 1.193,71 triệu USD, chiếm 11,2% tổng vốn FDI của vùng. Trong khi đó, Nhật Bản đạt 595,59 triệu USD, chiếm 5,6%. Như vậy, quy mô vốn đầu tư của Hàn Quốc gấp khoảng 2 lần Nhật Bản trong năm này.

Đến năm 2024, vốn FDI của Hàn Quốc tăng mạnh lên 3.249,79 triệu USD, chiếm 33,0% tổng vốn FDI của vùng. So với năm 2015, quy mô vốn tăng khoảng 2,7 lần. Trong khi đó, Nhật Bản đạt 903,69 triệu USD, chiếm 9,2%, tăng khoảng 1,5 lần so với năm 2015.

Điều này cho thấy Hàn Quốc đang gia tăng mạnh mẽ sự hiện diện đầu tư tại vùng Đông Nam

Bộ, trong khi mức tăng của Nhật Bản diễn ra ổn định nhưng chậm hơn.

Tổng vốn FDI vào vùng Đông Nam Bộ giảm nhẹ từ 10.685,18 triệu USD năm 2015 xuống 9.850,82 triệu USD năm 2024. Tuy nhiên, trong bối cảnh đó, Hàn Quốc và Nhật Bản vẫn gia tăng vốn đầu tư, đặc biệt là Hàn Quốc. Điều này cho thấy hai quốc gia Đông Bắc Á này đang trở thành nguồn FDI quan trọng và ổn định của vùng.

4.2. Bối cảnh và dự báo dịch chuyển chuỗi cung ứng (2026-2030)

Theo báo cáo của UNCTAD (2025), dòng vốn FDI toàn cầu tiếp tục biến động trong bối cảnh kinh tế thế giới phục hồi chậm sau đại dịch, lạm phát kéo dài và căng thẳng địa chính trị. Năm 2024, FDI toàn cầu ước giảm khoảng 10-11% so với năm trước. Tuy nhiên, khu vực châu Á vẫn duy trì vai trò là trung tâm thu hút đầu tư, trong đó ASEAN nổi lên như một điểm đến quan trọng của dòng vốn dịch chuyển chuỗi cung ứng. Năm 2024, ASEAN thu hút khoảng 235 tỷ USD FDI, và xu hướng này tiếp tục duy trì trong năm 2025 nhờ quá trình đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu. Căng thẳng thương mại giữa United States và China, bắt đầu từ năm 2018 và tiếp tục kéo dài trong giai đoạn 2024-2025, đã thúc đẩy chiến lược "China+1", khiến nhiều doanh nghiệp quốc tế dịch chuyển một phần hoạt động sản xuất sang các nền kinh tế như Việt Nam, Ấn Độ và Mexico. Báo cáo của McKinsey (2025) cho thấy 40% doanh nghiệp Mỹ dự kiến di dời ít nhất một phần chuỗi cung ứng về Bắc Mỹ hoặc châu Á đến năm 2026, tăng FDI vào ASEAN khoảng 15-20% hàng năm. Trong bối cảnh bất ổn địa chính trị gia tăng, các sự kiện như khủng hoảng vận tải tại khu vực Biển Đỏ tiếp tục làm gián đoạn chuỗi logistics toàn cầu, buộc các doanh nghiệp phải đa dạng hóa địa điểm sản xuất và nguồn cung.

Đối với Nhật Bản và Hàn Quốc, hai nguồn FDI lớn nhất châu Á, báo cáo JETRO (2024) cho thấy Nhật Bản duy trì vị thế dẫn đầu ở ASEAN với các dự án dài hạn, tăng đầu tư vào Việt Nam và Thái Lan do dịch chuyển chuỗi cung ứng. FDI Hàn Quốc tăng ổn định ở ASEAN+3, tập trung vào bán dẫn và năng lượng tái tạo, với kế hoạch hợp tác ASEAN-ROK 2026-2030 nhấn mạnh đầu tư bền vững. Trong bối cảnh này, Việt Nam hưởng lợi từ vị trí trung lập, với căng thẳng Mỹ-Trung xếp hạng thứ hai trong các yếu tố thúc đẩy FDI "chuyển hướng". Các hiệp định FTA như RCEP (loại bỏ 90% thuế quan), CPTPP (tăng GDP Việt Nam 1,1% đến 2030) và EVFTA (tăng xuất khẩu sang châu Âu 42,7%) đã củng cố vị thế, giúp Việt Nam tích hợp sâu hơn vào GVC.

Bối cảnh trong nước, Việt Nam đã thu hút kỷ lục 36,6 tỷ USD FDI năm 2023, và đến năm 2025, tổng FDI đăng ký đạt khoảng 38-39 tỷ USD, với giải ngân 27-28 tỷ USD, tăng 9% so với năm trước. Đến tháng 1/2026, FDI đăng ký giảm 40,6% xuống 2,58 tỷ USD do ảnh hưởng địa chính trị, nhưng giải ngân tăng 11,3% lên 1,68 tỷ USD, cao nhất trong 5 năm. Luật Đầu tư 2020 và Chiến lược Hợp tác đầu tư nước ngoài 2021-2030 (Nghị quyết 50-NQ/TW) ưu tiên FDI chất lượng cao, vùng Đông Nam Bộ tuy được hưởng lợi từ hạ tầng như sân bay Long Thành và cao tốc Bắc-Nam nhưng lại đối mặt với cạnh tranh gay gắt từ Thái Lan, Indonesia và Malaysia, đặc biệt trong thu hút FDI Nhật Bản.

Bên cạnh đó, việc tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) và EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) đã giúp Việt Nam cải thiện khả năng tiếp cận thị trường quốc tế và tăng cường hội nhập vào các chuỗi giá trị toàn cầu (GVC). Các hiệp định này dự kiến góp phần gia tăng xuất khẩu và thúc đẩy dòng vốn đầu tư nước ngoài trong các ngành sản xuất định hướng xuất khẩu.

4.3. Giải pháp thu hút FDI

Phân tích SWOT trong thu hút FDI Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ

Dựa trên khung lý thuyết OLI (Dunning) và Diamond Model (Porter), kết hợp dữ liệu thực tiễn từ giai đoạn 2015-2024 và dự báo 2026-2030, tác giả xây dựng bảng phân tích SWOT trong thu hút FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc, cụ thể, tập trung vào bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu.

Strengths (điểm mạnh): Đông Nam Bộ sở hữu vị trí địa lý chiến lược, hệ thống hạ tầng công

nghiệp tương đối phát triển và quy mô thị trường lớn, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư quốc tế mở rộng hoạt động sản xuất và xuất khẩu. Bên cạnh đó, việc Việt Nam tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) và Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) góp phần tăng cường mức độ hội nhập kinh tế và nâng cao khả năng kết nối của khu vực với chuỗi giá trị toàn cầu.

Weaknesses (điểm yếu): Một số điểm yếu như chi phí đất đai và lao động ngày càng tăng, tình trạng quá tải hạ tầng tại một số trung tâm công nghiệp, cũng như mức độ liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa còn hạn chế. Thể chế chưa đồng bộ với thủ tục hành chính rườm rà, thiếu nhân lực chất lượng cao với tỷ lệ nội địa hóa thấp, chi phí logistics cao dẫn đến hạn chế lan tỏa công nghệ và phụ thuộc vào lao động giá rẻ.

Opportunities (cơ hội): Bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu đang tạo ra nhiều cơ hội để thu hút dòng vốn đầu tư mới từ các nền kinh tế phát triển, đặc biệt là từ Nhật Bản và Hàn Quốc, khi các doanh nghiệp có xu hướng đa dạng hóa địa điểm sản xuất nhằm giảm thiểu rủi ro địa chính trị. nổi bật từ chiến lược "China+1" do căng thẳng Mỹ-Trung, thúc đẩy FDI tăng 15-20% hàng năm vào ASEAN (UNCTAD, 2025), kết hợp các FTA như RCEP và CPTPP giảm thuế quan 90-99%, mở rộng đầu tư xanh và bán dẫn cho phép vùng Đông Nam Bộ trở thành trung tâm chuỗi cung ứng châu Á.

Threats (thách thức)

Vùng Đông Nam Bộ đang phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt từ Thái Lan, Indonesia với hạ tầng vượt trội và ưu đãi R&D mạnh mẽ, rủi ro địa chính trị từ hàng rào thuế quan Mỹ và suy thoái toàn cầu cũng như yêu cầu ESG nghiêm ngặt có thể làm mất cơ hội nếu không cải thiện kịp thời.

Việc vận dụng phân tích SWOT giúp xác định rõ các yếu tố lợi thế và hạn chế của khu vực, qua đó làm cơ sở khoa học cho việc đề xuất các chính sách và giải pháp nhằm tối ưu hóa lợi thế vị trí và thúc đẩy nội tại hóa lợi thế sở hữu, nâng cao năng lực cạnh tranh trong thu hút dòng vốn FDI chất lượng cao vào vùng Đông Nam Bộ trong giai đoạn tới. Tác giả đề xuất sáu giải pháp cụ thể:

Hoàn thiện chính sách, thể chế

Cần xây dựng khung pháp lý đồng bộ, minh bạch theo chuẩn quốc tế, giảm thủ tục hành chính rườm rà do hiện nay còn chồng chéo giữa Luật Đầu tư và Luật Đất đai. Chuyển đổi ưu đãi thuế từ lợi nhuận sang chi phí và hiệu quả, như hỗ trợ 50% thuế cho R&D tương tự Thái Lan, và áp dụng quy tắc thuế tối thiểu toàn cầu 15% để tránh thất thu. Tận dụng FTA như VKFTA và VJEPA để giảm thuế quan. Tại vùng Đông Nam Bộ, thành lập cơ quan liên ngành quản lý FDI tương tự như JETRO nhằm thúc đẩy xúc tiến đầu tư chiến lược qua diễn đàn Việt-Nhật và Việt-Hàn. Ngoài ra, triển khai Nghị định 19/2025 để rút ngắn thời gian phê duyệt IRC xuống 15 ngày, đặc biệt cho dự án bán dẫn từ Hàn Quốc.

Nâng cao hạ tầng cứng & mềm

Đầu tư GDP vào hạ tầng, với trọng tâm là vùng Đông Nam Bộ qua các dự án như vành đai 3 và cao tốc Bắc-Nam để giảm chi phí logistics. Áp dụng Smart Grid theo PDP8 (Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia của Việt Nam giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050) để đảm bảo độ tin cậy năng lượng 99,9%. Về hạ tầng mềm, triển khai e-government với blockchain để minh bạch hóa cấp phép, giảm thời gian từ 45-60 ngày xuống dưới 30 ngày. Hợp tác với Nhật Bản qua ODA để xây dựng hệ thống ITS, giảm ùn tắc giao thông giữa các tỉnh, thành phố trong khu vực.

Đào tạo nhân lực & hệ sinh thái công nghệ

Hợp tác với JICA và KOICA để xây dựng chương trình đào tạo STEM+AI, như mô hình "Kosen" của Nhật Bản tại Đại học Việt Nhật, nhằm đào tạo 50.000 kỹ sư bán dẫn đến 2030, tăng chi tiêu R&D lên 2% GDP, ưu tiên AI và IoT theo Nghị quyết 57-NQ/TW. Tại Đông Nam Bộ, xây dựng "mega-city" tại TP. Hồ Chí Minh, hợp tác với Samsung để huấn luyện 50.000 lao động/năm.

Khảo sát JETRO (2024) cho thấy 56,1% doanh nghiệp Nhật gặp khó khăn tuyển dụng,

nên cần thiết phải mở rộng chính sách nhập cư cho chuyên gia. Xây dựng quỹ hỗ trợ startup từ FDI, tăng tỷ lệ chương trình đại học hợp tác quốc tế lên 20%.

Xúc tiến đầu tư có trọng tâm

Chuyển từ xúc tiến đại trà sang chủ động, tập trung đối tác Nhật Bản và Hàn Quốc qua đại diện tại Tokyo và Seoul. Tổ chức hội thảo "Gặp gỡ người mua" để kết nối chuỗi cung ứng, như chương trình của Samsung với 200 SME Việt Nam. Hợp tác với JICA và KOICA qua "twin-promotion", minh bạch hóa danh mục 157 dự án quốc gia để thu hút bán dẫn và năng lượng tái tạo.

Liên kết cụm - nội địa hóa - SME địa phương

Xây dựng cụm ngành theo mô hình Keiretsu (Nhật) và Chaebol (Hàn), với ủy ban liên ngành hỗ trợ kết nối cung-cầu qua nền tảng B2B. Hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa địa phương qua đào tạo Kaizen và chứng nhận ISO nhằm tăng nội địa hóa trong chế tạo. Thực hiện ưu đãi thuế cho liên doanh, trợ cấp chi phí đào tạo để các doanh nghiệp Việt Nam trở thành nhà cung cấp cấp 1.

Môi trường - năng lượng - tuân thủ quốc tế

Ưu tiên dự án xanh theo Luật Bảo vệ Môi trường 2020, áp dụng yêu cầu EIA (Environmental Impact Assessment) nghiêm ngặt và tuân thủ ESG (Environmental, Social, and Governance) như ISO 14001 và CBAM của EU. Hỗ trợ năng lượng tái tạo với "vành đai năng lượng xanh" quanh TP.HCM. Giám sát qua hệ thống quan trắc tự động và trái phiếu xanh, đảm bảo tuân thủ quy định của Liên minh Châu Âu

Các giải pháp này sẽ nâng cao sức hút FDI của vùng Đông Nam Bộ, thúc đẩy lan tỏa công nghệ và hội nhập chuỗi cung ứng toàn cầu, phù hợp với dự báo tăng trưởng từ dịch chuyển chuỗi cung ứng.

Kết luận

Nghiên cứu đã phân tích thực trạng thu hút FDI từ Nhật Bản và Hàn Quốc vào vùng Đông Nam Bộ trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu. Kết quả cho thấy khu vực này tiếp tục giữ vai trò trung tâm thu hút FDI của Việt Nam nhờ lợi thế về vị trí địa lý, hạ tầng công nghiệp và mức độ hội nhập kinh tế quốc tế. Trong giai đoạn 2015-2024, dòng vốn từ hai quốc gia này duy trì xu hướng tăng, đặc biệt trong các ngành công nghiệp chế biến chế tạo và công nghệ cao.

Trong bối cảnh cạnh tranh thu hút FDI ngày càng gay gắt trong khu vực, việc tận dụng cơ hội từ chiến lược "China+1" và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới có ý nghĩa quan trọng. Trên cơ sở phân tích SWOT, nghiên cứu đề xuất các định hướng chính sách gồm hoàn thiện thể chế đầu tư, nâng cấp hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ và tăng cường xúc tiến đầu tư có trọng tâm. Những giải pháp này sẽ góp phần nâng cao chất lượng dòng vốn FDI và tăng cường vai trò của vùng Đông Nam Bộ trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Tài liệu tham khảo:

Cong thuong. (2025). FDI Nhật Bản vào Việt Nam sẽ tăng năm 2025. https://congthuong.vn/fdi-nhat-ban-vao-viet-nam-se-tang-nam-2025-373327.html

Đảng Cộng sản Việt Nam. (2019). Nghị quyết số 50-NQ/TW. https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/nghi-quyet-so-50-nqtw-ngay-2082019-cua-bo-chinh-tri-ve-dinh-huong-hoan-thien-the-che-chinh-sach-nang-cao-chat-luong-hieu-qua-5629

Minh Ngọc Nguyễn. (2025). Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam. https://www.statista.com/topics/13056/foreign-direct-investment-fdi-into-vietnam

Choi, J. et al. (2021). The Role of Vietnam's FDI Inflows in Global Value Chains Participation and Economic Growth. AMRO working paper. https://www.amro-asia.org/wp-content/uploads/2021/05/The-Role-of-Vietnams-FDI-Inflows-in-Global-Value-Chains-Participation-and-Economic-Growth.pdf

Dunning, J. H. (1993). Multinational Enterprises and the Global Economy. Addison-Wesley.

Energy Transition Partnership. (2025). Development of Vietnam Smart Grid Roadmap. https://www.energytransitionpartnership.org/wp-content/uploads/2025/07/SC-Development-of-Vietnam-Smart-Grid-Roadmap-for-period-up-to-year-2030-with-a-vision-to-2050.pdf

Farole and Winkler. (2014). Making Foreign Direct Investment Work for Sub-Saharan Africa. World Bank Publication.

Fitch Ratings. (2023). Vietnam's PDP8 Roadmap for Energy Transition. https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/vietnams-pdp8-roadmap-for-energy-transition-sets-ambitious-medium-term-targets-12-06-2023

JETRO. (2024). 2024 Survey on Business Conditions of Japanese Companies Operating Overseas. https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/survey/pdf/2024/EN_Asia_and_Oceania_2024_r4.pdf

JETRO. (2025). Global Trade and Investment Report 2025. https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/white_paper/trade_invest_2025.pdf

Mai Hương Giang and Bùi Huy Trung. (2025). The impact of free trade agreements on foreign direct investment inflows. Bussiness Perspectives, 22(3), 1-13.

UN. (2024). ASEAN Investment Report 2024. https://asean.org/wp-content/uploads/2024/10/AIR2024-3.pdf

UNCTAD. (2025). World Investment Report 2025. https://unctad.org/publication/world-investment-report-2025

Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. The Quarterly Journal of Economics, 80(2), 190-207.

CPRD. (2021). https://cpbrd.congress.gov.ph/wp-content/uploads/2023/09/FF2021-68-2020-Human-Capital-Index.pdf

TIÊU DÙNG XANH TẠI VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ

PGS.TS. Nguyễn Thị Hà* - ThS. Lê Vũ Thanh Tâm* - TS. Nguyễn Thu Thương*

Tiêu dùng xanh (TDX) đã trở thành xu hướng tất yếu, đang lan tỏa mạnh mẽ tại nhiều quốc gia trên thế giới. Tại Việt Nam, TDX đang dần thành một xu thế mới và nhận thức của người tiêu dùng về TDX, sản phẩm xanh cũng ngày một nâng cao. Tuy nhiên, TDX cũng gặp phải nhiều thách thức. Do vậy, cần có giải pháp để thúc đẩy TDX, bảo đảm phát triển bền vững, bắt kịp với xu thế của thế giới. Bằng phương pháp tổng hợp, so sánh dữ liệu lịch sử, bài viết phân tích, đánh giá thực trạng TDX tại Việt Nam với những kết quả, song song với vấn đề đặt ra, từ đó đề xuất một số khuyến nghị thúc đẩy hoạt động TDX tại Việt Nam.

• Từ khóa: *tiêu dùng xanh, tăng trưởng xanh, bảo vệ môi trường.*

Green consumption has become an inevitable trend, spreading rapidly in many countries around the world. In Vietnam, green consumption is gradually becoming a new trend, and consumer awareness of green consumption and green products is also increasing. However, green consumption also faces many challenges. Therefore, solutions are needed to promote green consumption, ensure sustainable development, and keep pace with global trends. Using a synthesis and comparison of historical data, this article analyzes and evaluates the current state of green consumption in Vietnam, considering the results and challenges encountered, and proposes some recommendations to promote green consumption activities in Vietnam.

• Key words: *green consumption, green growth, environmental protection.*

Ngày nhận bài: 17/01/2026
Ngày gửi phản biện: 22/02/2026
Ngày duyệt đăng: 20/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.53

Đặt vấn đề

TDX đã và đang là xu hướng chung của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó người tiêu dùng quan tâm hơn đến vấn đề sức khỏe và hệ sinh thái trường xung quanh. TDX nhằm bảo vệ các nguồn tài nguyên cho các thế hệ tương lai và nâng cao chất lượng sống của con người. Bằng phương pháp tổng hợp, so sánh dữ liệu lịch sử, bài viết phân tích, đánh giá thực trạng TDX tại Việt Nam với những kết quả đạt được, xu hướng phát triển, cũng như những thách thức đặt ra, từ đó đề xuất một số giải pháp thúc đẩy hoạt động TDX tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, TDX bước đầu được chính quyền, doanh nghiệp, người tiêu dùng quan tâm và thu được những kết quả tích cực, mở rộng thị trường phân phối cho các sản phẩm xanh, tiết kiệm năng lượng. Việt Nam đã ban hành và thực thi chính sách tiêu dùng xanh với nhiều hoạt động, chương trình nâng cao nhận thức về TDX cho người dân, từ đó tạo được chuyển biến trong nhận thức và hành động của người tiêu dùng về sản phẩm xanh và các hành vi bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, việc thúc đẩy TDX ở Việt Nam thời gian qua vẫn còn những hạn chế, khó khăn, đòi hỏi có giải pháp hoàn thiện chính sách thúc đẩy TDX trong thời gian tới, từ đó góp phần phát triển nền kinh tế xanh và bền vững.

1. Thực trạng tiêu dùng xanh tại Việt Nam giai đoạn 2016-2025

1.1. Chính sách và quy định pháp luật hiện hành về tiêu dùng xanh tại Việt Nam

Việt Nam đã và đang triển khai một số hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu dùng bền vững, trong đó TDX cũng bắt đầu được quan tâm nhiều hơn. Nhiều văn bản liên quan đã được ký kết, như: Tuyên ngôn quốc tế và Kế hoạch hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững (1999), các văn bản pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả; Tuyên ngôn quốc tế về sản xuất sạch hơn (1999),... Các chương

** Học viện Tài chính; email: nguyenha@hvtc.edu.vn*

trình liên quan đến sản phẩm xanh, như: Chương trình cấp Nhãn sinh thái (Bộ Tài nguyên và Môi trường); Cùng với đó Nhãn tiết kiệm năng lượng (Bộ Công Thương); Nhãn sinh thái cho ngành Du lịch cũng được triển khai.

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 đã khẳng định yêu cầu cấp thiết của việc chuyển đổi phương thức tiêu dùng theo hướng bền vững nhằm bảo vệ và cải thiện chất lượng môi trường, chủ động ứng phó biến đổi khí hậu. Gần đây, trong chiến lược quốc gia về TTX giai đoạn 2021 - 2030 và tầm nhìn đến năm 2050 của Việt Nam, TDX là nội dung quan trọng được đề cập. Mục tiêu tổng quát của Chiến lược là TTX góp phần thúc đẩy cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nhằm đạt được sự thịnh vượng về kinh tế, bền vững về môi trường và công bằng về xã hội; hướng tới nền kinh tế xanh, trung hòa cacbon và đóng góp vào mục tiêu hạn chế sự gia tăng nhiệt độ toàn cầu.

Hiện nay, thuật ngữ pháp lý TDX được định nghĩa tại Phụ lục ban hành kèm theo Quyết định số 1658/QĐ-TTg ngày 01/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược quốc gia về TTX giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Quyết định số 1658/QĐ-TTg là văn bản thay thế cho Quyết định số 1393/QĐ-TTg ngày 25/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ, điều này cho thấy, TDX là vấn đề rất mới, do đó cũng không ngạc nhiên khi ngoài Quyết định số 1658/QĐ-TTg, có đề cập trực tiếp một số nội xung quanh TDX theo dạng đi kèm với các quy định về tiêu dùng bền vững thì các văn bản quy phạm pháp luật cấp độ Luật, Nghị định, Thông tư đều chưa có quy định riêng, quy định chuyên biệt về nội dung này. Những quy định hiện hành có liên quan đến TDX hiện đang tồn tại rải rác tại một số văn bản Luật, Nghị định, Thông tư, Kế hoạch... có liên quan đến quy định về BVMT; khai thác, sử dụng tài nguyên thiên nhiên; quản lý, sử dụng năng lượng; quản lý rác thải... như Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả năm 2010; Nghị định số 21/2011/NĐ-CP ngày 29/3/2011 của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả; Quyết định số 1746/QĐ-TTg ngày 04/12/2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động quốc gia về quản lý rác thải nhựa đại dương đến năm 2030; Luật BVMT năm 2020; Thông tư số 25/2020/TT-BCT ngày 29/9/2020 của Bộ Công Thương quy định về việc lập kế hoạch, báo cáo thực hiện Kế hoạch sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả; thực hiện kiểm toán năng lượng...

1.2. Thực trạng tiêu dùng xanh tại Việt Nam giai đoạn 2016-2025

Các chủ trương, chính sách, chương trình hành động về TDX được phát triển ở nhiều địa phương trên cả nước, bước đầu đã đạt những kết quả tốt, thu hút đông đảo người dân tham gia. Đặc biệt, sau đại dịch COVID-19, nhiều người tiêu dùng cho biết, họ ưu tiên mua các thực phẩm Organic, BiOrganic, thực phẩm không biến đổi gen,… vì sử dụng phương pháp trồng trọt, chăn nuôi truyền thống, không tác động tiêu cực đến môi trường. Mặc dù chi phí cho các sản phẩm này tăng cao, nhưng người dùng vẫn chấp nhận, vì ý thức được vấn đề liên quan đến sức khỏe và hệ sinh thái.

Nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm xanh, thân thiện môi trường tại Việt Nam tăng trung bình 15% mỗi năm trong giai đoạn 2021-2023[1]. Khảo sát của Nielsen IQ (2023) cho thấy, 49% người tiêu dùng mang túi riêng, sử dụng túi tái chế; 47% chỉ mua đồ cần thiết, tránh lãng phí; 45% người tiêu dùng có ý thức phân loại rác tái chế và tiết kiệm điện. Nghiên cứu cũng chỉ rõ, 38% người tiêu dùng đánh giá sáng kiến và hành động thiết thực của doanh nghiệp nhằm cải thiện môi trường là cực kỳ quan trọng, cho thấy sự kỳ vọng của người tiêu dùng với doanh nghiệp về những sáng kiến và hành động thiết thực nhằm cải thiện môi trường. Theo khảo sát của Công ty Nghiên cứu thị trường Intage Việt Nam với người tiêu dùng Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh mới đây, 95% người tiêu dùng đã có ý thức về bảo vệ môi trường, 73% sử dụng thực phẩm được sản xuất hữu cơ và thuần tự nhiên; 44% hạn chế sử dụng túi nhựa… Đáng lưu ý, gần 90% người tiêu dùng ủng hộ những DN kinh doanh đạo đức và có trách nhiệm xã hội; 43% người tiêu dùng có

[1] *https://moit.gov.vn/phat-trien-ben-vung/tieu-dung-xanh-co-hoi-vang-cho-thi-truong-viet-nam.html*

ấn tượng tốt về nhãn hàng, doanh nghiệp thân thiện với môi trường...

Trong các hệ thống bán lẻ hiện đại, doanh số nhóm hàng dán nhãn "xanh", "tiêu dùng bền vững" tăng 40-60% khi có các chiến dịch truyền thông lớn. Các nhóm sản phẩm nổi bật gồm thực phẩm hữu cơ, bao bì sinh học, sản phẩm thay thế nhựa và đồ gia dụng tái chế. Riêng thị trường thực phẩm hữu cơ năm 2023 đã đạt quy mô 100 triệu USD, tăng 20% so với ba năm trước. Doanh nghiệp Việt Nam cũng đang nhanh chóng "xanh hóa" chuỗi cung ứng. Tại Hội chợ Mùa Thu lần thứ nhất năm 2025, nhiều doanh nghiệp sản xuất bao bì phân hủy sinh học ghi nhận hàng nghìn lượt khách ghé thăm, trong đó có cả các hệ thống siêu thị lớn muốn hợp tác dài hạn. "Không chỉ người tiêu dùng mà cả nhà bán lẻ cũng tìm kiếm giải pháp bao bì xanh. Đây là cơ hội để chúng tôi mở rộng quy mô và giảm dần nhựa dùng một lần", một doanh nhân trong lĩnh vực bao bì sinh học chia sẻ.

2. Một số vấn đề đặt ra với tiêu dùng xanh tại Việt Nam

Mặc dù TDX mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng và môi trường sống, nhưng để các sản phẩm xanh thay thế hoàn toàn các sản phẩm tiêu dùng thông thường gây ô nhiễm thì còn nhiều khó khăn, cụ thể như sau:

Thứ nhất, từ phía người tiêu dùng: Mức thu nhập bình quân của người dân Việt Nam còn thấp, thì việc cân nhắc để chọn lựa sản phẩm hàng hóa, dịch vụ xanh, thân thiện với môi trường là rất khó đối với người tiêu dùng. Vì vậy, nhận thức và hành vi sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường đang còn hạn chế. Theo khảo sát của NielsenIQ và Hội đồng Doanh nghiệp vì sự Phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD), chỉ 12-18% người dân ở các đô thị lớn như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh duy trì thói quen này hằng ngày… Người tiêu dùng, đặc biệt ở khu vực nông thôn vẫn chưa có đầy đủ nhận thức về vấn đề bảo vệ môi trường khi tiêu dùng hàng hóa và mức độ hiểu biết của họ về TDX còn hạn chế (gần 72% người được hỏi đã nghe nói tới, nhưng không hiểu rõ về sản phẩm hàng hóa thân thiện môi trường). Việc tiêu dùng các hàng hóa được dán nhãn sinh thái cũng chủ yếu tập trung ở người có trình độ học vấn cao, thu nhập tốt, am hiểu, cũng như quan tâm nhiều hơn đến vấn đề thân thiện với môi trường hơn so với các nhóm khác. Điều này phản ánh một thực tế: khoảng cách giữa nhận thức và hành vi tiêu dùng bền vững vẫn còn khá lớn, do rào cản giá cả và thiếu minh bạch về tiêu chuẩn xanh.

Thứ hai, từ phía doanh nghiệp. Ý thức trách nhiệm đối với vấn đề bảo vệ môi trường từ phía doanh nghiệp còn hạn chế. Hiện tại, nhiều doanh nghiệp chưa giải quyết thỏa đáng mâu thuẫn giữa mục tiêu lợi nhuận và TTX, đặc biệt là đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa. Bên cạnh đó, mặc dù công nghệ xanh rất phát triển trên thế giới, song không dễ được đưa vào áp dụng ở Việt Nam. Số lượng doanh nghiệp chủ động đầu tư, đổi mới mô hình sản xuất theo hướng hiện đại vẫn còn gặp nhiều khó khăn trong việc huy động nguồn lực, lựa chọn công nghệ phù hợp. Việc kiểm định các hàng hóa xanh, hàng hóa sạch, hàng hóa đạt các tiêu chuẩn chứng chỉ cho các doanh nghiệp nhiều khi chưa được thực hiện nghiêm túc. Tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng vẫn còn lưu thông trên thị trường, làm giảm niềm tin của người tiêu dùng.

Thứ ba, từ phía chính quyền. Thiếu chính sách hỗ trợ phát triển xanh, các chính sách hướng đến phát triển TDX còn thiếu đồng bộ. Các chính sách thúc đẩy sản xuất sản phẩm, dịch vụ xanh chưa tạo động lực mạnh mẽ cho các doanh nghiệp. Chính sách hỗ trợ chưa thu hút được các doanh nghiệp đầu tư thay đổi dây chuyền công nghệ, chưa tạo ra được sự chuyển biến đáng kể để doanh nghiệp đổi mới công nghệ và quy trình sản xuất. Cơ chế, chính sách khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư phát triển sản xuất sản phẩm xanh còn bộc lộ nhiều mặt bất cập. Nguồn kinh phí từ ngân sách Nhà nước để hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ nhằm sản xuất hàng hóa thân thiện môi trường còn ít, mức độ hỗ trợ thấp. Các quy định chính sách hỗ trợ thường tập trung cho khâu sản xuất, chưa hướng mạnh tới người tiêu dùng.

3. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xanh

Mặc dù TDX mang lại nhiều lợi ích cho nhà đầu tư và môi trường sống, nhưng để các sản phẩm xanh thay thế hoàn toàn các sản phẩm tiêu dùng thông thường gây ô nhiễm thì còn rất nhiều khó khăn, trở ngại, nhất là với một nước đang phát triển như Việt Nam. Để hướng tới các mô hình sản xuất xanh, tiêu dùng bền vững cần có sự nỗ lực từ phía các doanh nghiệp sản xuất, nhà cung cấp cũng như những thay đổi trong thói quen mua sắm của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, các cơ chế, chính sách, chương trình hỗ trợ phù hợp của các cơ quan chức năng, địa phương là rất cần thiết trong việc khuyến khích các mô hình sản xuất, tiêu dùng xanh, bền vững. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, từ phía người tiêu dùng: Nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường và cách thức tiêu dùng, hướng đến các sản phẩm xanh, bền vững. Thực hiện lối sống "tiêu dùng xanh" như: mua sắm sản phẩm hữu cơ, ít bao bì, tiết kiệm điện nước. Tích cực phân loại rác thải tại nguồn (nhựa, giấy, rác hữu cơ) để tái chế. Kiên quyết tẩy chay các sản phẩm gây ô nhiễm môi trường. Giám sát và phản hồi về chất lượng sản phẩm xanh, lên tiếng trước các hành vi "xanh giả tạo" (greenwashing). Chung tay cùng cơ quan quản lý thông qua việc thực hiện chức năng giám sát hoạt động cung cấp sản phẩm xanh của doanh nghiệp. Tham gia các hoạt động cộng đồng về môi trường, đổi rác thải nhựa lấy cây xanh.

Thứ hai, từ phía các doanh nghiệp, chấp hành tốt các quy định về bảo vệ môi trường; chủ động cải tiến quy trình sản xuất, đổi mới công nghệ, phát triển nguồn năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, công nghệ sản xuất nhằm tiết kiệm tài nguyên, tiêu hao ít năng lượng; ưu tiên sử dụng nguyên vật liệu đầu vào thân thiện với môi trường. Đặc biệt, luôn phải đặt vấn đề sức khỏe người tiêu dùng là trọng tâm của việc phát triển sản phẩm và có một chiến lược phát triển sản phẩm gắn liền với cam kết bền vững. Phát triển xanh sẽ là con đường chiến lược để các doanh nghiệp phát triển bền vững trong điều kiện cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

Thứ ba, từ phía chính quyền, xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý, chính sách thúc đẩy TDX, đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ và minh bạch. Khuyến khích sản xuất sản phẩm, dịch vụ xanh; phát triển những ngành nghề, lĩnh vực có áp dụng công nghệ sạch; phát triển và nhân rộng các mô hình doanh nghiệp xanh, đồng thời, hỗ trợ giá đối với các sản phẩm, dịch vụ xanh, nhằm đẩy mạnh kích cầu tiêu dùng đối với sản phẩm này. Tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức của toàn xã hội về vai trò, ý nghĩa của TDX và TTX. Đẩy mạnh tập huấn chuyên môn, phổ biến các mô hình, kinh nghiệm tốt và hành động thiết thực về lối sống, TDX, hài hòa với thiên nhiên, gắn kết với việc bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống, gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam".

Kết luận

Thúc đẩy TDX là yêu cầu tất yếu, nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế xanh và bền vững tại Việt Nam. Việc thực hiện TDX ở nước ta trong nhiều năm qua đã đem lại những tác động tích cực trong việc nâng cao nhận thức của người dân, DN và cán bộ cơ quan nhà nước liên quan đến TDX, đồng thời tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ xanh hay mở rộng thị trường phân phối cho các sản phẩm tiết kiệm năng lượng, thực phẩm hữu cơ, hay các sản phẩm xanh khác. Trong thời gian tới, để tăng cường thực thi chính sách TDX nhằm phát triển bền vững, đòi hỏi sự quan tâm tổng lực từ Nhà nước, DN và người tiêu dùng cùng nỗ lực thực hiện các giải pháp đồng bộ từ hoàn thiện chính sách, tăng cường nguồn lực tài chính đến nâng cao nhận thức và hình thành chuỗi cung ứng xanh, giúp người tiêu dùng có hệ thống sản phẩm phục vụ TDX.

Tài liệu tham khảo:

Chính phủ (2012), Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh, thời kỳ 2011 - 2020 và tầm nhìn đến năm 2050.

Chính phủ (2021), Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

Lâm Việt Dũng (2017). Nghiên cứu đề xuất chính sách phát triển các kênh phân phối hàng hóa thân thiện môi trường. Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương.

Thủ tướng Chính phủ (2020), Quyết định số 889/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021-2030.

Phan Thị Lệ Thủy (2023), Tiêu dùng xanh tại Việt Nam hiện nay: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Công Thương, số 7 tháng 3/2023.

VAI TRÒ MARKETING XANH TRONG VIỆC TẠO NIỀM TIN XANH ĐỐI VỚI THỰC PHẨM XANH CỦA GIỚI TRẺ KHU VỰC ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

ThS. Nguyễn Thị Hồng Phúc* - PGS.TS. Nguyễn Thanh Hùng* - PGS.TS. Nguyễn Xuân Nhĩ**

Nghiên cứu này nhằm xác định vai trò của marketing xanh trong nâng cao hình ảnh thương hiệu, thúc đẩy tiêu dùng bền vững và xây dựng niềm tin khách hàng. Kết quả nghiên cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn cho doanh nghiệp khu vực ĐBSCL và Việt Nam trong định hướng phát triển bền vững. Đồng thời, nghiên cứu gợi mở các bài học về marketing xanh nhằm tạo niềm tin cho giới trẻ.

• Từ khóa: *marketing xanh, niềm tin xanh, tiêu dùng bền vững.*

This study aims to identify the role of green marketing in enhancing brand image, promoting sustainable consumption, and building customer trust. The research findings provide both theoretical and practical foundations for businesses in the Mekong Delta region and Vietnam as a whole in orienting sustainable development strategies. At the same time, the study offers lessons on green marketing in fostering customer trust and loyalty.

• Key words: *green marketing, green trust, sustainable consumption.*

Ngày nhận bài: 17/01/2026
Ngày gửi phản biện: 20/02/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.54

1. Đặt vấn đề

Xu hướng tiêu dùng hiện nay ưu tiên lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ áp dụng năng lượng tái tạo và quy trình sản xuất bền vững, việc sử dụng các nhãn sinh thái và thông tin minh bạch về sản phẩm đã tạo niềm tin lớn hơn đối với người tiêu dùng (Ahmed và cộng sự., 2023). Tuy nhiên, người tiêu dùng vẫn gặp khó khăn trong việc đánh giá và tin tưởng chất lượng của các sản phẩm xanh, cùng với áp lực kinh tế sau đại dịch Covid-19. Những yếu tố này đã khiến họ cân nhắc kỹ lưỡng hơn trong chi tiêu, đồng thời hướng đến lối sống tiết kiệm và giảm thiểu rác thải. Dù vậy, những thay đổi này đánh dấu một bước tiến quan trọng trong hành trình hướng tới tiêu dùng xanh và bền vững tại Việt Nam.

Trong khi nhu cầu tiêu dùng tăng cao, các hoạt động sản xuất và tiêu dùng thiếu bền vững đã góp phần gia tăng áp lực đối với môi trường (Hisham Rahahleh và cộng sự., 2020). Việc sử dụng quá mức tài nguyên thiên nhiên và phát thải các chất thải độc hại đang đẩy ĐBSCL vào tình trạng môi trường nghiêm trọng đòi hỏi các doanh nghiệp phải thay đổi, không chỉ tập trung vào lợi nhuận mà còn cần chú trọng đến trách nhiệm xã hội và môi trường. Tích hợp marketing xanh trở thành một chiến lược không thể thiếu để giảm bớt tác động tiêu cực, đồng thời xây dựng niềm tin và giá trị lâu dài cho khách hàng. Marketing xanh không chỉ giúp các doanh nghiệp cải thiện hình ảnh thương hiệu mà còn thúc đẩy nhận thức của cộng đồng về tiêu dùng bền vững, từ đó tạo nên sự thay đổi tích cực trong hành vi của người tiêu dùng (Mulya & Kusumawardhani, 2023).

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Marketing xanh (green marketing)

Khái niệm marketing xanh đã được bắt đầu định nghĩa từ năm 1976 của Hennion & Kinnear "tất cả các hoạt động tiếp thị nhằm gây ra các vấn đề về môi trường và có thể góp phần cung cấp các giải pháp cho các vấn đề về môi trường" thuật ngữ này đã trải qua sự thay đổi đáng kể.

Marketing xanh có nghĩa là giảm thiểu tác động môi trường của sản phẩm thông qua thiết kế lại sản phẩm, sản xuất bền vững và các chiến dịch tiếp thị tích hợp. Nó nhằm mục đích thúc đẩy các sản phẩm thân thiện với môi trường và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng bền vững. Mục tiêu chính của marketing xanh là định vị các sản phẩm thân thiện với môi trường này trên thị trường và thu hút người tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường

** Trường Đại học Trà Vinh; email: hongphuc@tvu.edu.vn (Tác giả liên hệ) - nthung@tvu.edu.vn*
*** Trường Đại học Nguyễn Tất Thành; email: nxnhi@ntt.edu.vn*

(Alkhatib và cộng sự., 2023).

Ngày nay, các doanh nghiệp nhận thức rõ hơn về khía cạnh marketing xanh và cách họ tạo sự thu hút sự chú ý của khách hàng đối với doanh nghiệp và sản phẩm của mình, bằng cách cung cấp cho họ các sản phẩm xanh mong muốn và có thể nhận được lợi ích từ marketing xanh và đưa ra các chiến lược xanh để lọt vào hàng ngũ các thương hiệu bán chạy nhất về sản phẩm xanh và marketing xanh (Alamsyah và cộng sự., 2021).

Các thành tố trong marketing xanh

Trong marketing xanh, giới hạn nội dung nghiên cứu gồm năm yếu tố cốt lõi, bao gồm bao bì, sản phẩm xanh, giá xanh, phân phối xanh và truyền thông xanh.

Bao bì là một công cụ cực kỳ quan trọng trong hỗn hợp tiếp thị, nhưng thường bị các giám đốc điều hành cấp cao và nhân viên tiếp thị xem nhẹ. Thường thì họ chuyển giao trách nhiệm quyết định về bao bì và lựa chọn nhà cung cấp cho bộ phận mua hàng, và tập trung năng lượng của mình vào quảng cáo và khuyến mãi.

Sản phẩm xanh là sản phẩm có thiết kế và/hoặc thuộc tính và/hoặc quy trình (trong khâu sản xuất, phân phối, bán hàng, thu hồi) sử dụng tài nguyên tiết kiệm/tái chế/tái tạo/không độc hại/phân hủy sinh học, ngăn ngừa ô nhiễm và cải thiện tác động môi trường.

Giá xanh là mức sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng cho sản phẩm có giá cao hơn so với các sản phẩm thông thường vì những chi phí nhằm gia tăng hiệu quả môi trường và xã hội để tạo ra nó.

Phân phối xanh là các hoạt động liên quan đến việc xây dựng hoặc lựa chọn các hệ thống bán lẻ có đặc tính thân thiện với môi trường.

Truyền thông xanh là việc sử dụng tích hợp các công cụ truyền thông để truyền tải thông điệp nhằm nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững trong cộng đồng.

2.2. Niềm tin xanh (green trust)

Niềm tin xanh là niềm tin và kỳ vọng vào các sản phẩm xanh, cũng như xu hướng phụ thuộc vào các sản phẩm đó dựa trên các đặc tính thân thiện với môi trường và tiết kiệm năng lượng (Chen, 2010). Sau đó, định nghĩa này được mở rộng để không chỉ bao gồm tiềm năng tiết kiệm năng lượng của sản phẩm xanh mà còn cả bản thân sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu và danh tiếng của doanh nghiệp (Chen & Chang, 2013). Niềm tin xanh là niềm tin vào cam kết của đối tác đối với tính bền vững môi trường, từ đó dẫn đến sự sẵn lòng dựa vào họ (Martínez, 2015).

Mức độ tin tưởng của khách hàng đối với các tuyên bố và chính sách liên quan đến môi trường của doanh nghiệp được gọi là "niềm tin xanh" (Chen, 2010). Niềm tin xanh được củng cố bởi trách nhiệm môi trường, bao gồm cả vấn đề từ phía người tiêu dùng và ý thức cá nhân về trách nhiệm đối với môi trường. Các thực hành môi trường bền vững bao gồm sự sẵn lòng sử dụng tài nguyên thiên nhiên, khả năng chi trả cao hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường, và cam kết hoạt động trong các môi trường có lợi cho hệ sinh thái. Ngoài ra, niềm tin xanh là sự sẵn sàng phụ thuộc vào một sản phẩm, dịch vụ hoặc thương hiệu dựa trên niềm tin hoặc kỳ vọng xuất phát từ độ tin cậy, sự tử tế và khả năng của nó liên quan đến hiệu quả môi trường (Y. S. Chen và cộng sự, 2020).

2.3. Thực phẩm xanh

Thực phẩm xanh (green food) là khái niệm rộng, bao gồm các loại thực phẩm và nông sản được sản xuất, chế biến và tiêu dùng theo hướng an toàn, thân thiện môi trường, tiết kiệm tài nguyên, và bền vững - (Theo FAO, UNEP, OECD và các nghiên cứu học thuật).

Một số thực phẩm xanh cụ thể như rau VietGAP, GlobalGAP; Gạo hữu cơ trồng theo mô hình canh tác bền vững; Sữa hữu cơ đóng hộp với bao bì tái chế; Nước ép trái cây thiên nhiên không chất bảo quản, sản xuất theo quy trình tiết kiệm năng lượng; Cá nuôi theo mô hình tuần hoàn nước, hạn chế phát thải, thịt nuôi sử dụng thức ăn hữu cơ, không dùng hormone hay kháng sinh…) (Aydogdu & Kaya, 2020). Do đó, những thực phẩm này được xem là được sản xuất thông qua các phương pháp bền vững về mặt sinh thái, có tác động tích cực hơn đến sức khỏe của người tiêu dùng.

3. Vai trò của marketing xanh trong việc tạo niềm tin xanh

Marketing xanh là một quá trình bao gồm tất cả các hoạt động tiếp thị được thiết kế nhằm kích thích và duy trì niềm tin và hành vi của người tiêu dùng đối với môi trường (Mulya & Kusumawardhani, 2023). Một số công ty đang sử dụng marketing xanh như một công cụ để tiếp cận những khách hàng có mối quan tâm đối với môi trường.

Điều này hàm ý vai trò kép của mối quan tâm và niềm tin của khách hàng, như (Uthamaputran

và cộng sự., 2021) đã đề cập, rằng marketing xanh có thể được sử dụng để gia tăng mối quan tâm và niềm tin của khách hàng đối với môi trường, bởi lẽ sự tồn tại của marketing xanh vốn bắt nguồn từ mối quan tâm và niềm tin của khách hàng.

Đồng thời, một số khách hàng cảm thấy tò mò về các sản phẩm và dịch vụ xanh khi mối quan tâm và niềm tin của họ tăng lên do các điều kiện môi trường hiện tại. Điều này cũng liên quan đến sở thích của khách hàng đối với những sản phẩm vừa đáp ứng được nhu cầu của họ, vừa phù hợp với cách suy nghĩ và các giá trị của họ (Curvelo và cộng sự., 2019).

Vai trò cụ thể mà Marketing xanh giúp doanh nghiệp xây dựng niềm tin xanh thông qua những điểm sau đây:

Xây dựng hình ảnh thương hiệu xanh thông qua các chiến lược marketing xanh giúp tạo ra một hình ảnh doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường, từ đó nâng cao niềm tin của người tiêu dùng. Khi người tiêu dùng thấy rằng doanh nghiệp cam kết bảo vệ môi trường, họ sẽ cảm thấy an tâm hơn khi lựa chọn sản phẩm của họ.

Khuyến khích tiêu dùng bền vững bằng cách tập trung vào những yếu tố như bao bì thân thiện với môi trường, nhãn sinh thái, và các sản phẩm xanh, marketing xanh tạo ra một thông điệp rõ ràng về cam kết bảo vệ môi trường. Điều này không chỉ giúp tăng cường lòng tin của khách hàng mà còn thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững.

Tăng cường sự trung thành của khách hàng khi doanh nghiệp thực hiện marketing xanh hiệu quả, người tiêu dùng không chỉ mua sản phẩm mà còn trở thành những người ủng hộ lâu dài cho thương hiệu. Niềm tin vào cam kết bảo vệ môi trường giúp xây dựng mối quan hệ bền vững giữa doanh nghiệp và khách hàng.

Tạo động lực cho sự thay đổi trong cộng đồng vì marketing xanh không chỉ ảnh hưởng đến hành vi mua sắm của cá nhân mà còn có thể tác động đến toàn xã hội, khuyến khích các cộng đồng tiêu dùng thay đổi thói quen tiêu dùng để hướng tới sự phát triển bền vững.

4. Các nghiên cứu trước đây về marketing xanh và niềm tin xanh của người tiêu dùng

4.1. Mô hình nghiên cứu của Muhammad Ussama Majeed và cộng sự (2022)

Nghiên cứu của Majeed và cộng sự (2022) phân tích vai trò của marketing xanh trong việc xây dựng niềm tin xanh và tác động đến ý định mua sắm xanh của người tiêu dùng. Trong bối cảnh hiện nay, khách hàng không chỉ coi doanh nghiệp là tổ chức kiếm lợi nhuận mà còn là những tổ chức có trách nhiệm với sự phát triển bền vững. Nghiên cứu khảo sát 450 người và chỉ ra rằng marketing xanh có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua hàng xanh. Đặc biệt, hình ảnh thương hiệu xanh và thái độ của khách hàng đối với môi trường đóng vai trò điều tiết quan trọng trong mối quan hệ này. Nghiên cứu nhấn mạnh rằng, bao bì sản phẩm cần thân thiện với môi trường và các công ty nên tận dụng các yếu tố xanh trong sản phẩm để xây dựng thương hiệu. Các kết quả này cung cấp thông tin hữu ích cho các doanh nghiệp và chính phủ trong việc thúc đẩy hành vi tiêu dùng xanh và phát triển bền vững.

4.2. Mô hình nghiên cứu của Epifania Adita Wijaya Mulya and Amie Kusumawardhani (2023)

Nghiên cứu này phân tích tác động của tiếp thị xanh đến ý định mua hàng của khách hàng tại Indonesia thông qua hai biến trung gian: kiến thức thương hiệu xanh và mối quan tâm - niềm tin của khách hàng, dựa trên Lý thuyết Hành vi Có kế hoạch (TPB). Mẫu nghiên cứu gồm 192 người trên 17 tuổi, quen thuộc với thương hiệu Unilever. Phân tích SEM bằng AMOS cho thấy tiếp thị xanh ảnh hưởng tích cực đến kiến thức thương hiệu xanh và mối quan tâm - niềm tin, đồng thời hai biến trung gian này cũng tác động tích cực đến ý định mua hàng và đóng vai trò trung gian giữa tiếp thị xanh và ý định mua hàng. Tất cả các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận.

4.3. Mô hình nghiên cứu của Zhongfu Tan và cộng sự (2022)

Nghiên cứu của Zhongfu Tan và cộng sự xem xét tác động của các thành phần marketing xanh đến ý định mua hàng thông qua vai trò trung gian của hình ảnh và niềm tin thương hiệu. Phân tích mối quan hệ giữa sáu khái niệm - kiến thức xanh, thái độ và kiến thức về môi trường, hình ảnh xanh, niềm tin xanh và ý định mua hàng - dựa trên khảo sát 300 người tại Pakistan, sử dụng SEM (SPSS-AMOS). Kết quả cho thấy marketing xanh (kiến thức xanh, thái độ, kiến thức môi trường) tác động tích cực đến ý định mua hàng và trực tiếp ảnh hưởng đến hình ảnh và niềm tin xanh, đồng thời các sản phẩm xanh chất lượng cao thúc đẩy lựa chọn tích cực của người tiêu dùng.

4.4. Mô hình nghiên cứu của Amoako và cộng sự (2020)

Amoako và cộng sự nghiên cứu tác động của kiến thức xanh và thái độ xanh (đến hành vi mua sắm xanh của giới trẻ Ghana, đồng thời xem xét vai trò trung gian của giá trị xanh và niềm tin xanh. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng, khảo sát 417 thanh niên tại bốn trung tâm thương mại lớn ở Accra, Ghana bằng chọn mẫu thuận tiện và phân tích dữ liệu bằng mô hình phương trình cấu trúc PLS-SEM. Mô hình nghiên cứu khẳng định giá trị xanh quan trọng hơn niềm tin xanh trong quyết định mua của thanh niên Ghana. Nghiên cứu góp phần bổ sung lý thuyết về Thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior) và gợi ý cho nhà quản lý rằng cần tập trung nâng cao giá trị xanh trong chiến lược marketing nhằm thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững của giới trẻ.

5. Bài học về marketing xanh trong việc tạo niềm tin xanh và đề xuất thang đo nghiên cứu

5.1. Bài học về marketing xanh trong việc tạo niềm tin xanh

Những bài học quan trọng về vai trò của marketing xanh trong việc xây dựng niềm tin của người tiêu dùng, đặc biệt là trong bối cảnh tiêu dùng sản phẩm bền vững thông qua cơ sở lý luận và các mô hình nghiên cứu có liên quan, thể hiện như sau:

Một là, marketing xanh như một chiến lược bền vững giúp các doanh nghiệp không chỉ bán sản phẩm mà còn điều chỉnh hoạt động của mình để phù hợp với các mục tiêu bền vững, giải quyết cả vấn đề kinh tế và môi trường. Chiến lược này rất quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu lâu dài và tạo niềm tin vào các sản phẩm xanh.

Hai là, vai trò của hình ảnh thương hiệu bởi vì các doanh nghiệp có thể xây dựng một hình ảnh thương hiệu xanh mạnh mẽ bằng cách áp dụng các phương pháp bền vững và quảng bá các sản phẩm thân thiện với môi trường. Hình ảnh này, được truyền tải thông qua marketing xanh, giúp người tiêu dùng yên tâm về cam kết bảo vệ môi trường của doanh nghiệp, từ đó gia tăng niềm tin vào sản phẩm.

Ba là, khuyến khích tiêu dùng bền vững thông qua các chiến lược marketing xanh, các doanh nghiệp có thể thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững bằng cách tập trung vào các yếu tố như bao bì thân thiện với môi trường, nhãn sinh thái và tính minh bạch của sản phẩm. Những hành động này khuyến khích người tiêu dùng đưa ra quyết định mua sắm xanh hơn.

Bốn là, lòng trung thành của khách hàng thông qua marketing xanh hiệu quả giúp các doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng bằng cách tăng cường niềm tin. Khi người tiêu dùng tin tưởng vào cam kết bảo vệ môi trường của doanh nghiệp, họ có xu hướng trở thành những người ủng hộ lâu dài và tiếp tục mua sản phẩm của thương hiệu.

Năm là, tác động xã hội tích cực, marketing xanh không chỉ ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng của cá nhân mà còn có thể tác động đến toàn xã hội, khuyến khích cộng đồng tiêu dùng thay đổi thói quen tiêu dùng để hướng đến sự phát triển bền vững.

Những bài học này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tích hợp marketing xanh vào chiến lược doanh nghiệp để xây dựng niềm tin và thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững trong tương lai.

5.2. Đề xuất thang đo cho hướng nghiên cứu tiếp theo

Sau khi thực hiện tổng quan nghiên cứu và xác định quy trình nghiên cứu, tác giả tiếp tục tiến hành thu thập và phân tích dữ liệu từ từng thang đo đã được xây dựng.

Bảng 1: Thang đo đề xuất trong nghiên cứu

STT	Biến	Thang đo gốc	Nguồn
Sản phẩm xanh			
1	GP1	Green products or services are solutions to environmental problems.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
2	GP2	The products I use must not harm the environment.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
3	GP3	Green products or services are good for health.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
4	GP4	The quality of green products or services is better.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
Giá xanh			
1	GPR1	Green product or services prices should be reasonable to motivate consumers to buy.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
2	GPR2	The price and quality of green products or services are proportionate.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
3	GPR3	The enhanced performance of green products or services justifies their price.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
4	GPR4	The ecological benefits justify the price of green products or services.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
5	GPR5	The green products produced by this company are more expensive than the non-green alternative products.	(Davari & Strutton, 2014) Q1 ESCI IF = 3.1
Phân phối xanh			
1	GPL1	Green products or services are regularly available nearby.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
2	GPL2	Green products are distributed in an environmentally friendly manner, for example by using ecological packaging and without preservatives.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
3	GPL3	Green products or services are widely available in all places.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8

STT	Biến	Thang đo gốc	Nguồn
4	GPL4	This firm's green products can be found in stores which themselves are known for supporting environmental and green causes.	(Davari & Strutton, 2014) ESCI IF = 3.1
5	GPL5	The stores that sell green products made by this firm are usually environmentally friendly themselves.	
Truyền thông xanh			
1	GC1	I tend to pay attention to advertising messages about the environment.	Truyền thông xanh
2	GC2	Consumers are facilitated by environmental advertisements to make informed buying decisions.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
3	GC3	Green advertisements increase consumers' awareness of the benefits of green products or services.	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
4	GC4	"This type of brand advertising uses non-polluting formats (such as online advertising).	(Ahmed et al., 2023) Q1 SSCI - IF 5.8
5	GC5	This green product is promoted through environmentally friendly media (such as online advertising, while avoiding the use of printed flyers and banners).	(Davari & Strutton, 2014) Q1 ESCI IF = 3.1
Bao bì			
1	BK1	Packaging contributes to the protection of the environment through the use of solutions that are biodegradable and biocompatible.	(Davari & Strutton, 2014) Q1 ESCI IF = 3.1
2	BK2	New packaging solutions are designed to meet environmental awareness and pressure to change.	Bao bì
3	BK3	Intelligent packaging complements active packaging and its role is to communicate with a buyer	(Wyrwa & Barska, 2017) SSCI Q1 - IF 3.2
4	BK4	Packaging is also a tool for promoting sustainable consumption and protecting consumers.	(Wyrwa & Barska, 2017) SSCI Q1 - IF 3.2
Niềm tin xanh			
1	GT1	The green product's environmental reputation is generally reliable.	(Wyrwa & Barska, 2017) SSCI Q1 - IF 3.2
2	GT2	Environmental performance of the green product is generally dependable.	Niềm tin xanh
3	GT3	The green product's environmental claims are generally trustworthy.	(Amin & Tarun, 2020) SSCI - IF 4.1
4	GT4	The Green Product's environmental concern meets your expectations.	(Amin & Tarun, 2020) SSCI - IF 4.1
5	GT5	The green product keeps promises and commitments for environmental protection.	(Amin & Tarun, 2020) SSCI - IF 4.1

Marketing xanh đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng niềm tin xanh của người tiêu dùng đối với các thương hiệu và sản phẩm thân thiện với môi trường. Ngày nay, người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến chất lượng sản phẩm mà còn chú ý đến cam kết của doanh nghiệp đối với môi trường và sự phát triển bền vững. Vì thế, thúc đẩy các doanh nghiệp áp dụng các chiến lược marketing xanh, nhằm tạo ra hình ảnh thương hiệu xanh và khuyến khích người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm thân thiện với môi trường, và đó cũng là hướng nghiên cứu trong tương lai về niềm tin xanh rất cần thiết để thực hiện.

Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ vai trò quan trọng của marketing xanh trong việc xây dựng niềm tin xanh của giới trẻ đối với thực phẩm xanh tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến các vấn đề môi trường nhưng vẫn còn hoài nghi về tính minh bạch và chất lượng của sản phẩm xanh, marketing xanh được xem là công cụ chiến lược giúp doanh nghiệp củng cố hình ảnh thương hiệu và tạo dựng lòng tin bền vững. Thông qua các thành tố như sản phẩm xanh, giá xanh, phân phối xanh, truyền thông xanh và bao bì thân thiện môi trường, doanh nghiệp có thể tác động tích cực đến nhận thức, thái độ và hành vi tiêu dùng của khách hàng trẻ.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng tổng hợp các mô hình thực nghiệm trước đây và đề xuất thang đo phù hợp làm cơ sở cho các nghiên cứu định lượng tiếp theo. Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận về marketing xanh và niềm tin xanh, đồng thời đưa ra hàm ý quản trị quan trọng cho doanh nghiệp trong việc định hướng chiến lược phát triển bền vững. Trong tương lai, cần có thêm các nghiên cứu thực nghiệm để kiểm định mô hình và mở rộng phạm vi nghiên cứu sang các nhóm đối tượng và khu vực khác.

***Lời cảm ơn**: Các tác giả chân thành cảm ơn Trường Đại học Trà Vinh (TVU) đã hỗ trợ về thời gian và cơ sở vật chất cho nghiên cứu này.*

Nguồn kinh phí: *Nghiên cứu này được Trường Đại học Trà Vinh tài trợ theo Quyết định số 9203/QĐ-ĐHTV, ngày 20 tháng 10 năm 2023.*

Tài liệu tham khảo:

Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Qadir, H., & Streimikis, J. (2023). Effect of green marketing mix, green customer value, and attitude on green purchase intention: evidence from the USA. Environmental Science and Pollution Research, 30(5), 11473-11495. https://doi.org/10.1007/s11356-022-22944-7

Alamsyah, D. P., Othman, N. A., Bakri, M. H., Udjaja, Y., & Aryanto, R. (2021). Green awareness through environmental knowledge and perceived quality. Management Science Letters, 11, 271-280. https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.8.006

Alkhatib, S., Kecskés, P., & Keller, V. (2023). Green Marketing in the Digital Age: A Systematic Literature Review. Sustainability (Switzerland), 15(16), 1-16. https://doi.org/10.3390/su151612369

Amin, S., & Tarun, M. T. (2020). Effect of consumption values on customers' green purchase intention: a mediating role of green trust. Social Responsibility Journal, 17(8), 1320-1336. https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0191

Aydogdu, M. H., & Kaya, F. (2020). Factors affecting consumers' consumption of organic foods: A case study in gap-Şanlıurfa in Turkey. Journal of Agricultural Science and Technology, 22(2), 347-359.

Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity:: Green brand image, green satisfaction, and green trust. Journal of Business Ethics, 93(2), 307-319. https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9

Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction. Management Decision, 51(1), 63-82. https://doi.org/10.1108/00251741311291319

Chen, Y. S., Huang, A. F., Wang, T. Y., & Chen, Y. R. (2020). Greenwash and green purchase behaviour: the mediation of green brand image and green brand loyalty. Total Quality Management and Business Excellence, 31(1-2), 194-209. https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1426450

Curvelo, I. C. G., Watanabe, E. A. de M., & Alfinito, S. (2019). Purchase intention of organic food under the influence of attributes, consumer trust and perceived value. Revista de Gestao, 26(3), 198-211. https://doi.org/10.1108/REGE-01-2018-0010

Davari, A., & Strutton, D. (2014). Marketing mix strategies for closing the gap between green consumers' pro-environmental beliefs and behaviors. Journal of Strategic Marketing, 22(7), 563-586. https://doi.org/10.1080/0965254X.2014.914059

Hisham Rahahleh, A., Abdallah Moflih, M., Ahmad Alabaddi, Z., Farajat, J., & Nawaf AL-Nsour, S. (2020). The Impact of Green Marketing on Green Consumer Behaviour in Jordan. International Journal of Business and Management, 15(1), 36. https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n1p36

Martínez, P. (2015). Customer loyalty: Exploring its antecedents from a green marketing perspective. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 27(5), 896-917. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2014-0115

Mulya, E. A. W., & Kusumawardhani, A. (2023). The impact of green marketing on customer purchase intention: The mediating role of customer concerns and beliefs and green brand knowledge. In Diponegoro International Journal of Business (Vol. 6, Issue 2, pp. 90-103). https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.90-103

Uthamaputran, S., MD Shuaib, A. S., & Hamsani, N. H. (2021). The Role of Green Marketing Towards Purchase Intention among Malaysian Customers. Journal of Entrepreneurship and Business, 2(1). https://doi.org/10.17687/jeb.v2i1.27

Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Innovations in the food packaging market: active packaging. European Food Research and Technology, 243(10), 1681-1692. https://doi.org/10.1007/s00217-017-2878-2

NGHIÊN CỨU VỀ THỎA ƯỚC LAO ĐỘNG TẬP THỂ TRONG ĐẢM BẢO LỢI ÍCH KINH TẾ CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG NGÀNH DỆT MAY

ThS. Nguyễn Như Quảng*

Dệt may là ngành xuất khẩu chủ lực của kinh tế Việt Nam, với đặc thù thâm dụng lao động và chủ yếu tham gia vào các công đoạn thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu nên giá trị gia tăng còn hạn chế. Để tối ưu hóa lợi nhuận, các doanh nghiệp thường thắt chặt chi phí sản xuất. Thực trạng này làm nảy sinh mâu thuẫn lợi ích kinh tế giữa người sử dụng lao động với người lao động, dẫn đến tranh chấp lao động và đình công. Vì vậy, thỏa ước lao động tập thể được xác định là công cụ hữu hiệu để giải quyết xung đột. Do đó, bài viết tập trung phân tích vai trò của thỏa ước lao động tập thể trong việc đảm bảo lợi ích kinh tế cho người lao động dệt may ở Việt Nam hiện nay.

• Từ khóa: *doanh nghiệp dệt may, người lao động, lợi ích kinh tế, thỏa ước lao động tập thể.*

The textile and garment industry is a key export sector of the Vietnamese economy. Due to its labor-intensive nature and primary participation in lower stages of the global value chain, the industry's added value remains limited. To optimize profits, businesses often tighten production costs. This situation creates conflicts of economic interest between employers and employees, leading to labor disputes and strikes. Therefore, collective bargaining agreements are identified as an effective tool for resolving these conflicts. This article focuses on analyzing the role of collective bargaining agreements in ensuring the economic interests of textile and garment workers in Vietnam today.

• Key words: *textile enterprises, workers, economic benefits, collective labor agreements.*

JEL codes: D23; M12, L89, F15, F19

Ngày nhận bài: 05/01/2026
Ngày gửi phản biện: 19/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.55

1. Đặt vấn đề

Trong những năm qua, ngành dệt may luôn dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu, góp phần giải quyết việc làm nâng cao thu nhập cho người lao động, song cũng là "điểm nóng" về tranh chấp lao động và đình công. Nguyên nhân chủ yếu là do những mâu thuẫn về lợi ích kinh tế giữa người sử dụng lao động với người lao động về tiền lương thấp, chế độ phúc lợi còn hạn chế, nợ đọng bảo hiểm theo luật định, môi trường làm việc không đảm bảo an toàn, vệ sinh lao động, thời gian làm việc, nghỉ ngơi chưa hợp lý... Để giải quyết vấn đề này, Bộ luật Lao động năm 2019 đã quy định thương lượng và thỏa ước lao động tập thể là một trong những giải pháp quan trọng để đảm bảo lợi ích kinh tế, qua đó góp phần xây dựng quan hệ lao động hài hòa, ổn định và tiến bộ. Tuy nhiên, việc áp dụng thỏa ước lao động tập thể trong ngành dệt may ở Việt Nam còn hình thức, chưa đồng bộ giữa các doanh nghiệp và chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp tham gia. Vì vậy, bài viết tập trung nghiên cứu làm rõ vai trò của thỏa ước lao động tập thể trong bảo đảm lợi ích kinh tế cho người lao động dệt may, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực thi thỏa ước lao động tập thể đối với các chủ thể có liên quan.

2. Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

Trong nghiên cứu *"Nhìn lại một năm ký kết thoả ước lao động tập thể ngành Dệt may"* (Quang Tuấn, 2011), đã tổng kết một năm thực hiện thí điểm Thỏa ước lao động tập thể ngành Dệt may (2010-2011) với 69 đơn vị tham gia, tạo ra mặt bằng chung về quyền lợi và giúp ổn định quan hệ lao động, không để xảy ra đình công. Phần lớn các doanh nghiệp tham gia đều thực hiện các chế độ phúc lợi, lương thưởng cao hơn quy định. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra hạn chế như mức ăn ca và thu nhập tại một số nơi còn thấp, đồng thời thiếu các chế định pháp luật về đình công cấp ngành. (Bùi Thị Thu Hà, 2020): *"Thực trạng thương lượng tập thể tại các doanh nghiệp may ở Việt Nam hiện nay"* đã nghiên cứu thực trạng

** Trường Đại học Thủy lợi; email: nguyennhuquang@tlu.edu.vn*

thương lượng tập thể tại 158 doanh nghiệp may Việt Nam, cho thấy hoạt động này tuy tuân thủ quy trình nhưng còn mang nặng tính hình thức và đối phó, đặc biệt ở các đơn vị chưa tham gia thỏa ước ngành. Nội dung thương lượng về tiền lương thường thiếu rõ ràng, người lao động tham gia thụ động trong khi công đoàn chưa làm tốt vai trò đại diện. Do đó, các thỏa ước lao động ký kết thường chỉ sao chép lại quy định pháp luật mà thiếu các điều khoản mang lại lợi ích cao hơn cho người lao động. (Phạm Thị Thanh Tâm, 2024): *"Pháp luật về thỏa ước lao động tập thể và thực tiễn thực hiện ở một số doanh nghiệp thuộc ngành dệt may ở Việt Nam"* công trình đã làm rõ những vấn đề lý luận và thực trạng thực thi pháp luật về Thỏa ước lao động tập thể tại các công ty dệt may ở Việt Nam hiện nay. Từ đó, đề xuất một số kiến nghị và nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật về thỏa ước lao động tập thể trong ngành dệt may.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu tiếp cận dưới góc độ khoa học Kinh tế chính trị do đó phương pháp nghiên cứu được sử dụng chủ yếu là trừu tượng hóa khoa học, phân tích - tổng hợp, so sánh... Về số liệu được sử dụng trong trong bài viết là số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo thống kê của Công đoàn dệt may Việt Nam, các cơ quan quản lý nhà nước và các công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước có liên quan.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Một số vấn đề lý luận về thỏa ước lao động tập thể và lợi ích kinh tế của người lao động trong doanh nghiệp dệt may

4.1.1. Khái niệm, bản chất và nội dung của thỏa ước lao động tập thể

Tại Việt Nam, theo Khoản 1 Điều 75, Bộ luật Lao động năm 2019 quy định: *"Thỏa ước lao động tập thể là thỏa thuận đạt được thông qua thương lượng tập thể và được các bên ký kết bằng văn bản.Thỏa ước lao động tập thể bao gồm thỏa ước lao động tập thể doanh nghiệp, thỏa ước lao động tập thể ngành, thỏa ước lao động tập thể có nhiều doanh nghiệp và các thỏa ước lao động tập thể khác".*

Thỏa ước lao động tập thể là văn bản ghi nhận kết quả của quá trình thương lượng và thống nhất ý chí giữa tập thể người lao động và người sử dụng lao động. Về nội dung, văn bản này thể chế hóa các cam kết liên quan đến lợi ích kinh tế của người lao động như: điều kiện làm việc, chế độ tiền lương, thưởng, trợ cấp, an toàn, vệ sinh lao động, thời gian làm việc, nghỉ ngơi và các phúc lợi khác dựa trên thực tiễn doanh nghiệp. Một nguyên tắc tối thượng của thỏa ước lao động tập thể là các điều khoản thỏa thuận phải phù hợp với quy định pháp luật nhưng theo hướng đảm bảo quyền lợi cao hơn cho người lao động so với quy định tối thiểu theo luật định. Xét về bản chất, thỏa ước lao động tập thể mang tính "song trùng": vừa có tính chất hợp đồng (là sự giao kết song phương, tự nguyện), vừa mang tính quy phạm (bắt buộc áp dụng chung trong phạm vi doanh nghiệp, ngành hoặc địa phương). Ngoài ra, đặc trưng nổi bật nhất của thỏa ước là tính tập thể, thể hiện qua chủ thể đại diện thương lượng nhằm hướng tới lợi ích chung của tập thể người lao động.

4.1.2. Khái niệm và nội dung lợi ích kinh tế của người lao động trong doanh nghiệp dệt may

Theo quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin, lợi ích kinh tế là lợi ích vật chất mà con người thu được khi tham gia các hoạt động kinh tế. Bản chất của việc phân phối kết quả sản xuất chính là sự phân phối lợi ích kinh tế. Trên cơ sở đó, có thể hiểu lợi ích kinh tế của người lao động trong các doanh nghiệp dệt may là:

Lợi ích vật chất phản ánh nhu cầu kinh tế khách quan của người lao động khi tham gia sản xuất kinh doanh tại các doanh nghiệp dệt may và biểu hiện quan hệ xã hội giữa người lao động với người sử dụng lao động.

Nội dung của lợi ích kinh tế của người lao động đó là thu nhập, việc làm, tham gia bảo hiểm theo luật định, đảm bảo an toàn, vệ sinh lao động và những hỗ trợ vật chất khác mà người lao động nhận được nhằm duy trì cuộc sống và tái sản xuất sức lao động. Người sử dụng lao động trong các doanh nghiệp dệt may có vai trò quyết định trực tiếp tới việc phân phối lợi ích kinh tế, trên cơ sở người lao động thực hiện nghĩa vụ theo hợp đồng lao động. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện thường xuyên xảy ra mâu thuẫn về lợi ích kinh tế, nếu không được giải quyết hài hòa sẽ dẫn tới những xung đột, biểu hiện là hành vi ngưng việc tập thể và đình công của người lao động. Vì vậy, cần thiết phải thiết lập một cơ chế thương lượng bình đẳng để hạn chế những mâu thuẫn, xung đột

về lợi ích kinh tế và kết quả của quá trình thương lượng này là thỏa ước lao động tập thể ở cấp độ ngành hoặc cấp độ doanh nghiệp dệt may.

4.1.3. Vai trò của thỏa ước lao động tập thể trong bảo đảm lợi ích kinh tế của người lao động trong doanh nghiệp dệt may

Vai trò quan trọng nhất của thỏa ước lao động tập thể nằm ở khả năng tối ưu hóa lợi ích kinh tế, nó có thể thiết lập một hành lang pháp lý tại doanh nghiệp để người lao động được hưởng các chế độ lương, thưởng và phúc lợi ở mức cao hơn so với quy định tối thiểu của pháp luật, chuyển hóa các đãi ngộ từ tính chất "tự nguyện" "ban ơn" sang "nghĩa vụ bắt buộc. Thỏa ước không chỉ bảo vệ lợi ích kinh tế của người lao động mà còn tạo ra cơ chế vận hành ổn định, giúp doanh nghiệp kiểm soát các yêu sách tự phát và giảm thiểu tối đa rủi ro đình công, ngưng việc tập thể, hướng tới phát triển bền vững.

4.2. Thực trạng vai trò của thỏa ước lao động tập thể trong đảm bảo ***lợi ích kinh tế của người lao động tại các doanh nghiệp dệt may Việt Nam***

4.2.1. Một số kết quả đạt được

Quá trình triển khai thực hiện thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may đã đạt được những kết quả đáng khích lệ. Cụ thể là:

Thứ nhất, thỏa ước lao động tập thể đã thiết lập mức thu nhập cao hơn mức thu nhập tối thiểu vùng theo quy định của pháp luật là 14%. Qua khảo sát tại một số doanh nghiệp, mức thu nhập bình quân của người lao động dao động phổ biến từ 7,5 đến 8 triệu đồng/tháng, cao hơn hẳn so với thu nhập tối thiểu quy định trong thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may (lương tối thiểu từng vùng nhân hệ số 1,14). Điều này, chứng tỏ thỏa ước lao động tập thể là công cụ hữu hiệu trong bảo đảm lợi ích kinh tế của người lao động.

Bảng 1: Thu nhập của người lao động tại một số doanh nghiệp dệt may tham gia thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may (Đồng/tháng)

STT	Công ty dệt may	Tiền lương (VNĐ)
1	Công ty cổ phần May 9	8.000.000
2	Công ty cổ phần May Nam Định	8.000.000
3	Công ty cổ phần dệt lụa Nam Định	7.900.000
4	Công ty may Nam An	6.077.500
5	Tổng công ty cổ phần dệt may Nam Định	7.250.000
6	Công ty cổ phần Nam Tiến Nam Định	7.500.000
7	Công ty cổ phần xí nghiệp may Vị Hoàng	7.550.000
8	Nhà máy sợi Vinatex Nam Định	5.800.000
9	Công ty cổ phần xuất khẩu may Ninh Bình	8.000.000
10	Công ty cổ phần sợi Trà Lý	7.800.000
11	Công ty TNHH MTV dệt 8/3	8.800.000
12	Công ty cổ phần may Hưng Yên	8.000.000
13	Công ty cổ phần may Tiên Hưng	10.810.377
14	Công ty cổ phần may Đức Hạnh	8.000.000
15	Tổng công ty cổ phần dệt may Hà Nội	5.630.552
16	Công ty trách nhiệm hữu hạn may Hưng Nhân	6.800.000
17	Công ty cổ phần Đô Lương	6.800.000

Nguồn: Công đoàn dệt may Việt Nam

Thứ hai, tại một số doanh nghiệp tham gia thỏa ước lao động tập thể đã thực hiện các loại phụ cấp được quy định trong thỏa ước như: phụ cấp lương phòng cháy chữa cháy, an toàn vệ sinh lao động, độc hại, chức vụ và phụ cấp kiêm nhiệm. Việc cụ thể hóa các loại phụ cấp này trong thỏa ước giúp minh bạch hóa cơ cấu thu nhập, đồng thời ghi nhận đúng mức sự đóng góp và rủi ro nghề nghiệp của người lao động. Về tiền thưởng, theo quy định của pháp luật lao động hiện nay không bắt buộc doanh nghiệp phải thưởng mà chỉ khuyến khích dựa trên kết quả kinh doanh, nên việc các doanh nghiệp cam kết thưởng đã cho thấy được vai trò của thỏa ước lao động tập thể trong việc đảm bảo lợi ích kinh tế của người lao động. Trong thực tế, người lao động được nhận đa dạng các hình thức thưởng được quy định trong thỏa ước như: Thưởng vào ngày Lễ, Tết; thưởng do đạt sản lượng; thưởng chuyên cần làm việc; thưởng do tăng năng suất lao động và chất lượng sản phẩm; thưởng do có sáng kiến phục vụ sản xuất; thưởng do đạt thành tích xuất sắc. Điều này cho thấy sự chuyển hóa lợi ích kinh tế từ dạng "phúc lợi tự nguyện" sang "nghĩa vụ hợp đồng", qua đó góp phần bảo đảm lợi ích kinh tế cho người lao động tại các doanh nghiệp dệt may.

Bảng 2: Tiền thưởng của người lao động tại một số doanh nghiệp dệt may tham gia thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may (Đồng/lần)

STT	Công ty	Thưởng lương tháng 13	Thưởng đạt thành tích xuất sắc	Thưởng chuyên cần	Thưởng khác
1	Công ty cổ phần May 9	8,100,000	1,000,000	500,000	200,000
2	Công ty cổ phần May Nam Định	10,000,000	5,000,000	1,000,000	0
3	Công ty cổ phần dệt lụa Nam Định	10,700,000	5,000,000	600,000	3,000,000
4	Tổng công ty cổ phần dệt may Nam Định	7,500,000	500,000	500,000	0

STT	Công ty	Thưởng lương tháng 13	Thưởng đạt thành tích xuất sắc	Thưởng chuyên cần	Thưởng khác
5	Công ty cổ phần Nam Tiến Nam Định	9,000,000	3,000,000	1,500,000	0
7	Nhà máy sợi Vinatex Nam Định	11,000,000	500,000	250,000	0
8	Công ty cổ phần xuất khẩu may Ninh Bình	10,000,000	500,000	300,000	0
9	Công ty cổ phần sợi Trà Lý	15,083,000	5,000,000	500,000	0
10	Công ty TNHH MTV dệt 8/3	10,050,000	300,000	300,000	0
11	Công ty cổ phần may Hưng Yên	14,000,000	3,000,000	500,000	0
12	Công ty cổ phần may Tiên Hưng	20,515,000	5,000,000	350,000	0
13	Công ty cổ phần may Đức Hạnh	8,000,000	0	1,200,000	0
14	Tổng công ty cổ phần dệt may Hà Nội	10,508,619	0	400,000	0
15	Công ty cổ phần Đô Lương	6,120,000	800,000	700,000	0

Nguồn: Công đoàn dệt may Việt Nam

Thứ ba, về chế độ ăn giữa ca và hỗ trợ vật chất của doanh nghiệp

Các nội dung thương lượng trong thỏa ước tập trung vào việc đảm bảo các điều kiện vật chất và tinh thần nhằm phục vụ quá trình tái sản xuất sức lao động. Cụ thể, cơ cấu hỗ trợ vật chất bao gồm ba nhóm chính: Nhóm đảm bảo dinh dưỡng và sức khỏe bao gồm chế độ ăn ca (tái tạo năng lượng lao động trực tiếp) và các hỗ trợ điều kiện làm việc (hỗ trợ chống nóng, bồi dưỡng độc hại). Nhóm an sinh và hỗ trợ đời sống bao gồm các chế độ hiếu - hỷ (kết hôn, phúng viếng người thân), trợ cấp khó khăn đột xuất và các khoản phụ trợ mang tính chất lương (hỗ trợ xăng xe, điện thoại, trang phục, nuôi con nhỏ...). Nhóm phúc lợi tinh thần bao gồm các hoạt động tham quan, nghỉ mát, văn hóa - thể thao và các chế độ thưởng, tặng quà trong các dịp lễ, tết (08/3, 20/10...).

4.2.3. Một số hạn chế

Thứ nhất, dù đã có thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may, nhưng số lượng doanh nghiệp tham gia so với tổng số doanh nghiệp toàn ngành còn khiêm tốn. Ngay cả với các doanh nghiệp đã tham gia thỏa ước, việc tuân thủ vẫn chưa nghiêm do thiếu cơ chế giám sát chéo và chế tài xử lý vi phạm. Việc thương lượng, ký kết thỏa ước còn nặng tính hình thức, chưa đảm bảo đúng quy trình theo quy định của pháp luật.

Thứ hai, vai trò của tổ chức công đoàn các cấp trong việc thương lượng, ký kết thỏa ước lao động còn chưa cao. Cán bộ công đoàn tại các doanh nghiệp dệt may phần lớn là kiêm nhiệm, hưởng lương từ người sử dụng lao động và còn hạn chế về kỹ năng đàm phán. Mâu thuẫn lợi ích này khiến họ thiếu sự quyết liệt trong quá trình đấu tranh bảo vệ quyền lợi kinh tế cho người lao động. Việc thanh tra, kiểm tra và giám sát thực hiện của các cơ quan chức năng đối với các doanh nghiệp dệt may tham gia, ký kết thỏa ước lao động tập thể còn chưa thường xuyên và hoạt động còn mang tính hình thức.

Nguyên nhân của hạn chế nêu trên xuất phát từ những yếu tố khách quan và chủ quan. Cụ thể là:

Một là: Pháp luật hiện nay không quy định bắt buộc nhưng khuyến khích các doanh doanh ký kết thỏa ước lao động tập thể, vì vậy nếu như người sử dụng lao động thiếu thiện chí, họ có thể không tham gia và ký kết thỏa ước lao động tập thể. Điều này làm cho chưa phát huy được hết vai trò của thỏa ước trong đảm bảo lợi ích kinh tế của người lao động trong các công ty dệt may.

Hai là: Ngành dệt may thường thâm dụng lao động, lợi nhuận thấp và phần lớn doanh nghiệp dệt may Việt Nam tham gia công đoạn gia công (CMT) và nằm ở đáy của chuỗi giá trị toàn cầu, lợi nhuận mỏng nên năng lực tài chính hạn chế để thực hiện những nội dung thỏa ước lao động tập thể cao hơn so với luật. Do đó, doanh nghiệp không dám ký thỏa ước lao động tập thể dài hạn vì lo ngại rủi ro biến động đơn hàng và nhiều doanh nghiệp xem là gánh nặng chi phí thay vì là công cụ hóp phần ổn định tình hình sản xuất và xây dựng quan hệ lao động hài hòa, tiến bộ.

Ba là: Tồn tại sự khác biệt về trình độ phát triển, năng lực tài chính giữa các doanh nghiệp dẫn tới những nội dung cam kết về lợi ích kinh tế trong thỏa ước lao động tập thể còn chênh lệch giữa các doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp dệt may còn e ngại việc đưa các chính sách về tiền lương, tiền thưởng, phúc lợi tốt vào thỏa ước lao động tập thể vì lo ngại sẽ tạo thành nghĩa vụ khó cắt giảm khi hoạt động sản xuất kinh doanh gặp khó khăn, vì vậy nhiều doanh nghiệp không kí kết thỏa ước để tránh sự ràng buộc hoặc xây dựng những nội dung trong thỏa ước mang tính chất sao chép từ những

quy định của pháp luật để tránh rủi ro cho mình.

Bốn là: Cán bộ công đoàn cơ sở do người sử dụng lao động tuyển dụng và trả lương. Sự phụ thuộc về lợi ích kinh tế này đã làm giảm đi tính độc lập trong đấu tranh bảo vệ quyền lợi. Mặt khác, một bộ phận người lao động còn thờ ơ, thiếu hiểu biết về quyền được yêu cầu tổ chức công đoàn đại diện cho mình để thương lượng lợi ích kinh tế với người sử dụng lao động và một bộ phận còn có tâm lý an phận, thụ động chờ đợi lợi ích kinh tế từ phía người sử dụng lao động.

4.3. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực thi của thỏa ước lao động tập thể trong bảo đảm lợi ích kinh tế của người lao động tại các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay

Thứ nhất, các doanh nghiệp dệt may cần xác định việc tuân thủ và thực hiện tốt thỏa ước lao động tập thể là tiêu chuẩn bắt buộc để đáp ứng yêu cầu khắt khe của các nhãn hàng và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (EVFTA, CPTPP). Việc vi phạm cam kết với người lao động có thể dẫn đến rủi ro bị cắt giảm đơn hàng.

Thứ hai, nội dung thương lượng cần chuyển từ các điều khoản định tính sang định lượng cụ thể. Quy trình xây dựng thỏa ước lao động tập thể phải bắt đầu từ nhu cầu thực tế của người lao động thông qua các buổi lấy ý kiến trực tiếp, đảm bảo các điều khoản phù hợp với công sức lao động bỏ ra của người lao động.

Thứ ba, nhà nước cần hoàn thiện quy định pháp luật về quy trình thương lượng và chế tài xử phạt đủ mạnh đối với các hành vi vi phạm cam kết trong thỏa ước lao động tập thể. Nhà nước nên xây dựng bộ tiêu chí và đánh giá các doanh nghiệp thực hiện tốt thỏa ước lao động tập thể và sử dụng kết quả này làm cơ sở ưu tiên trong việc xét duyệt hỗ trợ thuế, thủ tục hải quan hoặc tiếp cận vốn tín dụng. Đây là giải pháp căn cơ khuyến khích doanh nghiệp tự nguyện tham gia thương lượng và ký kết thỏa ước lao động tập thể chất lượng.

Thứ tư, tổ chức Công đoàn Dệt May các cấp cần tổ chức đào tạo chuyên sâu về kỹ năng đàm phán và pháp luật lao động cho cán bộ cơ sở. Quan trọng hơn, cần thiết lập cơ chế hỗ trợ trực tiếp từ chuyên gia đàm phán của công đoàn cấp trên trong các phiên thương lượng quan trọng để giảm bớt áp lực cho cán bộ công đoàn cơ sở (vốn là người hưởng lương doanh nghiệp). Ngoài ra, người lao động cần tham gia các buổi lấy ý kiến và đóng góp những ý kiến thực chất để xây dựng bản thỏa ước lao động tập thể chất lượng để bảo vệ lợi ích kinh tế của mình.

Thứ năm, Công đoàn Dệt May Việt Nam cần phải đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức đối với các chủ thể về vai trò của thỏa ước lao động trong việc đảm bảo lợi ích kinh tế cho người lao động, đặc biệt là nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa. Thay vì coi các cam kết trong thỏa ước lao động là gánh nặng gia tăng chi phí lao động, doanh nghiệp cần nhận thức đây là công cụ quản trị rủi ro hiệu quả. Ngoài ra, cần phải đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền bằng các hình thức đối thoại định kỳ hay tư vấn pháp luật lưu động và ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số.

Kết luận

Tóm lại, trong ngành dệt may thỏa ước lao động tập thể cấp ngành và cấp doanh nghiệp đã được ký kết và từng bước thể hiện được vai trò trong bảo đảm lợi ích kinh tế cho người lao động. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may, còn nhiều hạn chế và chưa tương xứng với vai trò, ý nghĩa của nó được ghi nhận trong luật định. Nhận thức của các chủ thể liên quan còn chưa đầy đủ và đúng đắn về lợi ích của việc thực hiện thỏa ước lao động tập thể. Vì vậy, để nâng cao hiệu quả thực thi thỏa ước lao động tập thể để đảm bảo lợi ích kinh tế cho người lao động cần phải thực hiện đồng bộ các giải pháp nêu trên và sự phối hợp giữa Nhà nước, Công đoàn Dệt May, doanh nghiệp và người lao động. Trong đó, Nhà nước tạo khuôn khổ pháp lý và tiến hành thanh tra, kiểm tra định kỳ, tổ chức công đoàn giám sát bằng đối thoại, doanh nghiệp thực thi bằng trách nhiệm xã hội và người lao động bảo vệ mình bằng sự hiểu biết và những hành vi đúng quy định của pháp luật. Chỉ có như vậy, thỏa ước lao động tập thể mới thực sự trở thành công cụ bảo đảm lợi ích kinh tế cho người lao động một cách công bằng và hiệu quả.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Luật Lao động Việt Nam năm 2019

Công đoàn Dệt May Việt Nam (2021), Thỏa ước lao động tập thể ngành dệt may Việt Nam.

Công đoàn Dệt May Việt Nam (2023), Tổng hợp số liệu về lợi ích kinh tế của người lao động ngành dệt may.

Trường Đại học Luật Hà Nội (2018), Giáo trình luật lao động Việt Nam, NXB Công an nhân dân.

Phạm Thị Thanh Tâm (2024), Pháp luật về thỏa ước lao động tập thể và thực tiễn thực hiện ở một số doanh nghiệp thuộc ngành dệt may ở Việt Nam, Luận văn thạc sĩ Luật học trường Đại học Mở Hà Nội.

Phạm Thị Thanh Tâm (2024), Phụ lục luận văn pháp luật về thỏa ước lao động tập thể và thực tiễn thực hiện ở một số doanh nghiệp thuộc ngành dệt may Việt Nam.

TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN LÝ NGUỒN NHÂN LỰC ĐẾN SỰ GẮN KẾT CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG VỚI TỔ CHỨC: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI BIM GROUP

TS. Đàm Thị Thanh Dung* - TS. Hà Duy Hào*

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường lao động hiện nay, sự biến động nguồn nhân lực là điều không tránh khỏi. Để duy trì sự ổn định trong nguồn nhân lực là vấn đề khá cấp thiết. Nghiên cứu này phân tích, đo lường mối quan hệ giữa quản lý nguồn nhân lực (QLNNL) và sự gắn kết của người lao động (NLĐ) với tổ chức. Dữ liệu thu thập từ 290 phiếu trả lời hợp lệ cho thấy 05 yếu tố thực hành QLNNL, bao gồm: tuyển dụng, đào tạo và phát triển, đãi ngộ và lương thưởng, đánh giá thực hiện công việc, và cơ hội thăng tiến, đều có tác động thuận chiều và có ý nghĩa thống kê đến sự gắn kết của NLĐ. Từ đó, nghiên cứu đưa ra các hàm ý quản trị nhằm hoàn thiện hơn công tác QLNNL, nâng cao sự gắn kết với tổ chức của người lao động đang làm việc tại Bim Group.

• Từ khóa: *quản lý nguồn nhân lực, gắn kết, người lao động.*

In the context of the intense competition in today's labor market, workforce fluctuations are inevitable. Maintaining stability in human resources is therefore a pressing issue. This study analyzes and measures the relationship between human resource management (HRM) and employee engagement with the organization. Data collected from 290 valid responses show that five HRM practice factors - Recruitment, Training and Development, Compensation and Rewards, Performance Appraisal and Promotion Opportunities - all have a positive and statistically significant impact on employee engagement. From this, the study offers managerial implications to improve HRM practices and enhance organizational engagement among employees working at Bim Group.

• Key words: *human resource management, engagement, employee.*

Ngày nhận bài: 05/01/2026
Ngày gửi phản biện: 19/02/2026
Ngày duyệt đăng: 19/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.56

1. Đặt vấn đề

Nguồn nhân lực là tài sản quý giá của mọi tổ chức, doanh nghiệp. Đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh, con người được xem là một trong những nguồn lực quan trọng nhất quyết định sự thành bại của doanh nghiệp. Một công ty hay tổ chức dù có nguồn tài chính mạnh, máy móc kỹ thuật hiện đại cũng khó có thể phát triển dài lâu nếu hoạt động quản lý nguồn nhân lực (QLNNL) kém hiệu quả. Để tạo dựng được một đội ngũ nhân lực gắn kết và trung thành với tổ chức thì hoạt động QLNNL có vai trò và ảnh hưởng trực tiếp nhất. Yếu kém trong công tác quản lý nguồn nhân lực là một trong những rào cản đối với sự phát triển của các doanh nghiệp nói riêng và của nền kinh tế nói chung. Trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay, việc gắn bó đội ngũ nhân sự với công việc là yếu tố vô cùng quan trọng để có thể giữ chân những nhân viên giỏi, tạo nên sự gắn kết giữa nhân viên với tổ chức và ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nghiệp. Do vậy, nghiên cứu mối quan hệ giữa thực tiễn QLNNL và sự gắn kết của nhân viên có ý nghĩa quan trọng, thiết thực đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

QLNNL là tất cả các hoạt động của tổ chức để xây dựng, phát triển, sử dụng và đánh giá, bảo toàn, gìn giữ lực lượng lao động để phù hợp với yêu cầu của tổ chức về cả mặt số lượng và chất lượng. Nói cách khác, QLNNL nhấn mạnh vào việc tổ chức các cá nhân với những nhiệm vụ và công việc cụ thể để cùng nhau đạt được mục đích của tổ chức. Trách nhiệm QLNNL chủ yếu thuộc về các cán bộ lãnh đạo, quản lý các cấp, các bộ phận chuyên trách. QLNNL là hoạt động tất yếu để phát triển tổ chức (Latham và cộng sự, 2007).

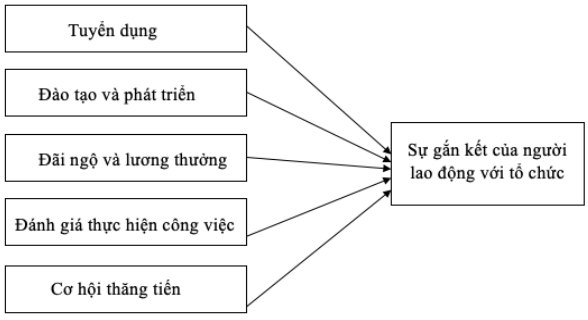
** Trường Đại học Lao động - Xã hội; dungdth@ulsa.edu.vn - haohd@ulsa.edu.vn*

Theo Armstrong (1980), QLNNL là các hoạt động mang tính tổ chức hướng đến việc quản lý những nguồn lực về con người nhằm đảm bảo những nguồn lực này đang được sử dụng để hoàn thành các mục tiêu của tổ chức. Singh (2004) đưa ra các vấn đề chủ chốt trong thực tiễn QLNNL gồm: phân tích công việc, tuyển dụng, đào tạo, đánh giá người lao động, hoạch định nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến, thu hút nhân viên tham gia các hoạt động, đãi ngộ lương thưởng. Các hoạt động này có quan hệ chặt chẽ, phục vụ cho mục tiêu tạo dựng và duy trì đội ngũ nhân viên có năng lực, gắn kết và đóng góp tích cực cho tổ chức.

Thực tiễn QLNNL có mối quan hệ đáng kể đến hiệu suất làm việc và sự gắn bó của người lao động đối với tổ chức (Truss và cộng sự, 2013; Maden, 2015). Việc thực thi các chính sách nhân sự phù hợp sẽ giúp người lao động có xu hướng gắn kết lâu dài với tổ chức (Alfes và cộng sự, 2010; Paré & Tremblay, 2007; Bakker & Demerouti, 2008). Ngược lại, những bất cập trong QLNNL như không có kế hoạch tài chính cho việc phát triển động lực thúc đẩy, cơ sở vật chất còn thiếu thốn, chính sách tiền lương chưa thật sự làm hài lòng người lao động, các thúc đẩy phi vật chất chưa được triển khai phổ biến, sẽ khiến người lao động sẵn sàng ra đi nếu có cơ hội việc làm tốt hơn. Hệ lụy là sự gắn kết của người lao động với tổ chức bị giảm sút, tinh thần làm việc trở nên thiếu tính chủ động và sự sáng tạo cần thiết (Radha & Sudarsanan, 2008). Vì vậy, các tổ chức nên thận trọng trong việc áp dụng các chính sách nhân sự thích hợp để có thể khai thác nguồn nhân lực tiềm năng và khuyến khích nhân viên tích cực thực hiện các hành vi chủ động tham gia vào công việc (Marescaux và cộng sự, 2013; Truss và cộng sự, 2013; Sattar và cộng sự, 2015).

Trên cơ sở lý thuyết, bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc với giả thuyết như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

H1: Tuyển dụng có ảnh hưởng thuận chiều đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức.

H2: Đào tạo và phát triển có ảnh hưởng thuận chiều đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức.

H3: Đãi ngộ và lương thưởng có ảnh hưởng thuận chiều đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức.

H4: Đánh giá thực hiện công việc có ảnh hưởng thuận chiều đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức.

H5: Cơ hội thăng tiến có ảnh hưởng thuận chiều đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm đánh giá mức độ tác động của các yếu tố như tuyển dụng, đào tạo và phát triển, đãi ngộ và lương thưởng, đánh giá thực hiện công việc và cơ hội thăng tiến đến sự gắn kết của NLĐ với tổ chức. Để đảm bảo tính logic và độ tin cậy của nghiên cứu, các thang đo đã được kiểm định trong những nghiên cứu trước đây và được điều chỉnh phù hợp với bối cảnh thực tế.

Dữ liệu được thu thập thông qua bảng khảo sát, với các câu hỏi được xây dựng theo thang đo Likert 5 mức độ, từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý) theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Thời gian thực hiện từ tháng 3 đến tháng 5 năm 2025 tại Bim Group. Kết quả khảo sát thu về 290 phiếu hợp lệ, dữ liệu được xử lý trên phần mềm SPSS.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Kết quả khảo sát chỉ ra một số thông tin chung về đối tượng nghiên cứu như sau:

Về giới tính, nam giới chiếm đa số ở mức 59.3% (172 nam) và nữ giới chiếm 40.7% (118 nữ), cho thấy sự cân bằng về mặt đại diện giới tính trong mẫu.

Về độ tuổi, độ tuổi của mẫu phân bố không đồng đều. Cụ thể, độ tuổi phân bố có xu hướng già hóa, với nhóm tuổi lớn nhất là 30-50 tuổi với 42.4% (123 người), tiếp theo là nhóm dưới 30 tuổi với 30% (87 người), cuối cùng là nhóm trên 50 tuổi chiếm 27.6% (80 người).

Về trình độ học vấn, phần lớn người tham gia khảo sát có trình độ đại học (55.9%), tiếp đến là trên đại học (33.1%), cho thấy mẫu nghiên cứu có nền tảng học vấn khá cao. Cuối cùng là nhóm Trung cấp cao đẳng, chiếm 11% (32 người).

Về thâm niên làm việc, nhóm có kinh nghiệm từ 5 đến 10 năm chiếm đa số (51.4%), phản ánh phần

lớn đáp viên có kinh nghiệm thực tiễn tương đối phong phú. Tiếp theo là nhóm có thâm niên dưới 5 năm (25.9%) và cuối cùng là nhóm có thâm niên trên 10 năm (22.8%).

Về vị trí công tác, nhóm chuyên viên chiếm gần một nửa (47.6%), cho thấy mẫu phản ánh đúng thực tế phân bổ chức danh trong các tổ chức. Tiếp theo đó là nhóm các công việc khác chiếm 24.8% (72 người). Và theo sau lần lượt là lãnh đạo cấp trung 17.9% (52 người) và lãnh đạo cấp cao 9.7% (28 người).

3.2. Độ tin cậy của thang đo

Bảng 1. Kiểm định độ tin cậy thang đo

Biến quan sát (chỉ báo)	Trung bình thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
1. Tuyển dụng (TD): Cronbach's Alpha = 0.793			
TD1	14.60	.602	.748
TD2	14.60	.690	.712
TD3	14.61	.699	.717
TD4	14.56	.795	.678
TD5	14.37	.180	.873
2. Đào tạo và phát triển (DT): Cronbach's Alpha = 0.883			
DT1	10.78	.695	.870
DT2	10.85	.672	.880
DT3	10.80	.791	.833
DT4	10.78	.837	.816
3. Đãi ngộ và lương thưởng (LT): Cronbach's Alpha = 0.922			
LT1	17.93	.736	.914
LT2	17.90	.663	.922
LT3	21.45	.063	.922
LT4	17.86	.838	.899
LT5	17.84	.742	.914
LT6	17.88	.842	.899
LT7	17.84	.850	.898
4. Đánh giá thực hiện công việc (DG): Cronbach's Alpha = 0.742			
DG1	10.75	.611	.637
DG2	10.70	.710	.573
DG3	10.73	.728	.577
DG4	10.39	.170	.863
5. Cơ hội thăng tiến (TT): Cronbach's Alpha = 0.901			
TT1	14.36	.687	.893
TT2	14.33	.641	.905
TT3	14.36	.766	.877
TT4	14.30	.870	.854
TT5	14.38	.817	.865
6. Sự gắn kết của NLĐ (GK): Cronbach's Alpha = 0.906			
GK1	14.79	.656	.907
GK2	14.80	.758	.887
GK3	14.76	.731	.893
GK4	14.76	.826	.872
GK5	14.74	.856	.865

Nguồn: Theo khảo sát và phân tích của nhóm tác giả

Dựa trên kết quả kiểm định Cronbach's Alpha trong bảng, có thể thấy rằng tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt yêu cầu về độ tin cậy khi hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6 theo khuyến nghị của Hair và cộng sự (2007). Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong mỗi thang đo có sự tương quan chặt chẽ và đo lường nhất quán cùng một khái niệm. Tuy nhiên, một số biến quan sát không đạt tiêu chí về hệ số tương quan biến tổng (TD5, LT3, DG4). Vì các giá trị này đều thấp hơn ngưỡng tối thiểu 0,3 (Nunnally, 1978; Hair và cộng sự, 2007), nên ba biến này không đáp ứng yêu cầu về mức độ đóng góp vào thang đo và được đề xuất loại bỏ khỏi mô hình. Sau khi loại bỏ những biến không phù hợp, hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều tăng lên đáng kể, phản ánh độ nhất quán nội bộ được cải thiện.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA cho các biến độc lập cho thấy: Kiểm định Barlett với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05 nên có thể kết luận rằng các biến quan sát trong phân tích nhân tố trên có tương quan với nhau trong tổng thể. Hệ số KMO là 0,844, thỏa mãn 0,5 < 0,844 < 1, do đó phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả EFA rút trích được 5 nhân tố với tổng phương sai trích là 74.398%, nghĩa là 5 nhân tố này giải thích hơn 74% sự biến thiên của toàn bộ dữ liệu ở một mức rất cao. Các biến quan sát đều tải đúng vào các nhóm nhân tố theo cấu trúc dự kiến, không xảy ra hiện tượng tải chéo hay sai lệch. Điều này khẳng định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo là phù hợp.

Bảng 2. Ma trận xoay nhân tố các biến độc lập

	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
LT6	.891				
LT7	.878				
LT4	.856				
LT1	.786				
LT5	.763				
LT2	.761				
TT4		.921			
TT5		.884			
TT3		.855			
TT1		.789			
TT2		.757			
DT4			.893		
DT3			.858		
DT2			.768		
DT1			.766		
TD4				.914	
TD3				.836	
TD2				.830	
TD1				.769	
DG3					.889
DG2					.872
DG1					.840

Nguồn: Theo khảo sát và phân tích của nhóm tác giả

Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải > 0.75 và không có hiện tượng tải chéo, cho thấy các thang đo đạt giá trị hội tụ và phân biệt tốt. Cấu trúc nhân tố rõ ràng và ổn định, đảm bảo độ tin cậy để sử dụng trong các phân tích tiếp theo.

Với biến phụ thuộc, kiểm định Barlett với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05, nên có thể kết luận dữ liệu sử dụng để phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Hệ số KMO là 0,888, thỏa mãn 0,5 < 0,881 < 1, phù hợp để sử dụng phân tích nhân tố. Chỉ có 1 nhân tố được trích xuất từ phân tích EFA. Giá trị Eigenvalues lớn hơn 1, nên nhân tố được trích xuất thỏa mãn điều kiện. Tổng phương sai trích xuất là 72.877%, lớn hơn 50%, cho thấy nhân tố trên giải thích được 72.877% sự biến thiên của dữ liệu. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5. Phân tích EFA hoàn tất, 5 nhân tố được đề xuất đã được kiểm định.

3.4. Kiểm định ma trận tương quan

Kết quả phân tích tương quan trong Bảng 3 cho thấy biến phụ thuộc F_GK có mối tương quan dương và có ý nghĩa thống kê với toàn bộ các biến độc lập trong mô hình. Tất cả các hệ số Sig. (2-tailed) đều bằng 0.000, nhỏ hơn mức ý nghĩa 0.05, chứng tỏ các hệ số tương quan Pearson đều có ý nghĩa thống kê.

Bảng 3. Ma trận tương quan theo hệ số Pearson

		GK	TD	DT	LT	DG	TT
GK	Hệ số	1	.560**	.410**	.390**	.339**	.290**
	Mức ý nghĩa		.000	.000	.000	.000	.000
TD	Hệ số		1	.224**	.224**	.123*	.209**
	Mức ý nghĩa			.000	.000	.037	.000
DT	Hệ số			1	.465**	.305**	.088
	Mức ý nghĩa				.000	.000	.137
LT	Hệ số				1	.254**	.017
	Mức ý nghĩa					.000	.769
DG	Hệ số					1	.108
	Mức ý nghĩa						.066
TT	Hệ số	.290**	.209**	.088	.017	.108	1
	Mức ý nghĩa	.000	.000	.137	.769	.066	

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Nguồn: Theo khảo sát và phân tích của nhóm tác giả

3.5. Kết quả phân tích mô hình hồi quy tuyến tính

Kết quả kiểm định ANOVA cho thấy giá trị Sig. của kiểm định F bằng 0.000, nhỏ hơn mức ý nghĩa 0.05. Điều này khẳng định mô hình hồi quy tuyến tính bội là có ý nghĩa thống kê, tức là các biến độc lập trong mô hình có đóng góp vào việc giải thích sự biến thiên của biến phụ thuộc. Như vậy, mô hình hồi quy được xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu khảo sát. Hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 5, cho thấy các biến độc lập không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không có đa cộng tuyến xảy ra. Đồng thời, giá trị Sig. của kiểm định t đều nhỏ hơn 0.05, qua đó khẳng định rằng toàn bộ các biến độc lập trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê và có ảnh hưởng đáng kể đến biến phụ thuộc.

Bảng 4. Hệ số hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hoá		Hệ số chuẩn hoá	T	Sig.	Thống kê hiện tượng cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
(Hằng số)	-.396	.275		-1.440	.151		
TD	.429	.045	.429	9.500	.000	.893	1.119
DT	.181	.054	.168	3.369	.001	.733	1.364
LT	.179	.052	.169	3.428	.001	.753	1.328
DG	.163	.042	.174	3.835	.000	.883	1.132
TT	.194	.052	.164	3.735	.000	.945	1.058

Nguồn: Theo khảo sát và phân tích của nhóm tác giả

Các hệ số hồi quy chuẩn hoá và chưa chuẩn hoá cung cấp cái nhìn sâu hơn về mức độ ảnh hưởng của từng biến độc lập. Cụ thể, mức độ ảnh hưởng giảm dần theo thứ tự: Biến TD (tuyển dụng) là yếu tố có tác động lớn nhất (Beta = 0.429, p = 0.000), tiếp đến là DG (đánh giá thực hiện công việc), LT (lương thưởng), DT (đào tạo), và cuối cùng là TT (cơ hội thăng tiến). Từ đó, phương trình hồi quy chuẩn hoá được thiết lập:

$$GK = 0.429\ TD + 0.174\ DG + 0.169\ LT + 0.168\ DT + 0.164\ TT + \varepsilon$$

4. Kết luận và đề xuất

Nghiên cứu của đề tài đã kiểm định và chấp nhận toàn bộ năm giả thuyết H1 đến H5, khẳng định các thực hành QLNNL gồm Tuyển dụng, Đào tạo và Phát triển, Đãi ngộ và Lương thưởng, Đánh giá thực hiện công việc, và Cơ hội thăng tiến đều có tác động thuận chiều và có ý nghĩa thống kê đến sự gắn kết của người lao động. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với xu hướng chung và nền tảng lý thuyết được chấp nhận rộng rãi trên thế giới về Quản lý Nguồn Nhân lực Chiến lược (SHRM) và Hệ thống HRM Hiệu suất Cao (HPWS). Sự khác biệt nổi bật của nghiên cứu này nằm ở việc xác định thứ tự ưu tiên tác động của các thực hành QLNNL, với Tuyển dụng (TD) là yếu tố có tác động mạnh nhất đến sự gắn kết (Beta = 0.429). Để tăng cường sự gắn kết của NLĐ với tổ chức, Bim Group cần thực hiện một số giải pháp sau:

Một là, công ty cần dịch chuyển tư duy từ "tuyển dụng dựa trên kỹ năng" sang "tuyển dụng dựa trên sự phù hợp", đặc biệt là sự phù hợp với văn hóa tổ chức. Một nhân viên có thể sở hữu kỹ năng xuất sắc nhưng nếu hệ giá trị cá nhân của họ xung đột với giá

trị cốt lõi của doanh nghiệp, sự xung đột này sẽ bào mòn động lực và dẫn đến sự rời bỏ. Do đó, các công cụ đánh giá tâm lý, phỏng vấn dựa trên hành vi và phỏng vấn dựa trên giá trị cần được tích hợp để nhận diện sự tương thích này. Để thu hút đúng đối tượng ứng viên ngay từ đầu, công ty cũng cần xây dựng một "Định vị giá trị nhân viên" (Employee Value Proposition - EVP) mạnh mẽ và xác thực. Bên cạnh đó, một vấn đề quan trọng cũng thường bị bỏ qua là "Bản xem trước công việc thực tế". Thay vì chỉ tô hồng về công việc, các chuyên gia nhân sự và quản lý tuyển dụng nên cung cấp cho ứng viên một bức tranh cân bằng, bao gồm cả những thách thức, áp lực và khía cạnh ít hấp dẫn của vị trí.

Hai là, xây dựng một "văn hóa học tập" thay vì chỉ cung cấp các khóa đào tạo. Một văn hóa học tập khuyến khích sự tò mò, chấp nhận thử nghiệm và thất bại như một phần của quá trình học. Các mô hình học tập hiện đại như mô hình 70-20-10 (70% học qua trải nghiệm công việc, 20% học từ người khác, 10% học chính quy) cần được áp dụng. Để gia tăng sự gắn kết trong môi trường làm việc phức tạp hiện nay, công ty phải đầu tư vào các kỹ năng mềm, đặc biệt là trí tuệ cảm xúc, kỹ năng giao tiếp, quản lý căng thẳng và khả năng phục hồi. Khi nhân viên được trang bị để xử lý tốt hơn các mối quan hệ và áp lực, mức độ gắn bó của họ với công việc và đồng nghiệp sẽ được cải thiện. Đồng thời, xây dựng "lộ trình nghề nghiệp" rõ ràng và minh bạch. Khi một nhân viên thấy rõ các bước đi tiếp theo và được tổ chức hỗ trợ đào tạo để đạt được điều đó, họ có lý do thuyết phục để ở lại và cống hiến lâu dài.

Ba là, công ty cần xây dựng thang bảng lương với các tiêu chí, yêu cầu cụ thể cho từng vị trí, cần đánh giá đúng vai trò của từng nhân viên trong công ty để họ nhận được những mức thu nhập tương xứng với cống hiến của họ và hợp lý. Bên cạnh đó, công ty cũng cần chú ý gia tăng các hoạt động phúc lợi cho những người cống hiến lâu năm và những người lao động mới vào hơn nữa. Ngoài các khoản do pháp luật qui định, công ty cần áp dụng một số hình thức phúc lợi tự nguyện nhằm khuyến khích người lao động làm việc tốt hơn, yên tâm công tác và gắn bó với tổ chức nhiều hơn, như: các chương trình bảo vệ sức khoẻ các hoạt động nhằm quan tâm đến đời sống tinh thần của nhân viên.

Bốn là, công ty cần thực hiện một cuộc cách mạng: chuyển đổi từ "Đánh giá hiệu suất" sang "Quản trị hiệu suất". Trọng tâm không phải là việc xếp loại hay cho điểm vào cuối kỳ, mà là một quá trình đối thoại liên tục, hướng tới tương lai và tập trung vào sự phát triển. Để hệ thống đánh giá thực hiện công việc thúc đẩy sự gắn kết, nó phải được coi là công bằng và minh bạch. Sự công bằng trong quy trình và công bằng trong kết quả là tối quan trọng. Điều này đòi hỏi các tiêu chí đánh giá phải rõ ràng, dựa trên kết quả (OKRs/KPIs) và hành vi (năng lực), và phải được truyền thông từ đầu kỳ. Việc sử dụng các nguồn phản hồi đa chiều (ví dụ: phản hồi 360 độ) có thể tăng tính khách quan, nhưng quan trọng hơn là đảm bảo các quyết định về lương, thưởng, thăng tiến dựa trên kết quả đánh giá phải logic và có thể giải thích được.

Năm là, công ty cần chú trọng công tác hoạch định và tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp cho nhân viên, xác định lộ trình thăng tiến nghề nghiệp cho nhân viên thông qua các lưu đồ thăng tiến đối với từng chức danh cụ thể. Việc hiểu rõ tâm tư, nguyện vọng của nhân viên và truyền đạt các tiêu chí rõ ràng về cơ hội phát triển là rất cần thiết giúp người lao động nhận thức rõ và có động lực để phấn đấu đạt được mục tiêu thăng tiến trong nghề nghiệp của mình. Đặc biệt, công ty nên ưu tiên đề bạt từ trong nội bộ. Trường hợp, nhân viên được đề bạt còn chưa đủ kinh nghiệm xử lý công việc ở vị trí mới, công ty nên cho người lao động thời gian để thử thách cũng như thời gian để họ tự rèn luyện thêm bản lĩnh của mình.

Tài liệu tham khảo:

Alfes, K., Truss, C., Soane, E., Rees, C., & Gatenby, M. (2010). Creating an engaged workforce: findings from the Kingston employee engagement consortium project. Chartered Institute of Personnel and Development. London. Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/28451.

Armstrong, M. (1980), Human resource management practice, 10th edition, London & Philadelphia, USA.

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008), 'Towards a model of work engagement', Career Development International.

Hair, et al. (2007) Multivariate Data Analysis. McGraw Hill Publishing, New York.

Latham, G.P. (2007) Work Motivation: History, Theory, Research, and Practice. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks.

Maden, C. (2015). Linking High Involvement Human Resource Practices to Employee Proactivity. Personnel Review, 44(5), 720-738.

Marescaux, E., De Winne, S. & Sels, L. (2013). HR Practices and HRM Outcomes: The Role of Basic Need Satisfaction. Personnel Review, 42(1), 4-27.

Nunnally, J. C. (1978). Psychometric Theory (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Paré, G., & Tremblay, M. (2007). The Influence of High-Involvement Human Resources Practices, Procedural Justice, Organizational Commitment, and Citizenship Behaviors on Information Technology Professionals Turnover Intentions. Group and Organization Management, 32(3), 326-357.

Radha, K., & Sudarsanan, P. P. (2008). A study on human resource management practices in private hospitals in Kerala. School of Management studies Cochin University of Science and Technology. https://dyuthi.cusat. ac.in/xmlui/handle/purl/3840

Sattar, T., Ahmad, K. & Hassan, S. M. (2015). Role of Human Resource Practices in Employee Performance and Job Satisfaction With Mediating Effect of Employee Engagement. Pakistan Economic and Social Review, 53(1), 81-96.

Singh, K. (2004), "Impact of HR practices on perceived firm performance in India", Asia Pacific Journal of Human Resources, Vol. 42 No. 3, pp. 301 - 317.

Truss, C., Shantz, A., Soane, E., Alfes, K., & Delbridge, R. (2013). Employee engagement, organisational performance and individual well-being: exploring the evidence, developing the theory. The international journal of human resource management, 24(14), 2657-2669.

TÁC ĐỘNG CỦA CÁC ĐẶC ĐIỂM CÂU CHUYỆN TRONG VIDEO ĐẾN SỰ LIÊN QUAN CẢM XÚC VÀ Ý ĐỊNH MUA

ThS. Nguyễn Thị Thúy* - TS. Tô Anh Thơ* - TS. Trần Thế Nam*

Video đang trở thành công cụ marketing quan trọng của các doanh nghiệp. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá tác động của các đặc đểm câu chuyện trong video đến sự liên quan cảm xúc và ý định mua. Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ 459 người dùng TikTok được phân tích với phần mềm SmartPLS 4.1. Kết quả cho thấy sự thú vị và sự phong phú thông tin của câu chuyện tác động tích cực đến sự liên quan cảm xúc, sự mạch lạc thì không ảnh hưởng. Ngoài ra, sự liên quan cảm xúc góp phần gia tăng đáng kể ý định mua của người xem video. Kết quả góp phần mở rộng lý thuyết Kích thích - Chủ thể - Phản ứng (S-O-R) trong việc giải thích tác động của video kể chuyện đến ý định mua và gợi ý một số hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy ý định mua từ truyền thông video.

• Từ khóa: *video, đặc điểm câu chuyện, sự liên quan cảm xúc, ý định mua.*

Videos are becoming an important marketing tool for businesses. This study was conducted to assess the impact of story characteristics in videos on affective involvement and purchase intention. Primary data were collected from 459 TikTok users and analyzed using SmartPLS 4.1. The results indicate that the interestingness and information richness of the story have a positive effect on affective involvement, whereas story coherence does not show a significant influence. Additionally, affective involvement significantly enhances viewers' purchase intention. These findings contribute to extending the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory in explaining the impact of storytelling videos on purchase intention and offer several managerial implications to promote purchase intention through video-based communication.

• Key words: *video, story characteristics, affective involvement, purchase intention.*

Ngày nhận bài: 05/01/2026
Ngày gửi phản biện: 17/02/2026
Ngày duyệt đăng: 11/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.57

1. Giới thiệu

Tác động của video đến ý định mua của người tiêu dùng là chủ đề nhận được sự quan tâm đáng kể của các nhà nghiên cứu. Trong đó, các đặc điểm của video được khẳng định có vai trò quan trọng trong việc phản ánh tác động của video đến ý định mua, cụ thể như tính chính xác, cập nhật (Ding và cộng sự, 2025), tính rõ ràng, mạch lạc, tính cảm xúc, thực tiễn, giải trí (Hu và cộng sự, 2025), là các đặc điểm góp phần gia tăng đáng kể ý định mua. Tuy nhiên, các video trên các nền tảng mạng xã hội như TikTok có sự đa dạng về loại hình như video chuyên gia, kể chuyện, đánh giá,... (Revu Việt Nam, 2024) nhưng các nghiên cứu hiện tại tập trung vào các đặc điểm chung của video mà không phân biệt giữa các loại hình video khác nhau, bên cạnh đó chưa phản ánh hết các phản ứng cảm xúc đối với nội dung video (Hu và cộng sự, 2025). Bên cạnh đó, các nghiên cứu hiện tại về đặc điểm của video tác động đến ý định mua chủ yếu sử dụng phương pháp định lượng mô tả, dữ liệu được thu thập từ sự hồi tưởng của đáp viên, điều này có thể bị sai lệch do quá trình ký ức do người tham gia (Ding và cộng sự, 2025). Do đó, thay vì đánh giá các đặc điểm của các video nói chung, nghiên cứu này tập trung khám phá các đặc điểm đặc trưng của loại hình video kể chuyện về sản phẩm trong việc tác động đến ý định mua bao gồm: sự mạch lạc, sự thú vị, sự phong phú thông tin với vai trò của sự liên quan cảm xúc. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng góp phần cung cấp một góc nhìn mới về tác động của video, cụ thể là dạng video kể chuyện trong việc hình thành ý định mua của người xem, đồng thời đề xuất một số hàm ý quản trị hữu ích cho các doanh nghiệp, nhà sáng tạo nội dung nhằm gia tăng hiệu quả của truyền thông video.

** Trường Đại học Tài chính - Marketing; Tác giả liên hệ, email: nguyenthuy@ufm.edu.vn*

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Tác động của các đặc điểm câu chuyện đến sự liên quan cảm xúc

Kể chuyện được xem là một cơ chế kích hoạt cảm xúc mạnh mẽ, giúp người xem tham gia vào câu chuyện bằng cách tạo ra sự kết nối giữa bản thân họ với nội dung câu chuyện, từ đó làm sâu sắc thêm liên kết cảm xúc giữa người nghe và đối tượng được truyền tải (Zhang và T., 2024). Câu chuyện được trình bày với cấu trúc tường thuật có thể làm rõ ý nghĩa của sản phẩm, kết nối sản phẩm với bản thân người tiếp nhận thông tinvà kích thích sự kết nối cảm xúc (Crespo và cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, cấu trúc kể chuyện cho phép người tiếp nhận thông tin diễn giải và gán ý nghĩa cho những sự kiện hoặc trải nghiệm liên quan đến sản phẩm, từ đó tăng cường mối liên hệ cảm xúc (Park và cộng sự, 2021). Kể chuyện là phương pháp đối thoại hiệu quả vì tác động trực tiếp vào cảm xúc của người nghe giúp phá vỡ các cơ chế phòng thủ, tạo sự đồng cảm, gắn bó (Nguyễn Trần Quang, 2025). Khi nội dung thú vị sẽ thu hút sự chú ý của người tiêu dùng, kích thích sự tò mò và làm cho họ gắn kết với thông điệp (Thuy An Ngo và cộng sự, 2023). Ngoài ra, câu chuyện mạch lạc có thể khiến cho người xem bước vào trạng thái tập trung cao độ, thúc đẩy kết nối cảm xúc và nhận thức mạnh mẽ hơn với nội dung, điều này rất quan trọng đối với hiệu quả trong truyền thông video; mức độ kiến thức cũng ảnh hưởng đáng kể đến giá trị cảm nhận của một video, đặc biệt trong các video nhằm mục đích trao đổi kiến thức (Hu và cộng sự, 2025). Như vậy, có thể khẳng định rằng các yếu tố thuộc về câu chuyện nói chung sẽ tạo ra kết nối cảm xúc với người xem. Do đó, với vai trò là các đặc điểm của câu chuyện, góp phần truyền tải thông tin và cảm xúc đến với người xem thì sự mạch lạc, sự thú vị, và sự phong phú của câu chuyện có thể góp phần tích cực trong việc tạo ra sự liên quan cảm xúc của người xem khi tiếp nhận câu chuyện. Vì vậy, giả thuyết được đặt ra như sau:

H1a: Sự thú vị của câu chuyện tác động tích cực đến sự liên quan cảm xúc

H1b: Sự mạch lạc của câu chuyện tác động tích cực đến sự liên quan cảm xúc

H1c: Sự phong phú của thông tin của video kể chuyện tác động tích cực đến sự liên quan cảm xúc.

2.2.2. Tác động của sự liên quan cảm xúc đến ý định mua

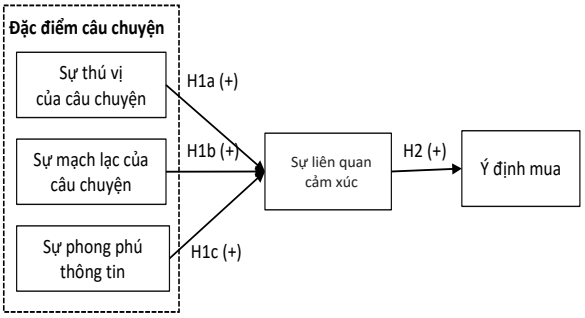
Trong truyền thông xã hội, sự gắn bó cảm xúc với nhân vật truyền tải thông điệp có ảnh hưởng đáng kể đến ý định mua sản phẩm đề cập trong các nội dung truyền thông (Kowalczyk và Pounders, 2016). Cảm xúc là cơ sở tạo động lực, sự phán đoán từ đó quyết định tiêu dùng (Ladhari và cộng sự, 2020). Trong truyền thông kể chuyện, khi người tiêu dùng bị cuốn hút về mặt cảm xúc vào một câu chuyện, đặc biệt là những câu chuyện có sự liên kết rõ ràng với sản phẩm, họ sẽ có xu hướng phát triển các cảm xúc tích cực và gắn bó sâu sắc hơn, từ đó tăng khả năn mua sắm (Sung và cộng sự, 2022). Có thể thấy rằng sự liên quan cảm xúc với vai trò là trạng thái tâm lý nội tại được kích hoạt khi xem tiếp nhận thông tin từ các video kể chuyện sẽ tạo ra phản ứng hành vi cụ thể như ý định mua. Từ đó, có giả thuyết sau:

H2: Sự liên quan cảm xúc tác động tích cực đến ý định mua

2.2. Mô hình nghiên cứu

Từ các giả thuyết trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất, 2025

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Các thành phần trong mô hình được đo bằng thang đo Likert 5 mức độ với các chỉ báo kế thừa từ các nghiên cứu trước. Thang đo được dịch ngược từ tiếng Anh sang tiếng Việt bởi hai

chuyên gia ngôn ngữ và marketing để đảm bảo giữ nguyên ý nghĩa gốc và phù hợp ngữ cảnh nghiên cứu. Để đảm bảo chính xác rằng video gửi khảo sát có đầy đủ các đặc điểm của video kể chuyện sản phẩm, các video này được chọn thông qua phỏng vấn với 5 chuyên gia video, để phù hợp với đối tượng người xem, 4 video được chọn gửi cho đáp viên, gồm: 2 video về sản phẩm gia dụng và 2 video sản phẩm điện tử và mỗi loại do hai nhân vật nam và nữ thực hiện, đây là các video kể chuyện sản phẩm do người dùng tạo ra và được gửi dưới hình thức đường link TikTok nhằm phản ánh gần nhất trải nghiệm thực tế của người xem.

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp lấy mẫu quả cầu tuyết với kỹ thuật phi xác suất, trong đó người tham gia được mời giới thiệu thêm bạn bè, người quen trả lời khảo sát. Dữ liệu được thu thập thông qua Google Form với nhóm người dùng TikTok từ 18 tuổi trở lên với 459 mẫu. Sau khi thu thập, dữ liệu được kiểm tra, làm sạch, mã hóa và tiến hành phân tích bằng phần mềm SmartPLS 4.1 cho mô hình PLS-SEM.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Mô hình đo lường được đánh giá về mức độ tin cậy, độ chính xác về hội tụ và độ chính xác về sự phân biệt. Kết quả phân tích cho thấy tất cả các chỉ báo đều có outer loadings vượt ngưỡng 0,7, đảm bảo mức độ tin cậy của từng biến quan sát. Hệ số tin cậy tổng hợp (CR) của các biến tiềm ẩn dao động từ 0,824 đến 0,880, các giá trị AVE đều lớn hơn 0,5, do đó mô hình đo lường đạt độ tin cậy nhất quán nội bộ và độ chính xác về hội tụ (Bảng 1). Các chỉ số HTMT đều nhỏ hơn 0,85, khẳng định mô hình đáp ứng yêu cầu về giá trị phân biệt giữa các cấu trúc thành phần (Bảng 2).

Bảng 1: Kết quả đánh giá mô hình đo lường

Biến quan sát	Outer loading	Cronbach's alpha	CR	AVE
1. Sự thú vị của câu chuyện (TV)		0,867	0,868	0,715
Câu chuyện trong video được kể sinh động, có kịch tính	0,810			
Câu chuyện trong video có yếu tố hồi hộp	0,871			
Câu chuyện trong video có yếu tố bất ngờ	0,856			
Câu chuyện trong video có yếu tố hài hước	0,845			
2. Sự mạch lạc của câu chuyện (ML)		0,828	0,830	0,659
Câu chuyện trong video được kể theo trình tự rõ ràng, hợp lý	0,825			
Câu chuyện trong video có cấu trúc chặt chẽ	0,836			
Câu chuyện trong video được kể một cách trôi chảy	0,799			
Tốc độ kể chuyện trong video phù hợp	0,787			
3. Sự phong phú thông tin (PP)		0,819	0,824	0,734
Trong video này thể hiện rõ các đặc điểm nổi bật của sản phẩm	0,871			
Trong video này thể hiện chi tiết về bối cảnh sử dụng sản phẩm	0,843			
Video này thể hiện rõ đặc điểm chi tiết của sản phẩm	0,856			
4. Sự liên quan cảm xúc (CX)		0,855	0,858	0,775
Cảm xúc trong video kể chuyện này làm tôi yêu thích video	0,882			
Sau khi xem video này, tôi đã trải qua những cảm xúc mạnh mẽ	0,905			
Tôi bị cuốn hút về cảm xúc bởi thông điệp chính của video này	0,854			
5. Ý định mua (YD)		0,879	0,880	0,733
Dựa trên câu chuyện của video này, tôi sẽ giới thiệu sản phẩm này cho bạn bè của mình	0,847			
Dựa trên câu chuyện của video này, tôi sẽ mua sản phẩm này khi cần một sản phẩm tương tự	0,872			
Dựa trên câu chuyện của video này, khả năng tôi sẽ mua sản phẩm này là khá cao	0,851			
Dựa trên câu chuyện của video này, tôi chắc chắn sẽ thử sản phẩm này khi có nhu cầu	0,854			

Nguồn: Kết quả phân tích từ SmartPLS 4.1 (2025)

Bảng 2: Kết quả chỉ số HTMT

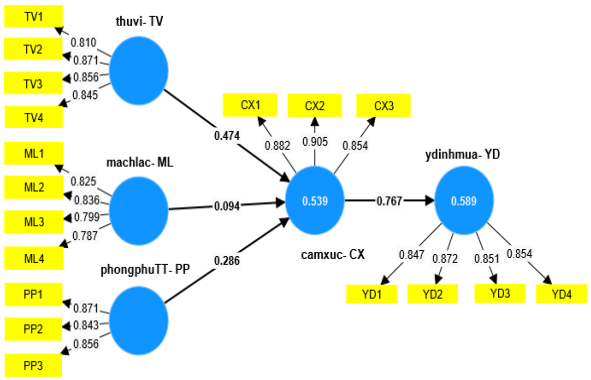
	PP	CX	ML	TV	YD
PP					
CX	0,689				
ML	0,847	0,705			
TV	0,567	0,777	0,739		
YD	0,678	0,872	0,651	0,704	

Nguồn: Kết quả phân tích từ SmartPLS 4.1 (2025)

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Mô hình cấu trúc được đánh giá các vấn đề sau: Đánh giá đa cộng tuyến (VIF); Đánh giá mức ý nghĩa thống kê và độ lớn của hệ số hồi quy; Đánh giá hệ số xác định R^2; Đánh giá hệ số f^2; Đánh giá hệ số Q^2. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc được khái quát tại hình 2.

Hình 2: Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc



Nguồn: Kết quả phân tích từ SmartPLS 4.1 (2025)

Trong đó:

(1) Giá trị của tất cả các chỉ số Inner VIF dao động từ 1,000 đến 2,257 (đều <5), cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến trong từng mô hình cấu trúc thành phần;

(2) Từ kết quả kiểm định Bootstrap cho thấy, có 3 giả thuyết được chấp nhận. Cụ thể, H1a: TV-> CX (β = 0,474, p=0,000); H1c: PP -> CX (β = 0,286, p=0,000); H2: CX -> YD (β = 0,767, p=0,000), và 1 giả thuyết bị bác bỏ là H1b: ML -> CX (β = 0,094, p=0,117) (Bảng 3).

(3) Hệ số R^2 và R^2 hiệu chỉnh: Kết quả cho thấy mô hình đạt mức độ giải thích ở mức khá cao cho các biến phụ thuộc, với mô hình các biến tác động đến CX có R^2 = 0,539; YD có R^2 = 0,589.

(4) Đánh giá f^2: Kết quả ước lượng Bootstrap cho thấy tất cả các P-value của kiểm định cho các giả thuyết chấp nhận đều đạt 0,000 (< 0,5), căn cứ vào các giá trị f^2 có thể kết luận rằng CX đóng vai trò giải thích phần lớn YD; TV giải thích cho CX ở mức trung bình; và PP giải thích cho CX ở mức nhỏ (bảng 3).

(5) Đánh giá hệ số Q^2: Kết quả từ tiến trình phân tích Blindfolding cho thấy các giá trị Q^2 của các biến CX, YD lần lượt đạt 0,411 và 0,424, điều này cho thấy năng lực dự báo của mô hình ở mức trung bình.

Bảng 3: Kết quả kiểm định

Giả thuyết	Beta	Giá trị t	Giá trị p	f^2	Kết luận	Mức độ giải thích
H1a: TV-> CX	0,474	9,845	0,000	0,294	Chấp nhận	Trung bình
H1b: ML -> CX	0,094	1,567	0,117	0,008	Bác bỏ	-
H1c: PP -> CX	0,286	4,877	0,000	0,088	Chấp nhận	Nhỏ
H2: CX -> YD	0,767	26,608	0,000	1,431	Chấp nhận	Lớn

Nguồn: Kết quả phân tích từ SmartPLS 4.1.0,0 (2025)

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hai đặc điểm nổi bật của câu chuyện bao gồm sự thú vị và sự phong phú thông tin góp phần tác động tích cực đến sự liên quan cảm xúc, điều này phù hợp với các nghiên cứu về đặc điểm của các loại video nói chung và hình thức kể chuyện nói riêng trong các phát hiện của Zhang và T. (2024), Crespo và cộng sự (2023), Park và cộng sự (2021), Nguyễn Trần Quang (2025). Đồng thời cũng góp phần cung cấp góc nhìn đồng thuận với Thuy An Ngo và cộng sự (2023) khi khẳng định rằng nội dung thú vị tạo sự gắn kết của người xem với thông điệp nhưng ở khía cạnh gắn kết về cảm xúc. Ngoài ra, nghiên cứu này cũng làm đa dạng thêm luận điểm của Hu và cộng sự (2025) về sự phong phú thông tin không chỉ tạo ra phản ứng nội tại là nhận thức về giá trị mà còn có thể kết nối về cảm xúc.

Mặc dù sự mạch lạc của câu chuyện được đánh giá là không tạo ra kết nối về cảm xúc và kết quả này không tương đồng với các nghiên cứu về đặc điểm của các video nói chung nhưng có thể phù hợp với quá trình phản ứng nội tại của người xem, khi đó sự mạch lạc không tạo sự liên quan cảm xúc nhưng lại góp phần gia tăng niềm tin như trong nghiên cứu của Hu và cộng sự (2025).

Sự liên quan cảm xúc được khẳng định có vai trò quan trọng trong việc phản ánh ý định mua của người xem, điều này góp phần củng cố luận điểm của Kowalczyk và Pounders (2016), Ladhari và cộng sự (2020) và Sung và cộng sự (2022). Có thể thấy rằng, trong truyền thông video nói chung và truyền thông kể chuyện nói riêng, yếu tố cảm xúc vẫn được xem là thành phần quan trọng trong việc định hình ý định mua của người xem.

5. Kết luận và đóng góp của nghiên cứu

5.1 Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy hai đặc điểm của câu chuyện về sản phẩm trong video có ảnh hưởng tích cực đến sự liên quan cảm xúc đó là sự thú vị và sự phong phú thông tin, sự mạch lạc của

câu chuyện lại không góp phần gia tăng sự liên quan cảm xúc. Ý định mua được giải thích phần lớn bởi sự liên quan cảm xúc của người xem với câu chuyện trong video.

5.2. Đóng góp của nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu đóng góp cho lý thuyết S-O-R bằng cách mở rộng khả năng giải thích của mô hình này trong bối cảnh video kể chuyện sản phẩm. Cụ thể, nghiên cứu cho thấy các yếu tố thuộc kích thích (Stimulus) gồm hai đặc điểm là sự thú vị và sự phong phú thông tin của câu chuyện góp phần kích hoạt sự liên quan cảm xúc (Organism) của người xem, trong khi sự mạch lạc của câu chuyện lại không tạo sự kết nối về cảm xúc. Phát hiện này khẳng định rằng không phải mọi đặc điểm nội dung đều có vai trò như nhau trong việc tạo ra phản ứng tâm lý, từ đó bổ sung chiều sâu cho lý thuyết S-O-R khi đánh giá vai trò của các kích thích trong môi trường truyền thông số. Đồng thời, việc ý định mua (Response) được giải thích chủ yếu bởi sự liên quan cảm xúc củng cố luận điểm trung tâm của mô hình S-O-R rằng các phản ứng hành vi được hình thành thông qua quá trình xử lý tâm lý trung gian, qua đó khẳng định giá trị của mô hình trong việc dự đoán hành vi tiêu dùng trong bối cảnh video marketing.

Từ kết quả cũng cho thấy, để nâng cao hiệu quả video marketing, doanh nghiệp và nhà sáng tạo nội dung cần tập trung tạo ra các câu chuyện thú vị và giàu thông tin, vì đây là hai yếu tố thúc đẩy mạnh mẽ sự liên quan cảm xúc của người xem. Ngược lại, tính mạch lạc của câu chuyện không tạo liên quan cảm xúc, do đó, nội dung trên các nền tảng như TikTok có thể linh hoạt, không cần quá chú trọng vào trình tự logic quá chặt chẽ mà có thể linh hoạt hơn trong cách kể chuyện, tập trung vào trải nghiệm cảm xúc thay vì cấu trúc câu chuyện. Vì ý định mua chủ yếu được hình thành từ sự liên quan cảm xúc nên cần ưu tiên xây dựng video chạm đến cảm xúc của người xem./.

Lời cảm ơn: *Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Tài chính - Marketing*

Tài liệu tham khảo:

Colormatics. (2023). Short form video statistics and 2023 marketing trends. Truy cập từ https://www.colormatics.com/article/short-form-video-statistics-and-2020-marketing-trends/

Crespo, C. F., Ferreira, A. G., & Cardoso, R. M. (2023). The influence of storytelling on the consumer-brand relationship experience. Journal of Marketing Analytics, 11(1), 41-56. https://doi.org/10.1057/s41270-021-00149-0

Ding, R., Chen, X., Wei, S., & Wang, J. (2025b). What drives trust building in live streaming E-commerce? From an elaboration likelihood model perspective. Industrial Management & Data Systems, 125(3), 969-999. https://doi.org/10.1108/IMDS-03-2024-0273

Escalas, J. e. (2003). Advertising narratives: what are they and how do they work? in Representing consumers (pp. 283-305). routledge.

Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications, Inc

Hu, T.-L., Chao, C.-M., Hsieh, W.-K., & Lin, C.-H. (2025). The Impact Mechanism of Video Maturity and Content Empowerment on Purchase Intentions: A Case Study of Agricultural Tourism in Taiwan. Sustainability, 17(7), Article 7. https://doi.org/10.3390/su17073195

Kowalczyk, C. M., & Pounders, K. R. (2016). Transforming celebrities through social media: The role of authenticity and emotional attachment. Journal of Product & Brand Management, 25(4), 345-356. https://doi.org/10.1108/jpbm-09-2015-0969

Ladhari, R., Massa, E., & Skandrani, H. (2020). YouTube vloggers' popularity and influence: The roles of homophily, emotional attachment, and expertise. Journal of Retailing and Consumer Services, 54, 102027. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.102027

Lee, Y.-J., Zhao, W., & Chen, H. (2021). Consumer Response to Virtual CSR Experiences. Journal of Current Issues & Research in Advertising, 42(1), 102-122. https://doi.org/10.1080/10641734.2020.1734119

Li, M. W., Kim, Y. R., Liu, A., Scarles, C., & Chen, J. (2025). Storytelling in Travel Vlogs: Scale Development, Validation, and Application. Journal of Travel Research. https://doi.org/10.1177/00472875241312178

Luo, C., Hasan, N. A. M., Zamri bin Ahmad, A. M., & Lei, G. (2025). Influence of short video content on consumers purchase intentions on social media platforms with trust as a mediator. Scientific Reports, 15(1), 16605. https://doi.org/10.1038/s41598-025-94994-z

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. The MIT Press.

Nguyễn Trần Quang (2025). Storytelling lay động lòng người bằng chuyện kể. Hồ Chí Minh: NXB Thế Giới

ReVu Việt Nam. (2024, June 24). Content TikTok: 6 loại content dễ Viral trên TikTok 2024. https://blog.vn.revu.net/content-tiktok/

Roy, O. (2025). 30 Product Storytelling Video Examples That Will Transform Your Marketing. https://advids.co/blog/product-storytelling-video

Step, M. M. 1998. An Emotional Appraisal Model of Media Involvement, Uses, and Effects. Unpublished doctoral dissertation, Kent State University.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). Consumer behavior (8th ed). Pren tice Hall

Soper, D.S. (2024). A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models [Software]. Truy cập từ https://www.danielsoper.com/statcalc

Sung, E. C., Danny Han, D. I., Bae, S., & Kwon, O. (2022). What drives technology-enhanced storytelling immersion? The role of digital humans. Computers in Human Behavior, 132, Article 107246. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107246

Thuy An Ngo, T., Quach, P., Vinh Nguyen, T., Duy Nguyen, A., & Minh Nguyet Nguyen, T. (2023). Short video marketing factors influencing the purchase intention of Generation Z in Vietnam. Innovative Marketing, 19(3), 34-50. https://doi.org/10.21511/im.19(3).2023.04

Vidyard (2022). 2022 Vidyard Video in Business Benchmark Report. Truy cập từ https://primostats.com/wp-content/uploads/2022/05/2021_Vidyard_Video-in-Business-Benchmark-Report.pdf

We are social. (2024). Digital 2024: Vietnam. DataReportal - Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam

Zhang, K., Luo, B., Yan, J., & Weng, X. (2025). The art and impact of narrative: How streamer narrative styles shape consumers' purchase intention. Journal of Retailing and Consumer Services, 87, 104357. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104357

Zhang, X., & T., R. (2024). Solving the mystery of storytelling in destination marketing: A systematic review. Journal of Hospitality and Tourism Management, 59, 222-237. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.013

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC THUỘC TÍNH THỰC PHẨM HỮU CƠ ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THỊ TRƯỜNG HÀ NỘI

ThS. Đào Thị Dịu*

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định tác động của các thuộc tính thực phẩm hữu cơ (an toàn thực phẩm, hàm lượng dinh dưỡng và nhãn thực phẩm hữu cơ) đến chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng. Mẫu nghiên cứu gồm 231 người tiêu dùng từ 18 tuổi trở lên tại thị trường Hà Nội có biết đến thực phẩm hữu cơ. Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 26 và smart PLS-SEM để đánh giá độ tin cậy của thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết. Kết quả nghiên cứu cho thấy: an toàn thực phẩm, hàm lượng dinh dưỡng, nhãn thực phẩm hữu cơ có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng cảm nhận và sự hài lòng, chất lượng cảm nhận có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng. Kết quả này cung cấp cơ sở để đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng đối với thực phẩm hữu cơ.

• Từ khóa: *chất lượng cảm nhận, thuộc tính thực phẩm hữu cơ, thực phẩm hữu cơ, sự hài lòng.*

This study was conducted to determine the impact of organic food attributes (food safety, nutritional content, and organic labeling) on perceived quality and customer satisfaction. The research sample comprised 231 consumers, aged 18 and older, from the Hanoi market with an awareness of organic food. The study employed SPSS 26 and SmartPLS-SEM software to assess the reliability of the measurement scales and to test the theoretical model. The findings indicate that food safety, nutritional content, and organic labeling all have a positive influence on both perceived quality and customer satisfaction. Furthermore, perceived quality was found to positively impact customer satisfaction. These results provide a foundation for proposing managerial implications aimed at enhancing customers' perceived quality of and satisfaction with organic food.

• Key words: *perceived quality, organic food attributes, organic food, customer satisfaction.*

Ngày nhận bài: 06/01/2026
Ngày gửi phản biện: 10/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.58

1. Giới thiệu

Thị trường Việt Nam đang chứng kiến một sự dịch chuyển mạnh mẽ trong hành vi tiêu dùng, được thúc đẩy bởi hai động lực chính: (1) áp lực từ cuộc khủng hoảng niềm tin vào an toàn thực phẩm, biểu hiện qua các vụ ngộ độc đáng báo động; (2) lực đẩy từ việc gia tăng thu nhập và sự lan tỏa của lối sống lành mạnh, khoa học. Trong bối cảnh đó, thực phẩm hữu cơ nổi lên như một giải pháp ưu việt, một lựa chọn tất yếu cho nhóm người tiêu dùng có ý thức cao về sức khỏe, đặc biệt là tại các trung tâm đô thị. Tuy nhiên, sự tăng trưởng nhanh chóng của thị trường này lại đi cùng một khoảng trống nghiên cứu đáng kể. Các công trình nghiên cứu về hành vi tiêu dùng thực phẩm hữu cơ tại các thị trường mới nổi như Việt Nam vẫn còn hạn chế. Việc thấu hiểu cơ chế tâm lý của người tiêu dùng, vốn có thể chịu tác động của các yếu tố đặc thù về văn hóa và kinh tế là một yêu cầu cấp bách.

Đối với doanh nghiệp, trong một môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, sự hài lòng của khách hàng không còn là một lựa chọn, mà đã trở thành biến số chiến lược quyết định sự sống còn và lợi thế cạnh tranh. Lý thuyết marketing đã khẳng định rằng sự hài lòng được kiến tạo chủ yếu từ chất lượng cảm nhận, và chất lượng cảm nhận lại được quyết định bởi những thuộc tính cụ thể của sản phẩm.

Do đó, việc xác định và định lượng mức độ tác động các thuộc tính (như an toàn, dinh dưỡng, nhãn thực phẩm) đến sự hài lòng của khách hàng tại thị trường Hà Nội đối với thực phẩm hữu cơ không chỉ mang ý nghĩa học thuật mà còn có hàm ý thực tiễn vô cùng cấp thiết, giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược marketing hiệu quả và bền vững.

** Trường Đại học Thương Mại; email: diu.dt@tmu.edu.vn*

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Lý thuyết nền của nghiên cứu

Lý thuyết tín hiệu (Signalling Theory), khởi nguồn từ bối cảnh bất cân xứng thông tin trên thị trường, là một công cụ lý giải nền tảng cho hành vi của các bên tham gia. Lý thuyết này cho thấy cách người gửi (doanh nghiệp) chủ động phát ra các tín hiệu đáng tin cậy để truyền tải những thông tin mà người nhận (khách hàng) không thể tự kiểm chứng, qua đó giảm thiểu sự bất định và rủi ro trong quá trình ra quyết định (Spence, 1973). Trong lĩnh vực marketing, vai trò của tín hiệu trở nên đặc biệt quan trọng đối với các "hàng hóa niềm tin" (credence goods) như thực phẩm hữu cơ. Đặc tính cốt lõi của nhóm sản phẩm này - chẳng hạn như quy trình sản xuất tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc hữu cơ - là thuộc tính không thể được xác thực bởi người tiêu dùng ngay cả khi đã sử dụng (Jan & cộng sự, 2005).

Để giải quyết tình trạng bất cân xứng thông tin này, các tín hiệu ngoại vi như nhãn chứng nhận hữu cơ từ một bên thứ ba độc lập đóng vai trò then chốt. Nhãn chứng nhận được xem là một bằng chứng khách quan, là một cầu nối thông tin minh bạch, giúp kiến tạo niềm tin của người tiêu dùng vào tính toàn vẹn của sản phẩm.

2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

An toàn thực phẩm với chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng

Việc tiếp cận và đánh giá thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng không mang tính tổng thể, mà được kiến tạo dựa trên việc phân tích và giải mã các thuộc tính cụ thể của sản phẩm (Olson & Jacoby, 1972). Theo lý thuyết tín hiệu, các thuộc tính hữu hình và vô hình của thực phẩm đóng vai trò là những «tín hiệu» mà người tiêu dùng sử dụng để suy luận về chất lượng tổng thể.

Có hai nhóm tín hiệu then chốt thúc đẩy ý định mua: chất lượng cảm quan và an toàn thực phẩm (Ho & cộng sự, 2006; Michaelidou & Hassan, 2008). Chất lượng cảm quan bao gồm các yếu tố có thể kiểm chứng trực tiếp như kết cấu, hình thức, hương vị và hàm lượng dinh dưỡng. Thuộc tính an toàn - liên quan đến quy trình sản xuất không hóa chất và thân thiện với môi trường. Do không thể kiểm chứng trực tiếp, an toàn thực phẩm được coi là thuộc tính niềm tin, đóng vai trò là tín hiệu then chốt để người tiêu dùng suy luận về chất lượng (Torjusen & cộng sự, 2001).

Sự ưu tiên dành cho các tín hiệu này dẫn đến sự phân hóa rõ rệt trong hành vi tiêu dùng. Những người tiêu dùng nhạy cảm về an toàn coi yếu tố an toàn thực phẩm và nhận thức về sức khoẻ là tiền đề cho sự hài lòng (Bruno & cộng sự, 1996). Thêm vào đó, sự hài lòng không phải là một trạng thái cố định mà biến thiên theo bối cảnh và thời gian (Five-Shaw & Bredhal, 1996). Nhận thức về an toàn thực phẩm sẽ tác động mạnh mẽ hơn đến sự hài lòng nếu được củng cố bởi các nguồn thông tin tin cậy (Frewer & Miles, 2001).

Từ những phân tích trên, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết sau:

H1: Thuộc tính an toàn thực phẩm của TPHC ảnh hưởng tích cực đến chất lượng cảm nhận.

H2: Thuộc tính an toàn thực phẩm của TPHC ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

Hàm lượng dinh dưỡng với chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng.

Trong các yếu tố thúc đẩy hành vi tiêu dùng, hàm lượng dinh dưỡng được xác định là một trong những động lực mua hàng cốt lõi đối với thực phẩm hữu cơ, gắn liền với nhận thức về lợi ích sức khỏe (Lockie & cộng sự, 2002).

Trên phương diện tâm lý học, hàm lượng dinh dưỡng hoạt động như một thuộc tính nội tại then chốt. Người tiêu dùng sử dụng thuộc tính này để suy luận về chất lượng cảm nhận tổng thể của sản phẩm, dựa trên niềm tin rằng thực phẩm hữu cơ vượt trội hơn về mặt dinh dưỡng (Magkos & cộng sự, 2006; Kozup & cộng sự, 2003). Bên cạnh đó, hàm lượng dinh dưỡng còn là chất xúc tác định hình thái độ tích cực của người tiêu dùng. Thái độ tích cực này là tiền đề trực tiếp dẫn đến các kết quả hành vi sau mua, như sự hài lòng của khách hàng. Tương tự, nghiên cứu của Amirnejad & cộng sự (2018) cũng chỉ ra hàm lượng dinh dưỡng là một trong những yếu tố chính phản ánh chất lượng cảm nhận đối với sữa hữu cơ.

Ngoài ra, đối với thực phẩm hữu cơ, thuộc tính an toàn, hàm lượng dinh dưỡng, hàm lượng tự nhiên, lợi ích sức khoẻ là những thuộc tính có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng (Malekpour & cộng sự, 2022).

Từ cơ sở những phân tích trên, nghiên cứu này đề xuất các giả thuyết sau:

H3: Thuộc tính hàm lượng dinh dưỡng của TPHC có tác động tích cực đến chất lượng cảm nhận.

H4: Thuộc tính hàm lượng dinh dưỡng của TPHC có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

Nhãn thực phẩm hữu cơ với chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng

Thực phẩm hữu cơ và thực phẩm thông thường không có sự khác biệt đáng kể về hình thức và người tiêu dùng thường dựa vào nhãn chứng nhận để phân biệt giữa hai loại thực phẩm này. Về mặt lý thuyết, nhãn chứng nhận hoạt động như một tín hiệu chất lượng (quality signal) đáng tin cậy, có chức năng giảm thiểu rủi ro cảm nhận và thu hẹp khoảng cách thông tin cho người tiêu dùng (Donovan và cộng sự, 2002; Smed và cộng sự, 2013).

Do đó, sự hiện diện và mức độ tin cậy của nhãn được kỳ vọng sẽ định hình trực tiếp đến chất lượng cảm nhận của người tiêu dùng về sản phẩm (Botonaki và cộng sự, 2006; Tsakiridou và cộng sự, 2006). Tác động này tiếp tục lan tỏa đến sự hài lòng của khách hàng, khi một tín hiệu được tin cậy sẽ góp phần kiến tạo một trải nghiệm tiêu dùng tích cực (Paul & Rana, 2012; Timisela và cộng sự, 2020).

Dựa trên luận cứ này, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết sau:

H5: Thuộc tính nhãn TPHC có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng cảm nhận

H6: Thuộc tính nhãn TPHC có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng

Chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng

Trong các mô hình hành vi người tiêu dùng, mối quan hệ nhân quả giữa chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng là một trong những nguyên lý nền tảng được công nhận rộng rãi nhất. Chất lượng cảm nhận, định nghĩa là sự phán đoán chủ quan của người tiêu dùng về sự ưu việt tổng thể của sản phẩm (Zeithaml, 1988), đóng vai trò là tiền tố tâm lý trực tiếp quyết định mức độ hài lòng. Vai trò này càng trở nên then chốt đối với các "sản phẩm niềm tin" như thực phẩm hữu cơ, nơi người tiêu dùng phải dựa vào các tín hiệu và nhận thức chủ quan để đánh giá chất lượng.

Các bằng chứng thực nghiệm từ bối cảnh quốc tế (Paul & Rana, 2012; Amirnejad & cộng sự, 2018) đến thị trường Việt Nam (Nguyễn & Trang, 2021) đều nhất quán xác thực mối liên hệ tích cực và có ý nghĩa thống kê này.

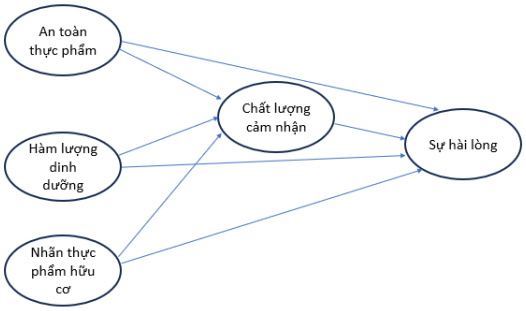
Trên cơ sở nền tảng lý thuyết và các bằng chứng thực nghiệm trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

H7: Chất lượng cảm nhận có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ các giả thuyết nghiên cứu đặt ra, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu bao gồm: các thuộc tính thực phẩm hữu cơ (an toàn thực phẩm (FS), hàm lượng dinh dưỡng (NC), nhãn thực phẩm hữu cơ (OLF), chất lượng cảm nhận (PQ), sự hài lòng của khách hàng (CS). Mô hình thể hiện cụ thể tại Hình 1.

Hình 1: Mô hình đề xuất nghiên cứu



3. Phương pháp nghiên cứu

Các cấu trúc nghiên cứu được đo lường bằng thang đo đa biến, kế thừa và hiệu chỉnh từ các công trình uy tín đã được công bố: *An toàn thực phẩm (FS):* 3 biến quan sát, kế thừa từ Lee & Hwang (2016); *Hàm lượng dinh dưỡng (NC*): 4 biến quan sát, kế thừa từ Lee & Yun (2015); *Nhãn thực phẩm hữu cơ (OLF)*: 5 biến quan sát, kế thừa từ Lê Nam Hải (2024); *Chất lượng cảm nhận (PQ*): 4 biến quan sát, kế thừa từ De Toni & cộng sự (2018); *Sự hài lòng của khách hàng (CS*): 5 biến quan sát, kế thừa từ Mohd Suki (2015) và Sunyansanoa (2013).

Để đảm bảo tính hợp lệ về nội dung và phù hợp với bối cảnh Việt Nam, các thang đo ban đầu đã trải qua một quy trình thẩm định nghiêm ngặt thông qua phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm tập trung. Bảng câu hỏi chính thức được hoàn thiện bằng quy trình dịch ngược (back-translation) nhằm đảm bảo tính tương đương về ngữ nghĩa. Tất cả các biến quan sát đều được đo lường trên thang đo Likert 7 điểm.

Nghiên cứu áp dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện phi xác suất. Dữ liệu được thu thập trực tuyến từ người tiêu dùng từ 18 tuổi trở lên tại Hà Nội có nhận biết về thực phẩm hữu cơ. Tổng cộng 250 phản hồi đã được ghi nhận, sau khi sàng lọc đã loại bỏ 19 phiếu không hợp lệ, giữ lại 231 mẫu quan sát (N=231) để đưa vào phân tích cuối cùng.

Nghiên cứu sử dụng mô hình hóa phương trình cấu trúc bằng bình phương tối thiểu riêng phần

(PLS-SEM) với phần mềm SmartPLS 4 và SPSS 26. Quy trình phân tích tuân thủ nghiêm ngặt khuyến nghị hai bước (Henseler và cộng sự, 2015): trước hết, đánh giá độ tin cậy và tính hợp lệ của mô hình đo lường, sau đó mới tiến hành kiểm định các giả thuyết trong mô hình cấu trúc.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích nhân khẩu học

Phân tích thống kê mô tả (N=231) đã phác họa một chân dung rõ nét về đặc điểm nhân khẩu học của người tiêu dùng thực phẩm hữu cơ tại Hà Nội.

Mẫu nghiên cứu có sự chiếm ưu thế vượt trội của nữ giới (88,7%), những người thường đóng vai trò chính trong việc mua sắm của gia đình.

Về mặt kinh tế-xã hội, đây là nhóm người tiêu dùng có độ tuổi trưởng thành (chủ yếu từ 36-45 tuổi, chiếm 58,4%), trình độ học vấn cao (sau đại học và đại học chiếm tổng cộng 93,6%), và mức thu nhập khá trở lên (52,8% có thu nhập từ 18-32 triệu đồng/ tháng).

Tương ứng với các đặc điểm trên, nghề nghiệp phổ biến nhất trong mẫu là nhóm công chức/viên chức (44,6%) và nhân viên văn phòng (29,9%). Những đặc điểm này hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đây về phân khúc người tiêu dùng hữu cơ, những người có kiến thức và khả năng chi trả cao hơn.

4.2. Kết quả phân tích dữ liệu

Kết quả đánh giá mô hình đo lường

Việc đánh giá mô hình đo lường bao gồm: đánh giá độ tin cậy của thang đo; đánh giá độ tin cậy nhất quán nội bộ; đánh giá giá trị hội tụ; đánh giá giá trị phân biệt. Các biến tiềm ẩn là biến phản ánh, do đó giá trị hội tụ được đo lường qua hệ số tải ngoài (outer loading) và phương sai trích trung bình (AVE) (Hair & cộng sự, 2016). Hệ số tải ngoài ≥ 0.7 và AVE > 0.5 (Hair & cộng sự, 2016). Độ tin cậy của thang đo được đánh giá qua độ tin cậy tổng hợp (CR) và hệ số Cronbach's Alpha, cả hai > 0.7 để đạt độ tin cậy tốt (Hair & cộng sự, 2016).

Kết quả cho thấy tất cả các chỉ số đều phù hợp cho mô hình nghiên cứu.

Bảng 1: Độ tin cậy và giá trị hội tụ của các biến

Mã	Outer loanding	Cronbach's Alpha	CR Rho_C	AVE
FS		0.860	0.915	0.783
FS1	0.803			
FS2	0.910			
FS3	0.913			
NC		0.899	0.929	0.768
NC1	0.920			
NC2	0.846			
NC3	0.959			
NC4	0.769			
OLF		0.936	0.951	0.797
OLF1	0.896			
OLF2	0.925			
OLF3	0.884			
OLF4	0.855			
OLF5	0.901			
PQ		0.935	0.953	0.837
PQ1	0.898			
PQ2	0.921			
PQ3	0.944			
PQ4	0.893			
CS		0.940	0.954	0.806
CS1	0.907			
CS2	0.895			
CS3	0.851			
CS4	0.927			
CS5	0.907			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Tiếp theo, kiểm tra giá trị phân biệt của các biến trong nghiên cứu bằng cách sử dụng chỉ số HTMT < 0.85 (Kline, 2018) hoặc < 0.9 (Henseler & cộng sự, 2015). Bảng 2 cho thấy kết quả của các cặp biến đáp ứng yêu cầu của giá trị phân biệt.

Bảng 2: Giá trị phân biệt (HTMT)

	CS	*FS*	*NC*	*OLF*	*PQ*
CS					
FS	*0.619*				
NC	*0.753*	*0.469*			
OLF	*0.614*	*0.624*	*0.547*		
PQ	*0.699*	*0.791*	*0.606*	*0.728*	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Việc đánh giá mô hình cấu trúc bao gồm: đánh giá vấn đề đa cộng tuyến của mô hình cấu trúc; đánh giá mức ý nghĩa và sự liên quan của các mối liên hệ trong mô hình cấu trúc; đánh giá hệ số xác định R^2; đánh giá hệ số tác động f^2.

Đầu tiên, để đảm bảo không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến, VIF < 3 (Hair & cộng sự, 2016). Kết quả phân tích cho thấy Các giá trị VIF từ 1,416 đến 2,935 đều nhỏ hơn 3, chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Tiếp theo, tác giả đánh giá mô hình cấu trúc bằng PLS-SEM. Kết quả đánh giá được thể hiện ở Bảng 3.

Bảng 3: Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Giả thuyết	Original sample (O)	Standard deviation (STDEV)	T value	P value	f^2	Tác động
H1: FS -> PQ	0.428	0.063	6.790	0.000	0.354	Có
H2: FS -> CS	0.242	0.065	3.737	0.000	0.028	Có
H3: NC -> PQ	0.230	0.045	5.092	0.000	0.110	Có
H4: NC -> CS	0.500	0.055	9.172	0.000	0.382	Có
H5: OLF -> PQ	0.324	0.055	5.920	0.000	0.183	Có
H6: OLF -> CS	0.183	0.050	3.686	0.000	0.026	Có
H7: PQ -> CS	0.214	0.088	2.446	0.015	0.106	Có

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Như vậy, tất cả các giả thuyết đều được chấp nhận. Cụ thể, NC có tác động mạnh nhất đến CS (H4) với hệ số β = 0.500, P-value = 0.000, T-value = 9.172, f^2 = 0.382; FS có tác động tích cực đến PQ (H1) với hệ số β = 0.428, P-value = 0.000, T-value = 6.790, f^2 = 0.354; OLF có tác động tích cực đến PQ (H5) với hệ số β = 0.324, P-value = 0.000, T-value = 5.920, f^2 = 0.183; NC có tác động tích cực đến PQ (H3) với hệ số β = 0.230, P-value = 0.000, T-value = 5.092, f^2 = 0.110; PQ có tác động tích cực đến CS (H7) với hệ số β = 0.214, P-value = 0.015, T-value = 2.446, f^2 = 0.106; mức độ tác động của FS đến CS, OLF đến CS là không đáng kể.

Hệ số xác định R^2 của chất lượng cảm nhận và sự hài lòng lần lượt là 65,5% và 59,9%. Điều này có nghĩa: các biến an toàn thực phẩm, hàm lượng dinh dưỡng, nhãn thực phẩm hữu cơ đã giải thích được 65,5% sự biến thiên (phương sai) của biến chất lượng cảm nhận, và giải thích được 59,9% sự biến thiên (phương sai) của biến sự hài lòng. Điều này cho thấy mức độ phù hợp tương đối tốt của mô hình nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2016).

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và một số hàm ý kiến nghị

Các thảo luận của nghiên cứu

Kết quả phân tích dữ liệu thực nghiệm đã xác thực và làm sáng tỏ các mối quan hệ nhân quả trọng yếu trong mô hình nghiên cứu, cung cấp những luận cứ khoa học vững chắc về các yếu tố kiến tạo nên chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của người tiêu dùng.

Thứ nhất, thuộc tính an toàn thực phẩm đã được chứng minh là một tiền tố nền tảng, tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến chất lượng cảm nhận và sự hài lòng. Như vậy, trong tâm trí khách hàng, an toàn không chỉ là một đặc tính mà còn là một điều kiện tiên quyết, một tín hiệu cốt lõi để suy luận về chất lượng cảm nhận. Kết quả này nhất quán với các nghiên cứu trước đó của Rohr &cộng sự (2005), Wier & cộng sự (2008), Mohaydin & cộng sự (2017).

Thứ hai, hàm lượng dinh dưỡng vừa là một tín hiệu chất lượng quan trọng, vừa là một động lực trực tiếp gia tăng sự hài lòng. Mối quan hệ với chất lượng cảm nhận củng cố mạnh mẽ các kết quả của Naspetti & Zanoli (2009), Kahl & cộng sự (2012). Tương tự, tác động đến sự hài lòng cũng đồng nhất với nghiên cứu của Malekpour & cộng sự (2022), Bai & cộng sự (2023).

Thứ ba, với vai trò là một tín hiệu ngoại vi then chốt trong bối cảnh bất cân xứng thông tin, nhãn thực phẩm hữu cơ có ảnh hưởng tích cực đến cả chất lượng cảm nhận và sự hài lòng. Nó không chỉ là công cụ phân biệt sản phẩm mà còn là một bảo chứng cho chất lượng, giúp xây dựng niềm tin. Kết quả này xác thực các phát hiện của Bryla (2016), Bai & cộng sự (2023), Timisela & cộng sự (2020), Paul & Rana (2012).

Cuối cùng, nghiên cứu đã kiểm chứng thành công vai trò trung tâm của chất lượng cảm nhận, xác định đây là biến số có tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến sự hài lòng của khách hàng.

Hàm ý quản trị

Từ các kết quả nghiên cứu cho thấy, để gia tăng chất lượng cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng, doanh nghiệp cần tập trung truyền thông các bằng chứng định lượng và cam kết rõ ràng. Thay vì chỉ đưa ra các tuyên bố chung chung, chiến lược marketing hiệu quả đòi hỏi phải "vật chất hóa" các lợi ích vô hình này. Ví dụ, việc công bố so sánh hàm lượng vitamin C trong cà chua hữu cơ cao hơn sản phẩm thông thường, hay cam kết không tồn dư thuốc trừ sâu và kim loại nặng, chính là cách biến những khái niệm trừu tượng về "an toàn" và "bổ dưỡng" thành những lợi ích hữu hình, dễ dàng nhận biết và tin cậy trong tâm trí người tiêu dùng.

Trong bối cảnh bất cân xứng thông tin, nhãn cần được nâng tầm từ một công cụ nhận diện đơn thuần thành một nền tảng xây dựng lòng tin và minh bạch hóa thông tin. Việc tích hợp các cơ chế hiện đại như mã QR truy xuất nguồn gốc, cung cấp thông tin chi tiết về nông trại, quy trình canh tác và đơn vị chứng nhận ngay trên bao bì là một hành động chiến lược. Nó không chỉ cung cấp dữ liệu, mà còn phát đi một tín hiệu mạnh mẽ về sự minh bạch và tự tin vào chất lượng sản phẩm, từ đó tác động trực tiếp đến việc nâng cao chất lượng cảm nhận và củng cố sự hài lòng của khách hàng.

Tài liệu tham khảo:

Bryla, P. (2016). Organic food consumption in Poland: Motives and barriers. Appetite, 105, 737-746.

Konuk, F.A. The impact of retailer innovativeness and food healthiness on store prestige, store trust and store loyalty. Food Res. Int. 2019, 116, 724-730.

Malekpour, M., Yazdani, M., & Rezvani, H. (2022). Investigating the relationship between intrinsic and extrinsic product attributes with customer satisfaction: implications for food products. British Food Journal, 124(13), 578-598.

Mohaydin, G., Chand, A., Aziz, B., Bashir, M., & Irfan, J. (2017). Effect of food quality on customer perceived satisfaction level and mediating effect of food safety on them. International Journal of New Technology and Research, 3(1), 34-41.

Naspetti, S., & Zanoli, R. (2009). Organic food quality and safety perception throughout Europe. Journal of food products marketing, 15(3), 249-266.

Paul, J., & Rana, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. Journal of consumer Marketing, 29(6), 412-422.

Röhr, A., Lüddecke, K., Drusch, S., Müller, M. J., & Alvensleben, R. V. (2005). Food quality and safety--consumer perception and public health concern. Food control, 16(8), 649-655.

Timisela, N. R., Sari, R. M., & Dan Lawalata, M. (2020). Effect of product attributes on consumer satisfaction of organic vegetables at dian pertiwi supermarket, Ambon City. International Journal Of Innovation, Creativity And Change, 12(9), 109-122.

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA HỌC TẬP TRẢI NGHIỆM ĐẾN KỸ NĂNG NGHỀ VÀ Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH, KHOA DU LỊCH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

ThS. Nguyễn Thị Bích Ngọc* - ThS. Nguyễn Bình Minh**

Nghiên cứu này khảo sát ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến việc hình thành kỹ năng nghề nghiệp và ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Bằng việc áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (mixed methods), nghiên cứu đánh giá sự tham gia của sinh viên vào các hoạt động học tập trải nghiệm thực tế và mối quan hệ giữa các yếu tố này với kỹ năng nghề và tinh thần khởi nghiệp. Kết quả nghiên cứu cung cấp các khuyến nghị hữu ích nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

• Từ khóa: *học tập trải nghiệm, kỹ năng nghề, ý định khởi nghiệp, sinh viên.*

This study investigates the impact of experiential learning on the development of professional skills and entrepreneurial intentions among students majoring in Tourism and Travel Service Management at Hanoi University of Industry. Using a mixed-methods research approach, the study assesses student participation in practical experiential learning activities and the relationship between these factors and professional skills and entrepreneurial spirit. The research results provide useful recommendations to improve the effectiveness of training and human resource development for the Vietnamese tourism industry in the current context.

• Key words: *experiential learning, professional skills, entrepreneurial intentions, students.*

Ngày nhận bài: 06/01/2026
Ngày gửi phản biện: 10/02/2026
Ngày duyệt đăng: 03/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.59

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam phát triển mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trở thành yếu tố quyết định cho sự phát triển bền vững của ngành. Các chương trình đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành tại các trường đại học cần được cải tiến để phù hợp với nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động. Học tập trải nghiệm, với tính ứng dụng cao, đã trở thành một phương pháp giáo dục quan trọng giúp sinh viên phát triển kỹ năng nghề nghiệp và hình thành ý định khởi nghiệp.

Tuy nhiên, hiện tại, các chương trình đào tạo ngành du lịch tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội còn thiếu các nghiên cứu đánh giá sâu về ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đối với kỹ năng nghề và tinh thần khởi nghiệp của sinh viên. Chính vì vậy, bài nghiên cứu này nhằm làm rõ mối quan hệ giữa học tập trải nghiệm, kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Lý thuyết học tập trải nghiệm (Experiential Learning Theory)

Lý thuyết học tập trải nghiệm của Kolb (1984) là một trong những lý thuyết nổi bật trong giáo dục đại học, đặc biệt trong việc phát triển kỹ năng nghề cho sinh viên. Theo Kolb, học tập là một quá trình tuần hoàn và không ngừng nghỉ, nơi sinh viên không chỉ tiếp thu kiến thức qua lý thuyết mà còn học từ những trải nghiệm thực tế. Quá trình học tập trải nghiệm bao gồm bốn giai đoạn chính: (1) Trải nghiệm cụ thể (Concrete Experience), nơi sinh viên tham gia trực tiếp vào một tình huống thực tế; (2) Quan sát phản chiếu (Reflective Observation), trong đó sinh viên suy

** Đại học Công nghiệp Hà Nội; email: ngoccuong8185@gmail.com*
*** Trường Ngoại ngữ - Du lịch - ĐH công nghiệp Hà Nội; email: minhnb@haui.edu.vn*

ngẫm về những gì đã trải qua; (3) Khái niệm hóa trừu tượng (Abstract Conceptualization), nơi sinh viên hình thành các lý thuyết, khái niệm hoặc nguyên lý từ trải nghiệm của mình và (4) Thử nghiệm tích cực (Active Experimentation), giai đoạn mà sinh viên áp dụng những gì học được vào thực tiễn, thử nghiệm các phương pháp mới.

Kolb lập luận rằng, việc học từ các trải nghiệm thực tế không chỉ giúp sinh viên hiểu rõ hơn về lý thuyết mà còn phát triển khả năng phản ứng linh hoạt và sáng tạo khi đối mặt với các tình huống mới. Học tập trải nghiệm, theo Kolb, thúc đẩy sự phát triển toàn diện của sinh viên, không chỉ về mặt kiến thức mà còn về kỹ năng mềm, bao gồm khả năng giải quyết vấn đề, tư duy phản biện và khả năng làm việc nhóm.

2.2. Lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior - TPB)

Lý thuyết hành vi dự định của Ajzen (1991) cung cấp một mô hình hữu ích để nghiên cứu ý định khởi nghiệp của sinh viên. TPB cho rằng ý định khởi nghiệp của một cá nhân được quyết định bởi ba yếu tố: (1) Thái độ đối với hành vi (Attitude toward the behavior); (2) Chuẩn mực xã hội (Subjective norm) và (3) Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi (Perceived behavioral control). Trong bối cảnh nghiên cứu này, thái độ và chuẩn mực xã hội phản ánh mức độ tin tưởng của sinh viên vào khả năng thành công trong việc khởi nghiệp, trong khi cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi liên quan đến sự tự tin và cảm giác chuẩn bị tốt của họ đối với các thử thách trong khởi nghiệp.

Trong khuôn khổ nghiên cứu này, TPB được áp dụng để phân tích cách thức mà các yếu tố như kỹ năng nghề nghiệp (được phát triển thông qua học tập trải nghiệm) ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Kỹ năng nghề giúp tăng cường cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi khởi nghiệp, do đó làm tăng khả năng sinh viên quyết định bắt đầu sự nghiệp khởi nghiệp.

2.3. Học tập trải nghiệm và sự phát triển kỹ năng nghề

Học tập trải nghiệm được xác định là yếu tố quan trọng trong việc phát triển kỹ năng nghề cho sinh viên. Các nghiên cứu của các tác giả như Dewey (1938), Kolb (1984), và Lave & Wenger (1991) đều nhấn mạnh rằng học tập là một quá trình chủ động, nơi sinh viên học hỏi không chỉ từ giáo trình mà còn từ việc tham gia vào các tình huống thực tế. Dewey, một trong những người tiên phong về học tập trải nghiệm, lập luận rằng giáo dục không chỉ nên dạy lý thuyết mà còn phải tạo cơ hội cho học sinh tham gia vào những trải nghiệm thực tế có ý nghĩa. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các ngành nghề yêu cầu kỹ năng chuyên môn cao và khả năng ứng dụng thực tế, chẳng hạn như ngành du lịch.

Thông qua học tập trải nghiệm, sinh viên có thể phát triển cả kỹ năng cứng (kỹ năng chuyên môn như quản lý khách sạn, điều hành tour) và kỹ năng mềm (như giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề). Các hoạt động như thực tập tại doanh nghiệp du lịch, tham gia tổ chức sự kiện, hay đi khảo sát các điểm đến du lịch tạo cơ hội cho sinh viên áp dụng các lý thuyết vào thực tế, giúp họ không chỉ học hỏi mà còn phát triển các kỹ năng làm việc trong môi trường chuyên nghiệp.

2.4. Học tập trải nghiệm và ý định khởi nghiệp

Việc học qua trải nghiệm không chỉ giúp sinh viên phát triển kỹ năng nghề mà còn thúc đẩy ý định khởi nghiệp. Các nghiên cứu của Gartner (1985), Shane & Venkataraman (2000), và Lackéus (2015) đều chỉ ra rằng học tập trải nghiệm giúp sinh viên có cái nhìn rõ ràng hơn về quy trình khởi nghiệp và tạo ra động lực để họ thử sức. Thực tế, qua các hoạt động học tập trải nghiệm, sinh viên không chỉ tích lũy được các kỹ năng chuyên môn mà còn có cơ hội hình thành các giá trị và thái độ khởi nghiệp, từ đó phát triển ý định khởi nghiệp.

Đặc biệt, trong bối cảnh ngành du lịch, học tập trải nghiệm giúp sinh viên nhận ra các cơ hội kinh doanh trong ngành này, từ việc tổ chức tour du lịch, xây dựng các chương trình du lịch sáng tạo, đến việc phát triển các mô hình kinh doanh du lịch bền vững. Kinh nghiệm thực tế trong các doanh nghiệp du lịch giúp sinh viên nhận thức rõ hơn về nhu cầu của thị trường, cũng như phát triển khả năng đổi mới và sáng tạo trong công việc, điều này có thể làm tăng khả năng họ quyết định bắt đầu một doanh nghiệp du lịch trong tương lai.

2.5. Mối quan hệ giữa học tập trải nghiệm, kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp

Mối quan hệ giữa học tập trải nghiệm, kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp là một chủ đề nghiên cứu quan trọng trong giáo dục nghề nghiệp. Các nghiên cứu của Gough (2018), Anwar & Abdullah (2021), và Liñán & Chen (2009) đã chỉ ra rằng kỹ năng nghề có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định khởi nghiệp. Sinh viên có kỹ năng nghề vững vàng, đặc biệt là các kỹ năng mềm như giao tiếp, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề, có xu hướng tự tin hơn và sẵn sàng thử sức với các dự án khởi nghiệp. Bằng cách tham gia vào các hoạt động học tập trải nghiệm, sinh viên không chỉ được phát triển kỹ năng mà còn có thể nhận thức rõ hơn về các cơ hội khởi nghiệp và chuẩn bị tốt hơn cho công việc trong tương lai.

2.6. Các yếu tố ảnh hưởng đến học tập trải nghiệm và khởi nghiệp

Ngoài học tập trải nghiệm và kỹ năng nghề, các yếu tố như sự hỗ trợ từ gia đình, mạng lưới xã hội, và môi trường học tập cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành ý định khởi nghiệp. Các nghiên cứu của Pruett et al. (2009) và Lichtenstein & Lyons (2001) cho thấy, một môi trường học tập hỗ trợ, khuyến khích tư duy sáng tạo và tinh thần khởi nghiệp có thể giúp sinh viên phát triển các kỹ năng cần thiết để khởi nghiệp thành công. Bên cạnh đó, các yếu tố như sự tự tin vào khả năng cá nhân, động lực và sự tham gia tích cực vào các hoạt động học tập cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định khởi nghiệp của sinh viên.

3. Kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện với 200 sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, nhằm đánh giá ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến việc phát triển kỹ năng nghề nghiệp và ý định khởi nghiệp. Dữ liệu thu thập được qua khảo sát cho thấy các hoạt động học tập trải nghiệm có tác động rõ rệt đến kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp của sinh viên. Cụ thể, mức độ tham gia của sinh viên vào các hoạt động học tập trải nghiệm, ảnh hưởng của các hoạt động này đến kỹ năng nghề nghiệp, và tác động của chúng đối với ý định khởi nghiệp được trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 1: Kết quả khảo sát về Yếu tố học tập trải nghiệm

Yếu tố học tập trải nghiệm	Mức độ tham gia (tỷ lệ %)	Ảnh hưởng đến kỹ năng nghề (tỷ lệ %)	Ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp (tỷ lệ %)
Thực tập tại doanh nghiệp du lịch	85%	90%	78%
Tham gia tổ chức sự kiện	75%	85%	70%
Khảo sát điểm đến du lịch	65%	80%	65%
Dự án thực tế với doanh nghiệp	80%	88%	80%
Tham gia hội thảo chuyên gia	60%	70%	72%

3.1. Mức độ tham gia của sinh viên vào các hoạt động học tập trải nghiệm

Kết quả khảo sát cho thấy, sinh viên tham gia tích cực vào các hoạt động học tập trải nghiệm trong khuôn khổ chương trình đào tạo. Các hoạt động học tập trải nghiệm phổ biến mà sinh viên tham gia gồm: thực tập tại doanh nghiệp du lịch, tham gia tổ chức sự kiện, khảo sát điểm đến du lịch, tham gia dự án thực tế với doanh nghiệp, và tham gia các hội thảo chuyên gia.

Thực tập tại doanh nghiệp du lịch có tỷ lệ tham gia cao nhất (85%), cho thấy sự quan tâm của sinh viên trong việc áp dụng kiến thức vào thực tế và tích lũy kinh nghiệm nghề nghiệp.

Các hoạt động như **tham gia tổ chức sự kiện** (75%) và **dự án thực tế với doanh nghiệp** (80%) cũng có tỷ lệ tham gia cao, phản ánh nhu cầu và sự sẵn sàng của sinh viên trong việc kết nối học tập lý thuyết với thực tiễn.

Mặc dù **tham gia hội thảo chuyên gia** có tỷ lệ tham gia thấp nhất (60%), đây vẫn là một hoạt động quan trọng giúp sinh viên tiếp cận các kiến thức mới và nhận được những lời khuyên, hướng dẫn từ các chuyên gia trong ngành du lịch.

3.2. Ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến kỹ năng nghề

Các hoạt động học tập trải nghiệm không chỉ giúp sinh viên tích lũy kiến thức mà còn phát triển kỹ năng nghề nghiệp. Kết quả khảo sát chỉ ra rằng các yếu tố học tập trải nghiệm có ảnh hưởng mạnh mẽ đến các kỹ năng nghề của sinh viên, đặc biệt là các kỹ năng mềm cần thiết cho công việc trong ngành du lịch.

Thực tập tại doanh nghiệp du lịch là hoạt động có ảnh hưởng lớn nhất đến kỹ năng nghề của sinh viên, với tỷ lệ tác động lên đến 90%. Qua thực tập, sinh viên có cơ hội trực tiếp tham gia vào các công việc chuyên môn, từ đó rèn

luyện kỹ năng làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, giao tiếp và quản lý thời gian.

Các hoạt động như **tham gia tổ chức sự kiện** (85%) và **dự án thực tế với doanh nghiệp** (88%) cũng đóng góp đáng kể vào việc phát triển kỹ năng nghề của sinh viên. Các kỹ năng như lãnh đạo, tổ chức sự kiện và quản lý dự án được cải thiện mạnh mẽ khi sinh viên tham gia vào các dự án thực tế.

Khảo sát điểm đến du lịch và **tham gia hội thảo chuyên gia** có mức ảnh hưởng thấp hơn (80% và 70%), nhưng vẫn góp phần giúp sinh viên củng cố kiến thức chuyên môn và phát triển tư duy phản biện, quan trọng trong việc làm việc với khách hàng và đối tác trong ngành du lịch.

3.3. Ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến ý định khởi nghiệp

Bên cạnh việc phát triển kỹ năng nghề, học tập trải nghiệm còn có tác động lớn đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Các kết quả nghiên cứu cho thấy rằng những hoạt động học tập trải nghiệm giúp sinh viên hình thành tư duy khởi nghiệp, khuyến khích họ dám nghĩ dám làm và tạo dựng sự nghiệp riêng.

Dự án thực tế với doanh nghiệp có tác động mạnh mẽ nhất đến ý định khởi nghiệp của sinh viên, với tỷ lệ lên đến 80%. Thông qua các dự án này, sinh viên có cơ hội tiếp cận và giải quyết các vấn đề thực tế trong ngành, từ đó nhận ra những cơ hội khởi nghiệp tiềm năng trong lĩnh vực du lịch.

Thực tập tại doanh nghiệp du lịch cũng có ảnh hưởng đáng kể đến ý định khởi nghiệp của sinh viên (78%). Việc tiếp xúc trực tiếp với các hoạt động trong ngành giúp sinh viên nhận thức rõ hơn về thị trường và cơ hội kinh doanh, đồng thời tăng cường sự tự tin trong việc khởi nghiệp.

Tham gia tổ chức sự kiện và **tham gia hội thảo chuyên gia** có tác động vừa phải đến ý định khởi nghiệp, với tỷ lệ lần lượt là 70% và 72%. Những hoạt động này giúp sinh viên mở rộng mạng lưới quan hệ và học hỏi từ các doanh nhân thành đạt, qua đó phát triển ý thức về tinh thần khởi nghiệp.

Phân tích mối quan hệ giữa các yếu tố:

Mối quan hệ giữa **kỹ năng nghề** và **ý định khởi nghiệp** được xác nhận là chặt chẽ, khi các hoạt động học tập trải nghiệm không chỉ giúp sinh viên trang bị kỹ năng nghề mà còn tác động trực tiếp đến sự tự tin và khả năng khởi nghiệp. Các nghiên cứu trước đây của Gough (2018) và Anwar & Abdullah (2021) cũng chỉ ra rằng sinh viên có kỹ năng nghề vững vàng thường có xu hướng quyết định khởi nghiệp mạnh mẽ hơn.

Thực tập và tham gia dự án thực tế là những yếu tố quan trọng nhất trong việc phát triển cả kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp, điều này thể hiện rõ trong tỷ lệ tác động cao từ các hoạt động này.

4. Đề xuất giải pháp

Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp du lịch

Một trong những giải pháp quan trọng là tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp du lịch để tạo cơ hội cho sinh viên tham gia vào các hoạt động thực tế. Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội cần xây dựng các mối quan hệ đối tác bền vững với các doanh nghiệp du lịch lớn trong và ngoài nước, giúp sinh viên có cơ hội thực tập tại các công ty du lịch, khách sạn, và các tổ chức liên quan. Việc này không chỉ giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào thực tế mà còn cung cấp cho họ những kinh nghiệm quý báu về ngành. Ngoài ra, trường cần phát triển các chương trình thực tập dài hạn và dự án thực tế gắn liền với các hoạt động sản xuất và kinh doanh trong ngành du lịch. Đồng thời, tạo ra các cơ hội thực tập trả lương tại các doanh nghiệp sẽ khuyến khích sinh viên tham gia nhiều hơn vào quá trình này, vừa giúp họ có thêm thu nhập, vừa tích lũy được kinh nghiệm thực tế.

Tăng cường tổ chức các hoạt động ngoại khóa gắn liền với thực tế ngành du lịch

Để sinh viên có thể tiếp cận thực tế trong ngành du lịch, các hoạt động ngoại khóa gắn liền với thực tế cần được tổ chức thường xuyên. Trường cần tổ chức các chuyến khảo sát điểm đến du lịch, trong đó sinh viên có cơ hội đến tham quan và học hỏi trực tiếp từ các điểm du lịch nổi tiếng hoặc các điểm du lịch tiềm năng. Đây là cơ hội để sinh viên hiểu rõ hơn về quy trình tổ chức tour, quản lý điểm đến, và các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch. Ngoài ra, trường cũng nên tổ chức các sự kiện, hội nghị, hội thảo với sự tham gia của các chuyên gia trong ngành,

để sinh viên có thể học hỏi và tiếp cận những xu hướng mới nhất trong ngành du lịch. Các cuộc thi khởi nghiệp du lịch cũng cần được tổ chức để tạo cơ hội cho sinh viên thực hiện các ý tưởng khởi nghiệp thực tế và nhận được sự hỗ trợ từ các chuyên gia và doanh nhân trong ngành.

Phát triển chương trình đào tạo kỹ năng mềm

Kỹ năng mềm là yếu tố quan trọng không thể thiếu trong quá trình phát triển nghề nghiệp của sinh viên. Vì vậy, trường cần phát triển và tích hợp các môn học về kỹ năng mềm vào chương trình đào tạo chính thức. Các môn học này bao gồm kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, tư duy sáng tạo, và quản lý thời gian. Để tăng cường khả năng thực hành, trường nên tổ chức các khóa huấn luyện kỹ năng mềm ngoài giờ học chính khóa, chẳng hạn như các buổi workshop, seminar về kỹ năng làm việc nhóm, quản lý dự án, và kỹ năng thuyết trình. Bên cạnh đó, trường cần khuyến khích sinh viên tham gia vào các hoạt động ngoại khóa như các câu lạc bộ nghề nghiệp, các nhóm dự án khởi nghiệp, giúp sinh viên phát triển các kỹ năng lãnh đạo và quản lý.

Xây dựng nền tảng khởi nghiệp cho sinh viên

Để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên, trường cần triển khai các chương trình đào tạo khởi nghiệp, bao gồm cách lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng chiến lược marketing, quản lý tài chính doanh nghiệp, và phát triển sản phẩm/dịch vụ trong ngành du lịch. Các chương trình này sẽ trang bị cho sinh viên những kiến thức cần thiết để bắt đầu và điều hành một doanh nghiệp. Đồng thời, trường cần tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận các nguồn vốn khởi nghiệp thông qua các quỹ hỗ trợ hoặc các khoản vay ưu đãi cho sinh viên có ý tưởng kinh doanh. Trường cũng nên thiết lập các không gian làm việc chung (co-working spaces) trong khuôn viên trường, nơi sinh viên có thể làm việc nhóm, phát triển ý tưởng khởi nghiệp, và kết nối với các chuyên gia trong ngành. Điều này sẽ giúp sinh viên có một môi trường thuận lợi để thực hiện các ý tưởng khởi nghiệp và phát triển sự nghiệp lâu dài.

Đổi mới phương pháp giảng dạy, tập trung vào học tập trải nghiệm

Cuối cùng, để nâng cao hiệu quả của học tập trải nghiệm, trường cần đổi mới phương pháp giảng dạy, kết hợp lý thuyết với thực hành. Trường nên áp dụng phương pháp giảng dạy học tập dựa trên dự án (Project-Based Learning), trong đó sinh viên tham gia vào các dự án thực tế và giải quyết các vấn đề cụ thể của ngành du lịch. Phương pháp này giúp sinh viên không chỉ học lý thuyết mà còn áp dụng kiến thức vào các tình huống thực tế. Ngoài ra, trường cần khuyến khích phương pháp học tập chủ động, trong đó sinh viên sẽ chủ động tìm kiếm cơ hội học tập qua các chương trình thực tế và tham gia vào các hoạt động nghiên cứu và phát triển trong ngành du lịch. Cung cấp cho sinh viên các công cụ công nghệ hiện đại như phần mềm quản lý dự án, các hệ thống học trực tuyến cũng là một phần quan trọng để hỗ trợ học tập và cải thiện quá trình học tập trải nghiệm.

5. Kết luận

Học tập trải nghiệm đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kỹ năng nghề và khởi nghiệp cho sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Nghiên cứu này không chỉ cung cấp một cái nhìn sâu sắc về ảnh hưởng của học tập trải nghiệm mà còn đưa ra các giải pháp thiết thực để cải thiện chương trình đào tạo, nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho ngành du lịch trong tương lai.

Lời cảm ơn: *Bài báo này được hỗ trợ bởi đề tài Nghiên cứu ảnh hưởng của học tập trải nghiệm đến kỹ năng nghề và ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành khoa Du lịch trường Đại học Công nghiệp Hà Nội (Quyết định số 868/QĐ-ĐHCN ngày 24/06/2024)*

Tài liệu tham khảo:

Kolb, D. A. (1984). Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development. Prentice-Hall.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.

Barry Mak, Chloe Lau, & Alan Wong (2017). Effects of experiential learning on students: An ecotourism service-learning course.

Milica Veličković et al. (2022). Factors affecting students' intentions to start a business: Case study Serbia.

Pruett, M., et al. (2009). Factors influencing entrepreneurial intentions in Serbia. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(5), 1001-1027.

Zhou, Hong (2012). Education and entrepreneurial intention of university students. Journal of Entrepreneurship, 24(2), 150-172.

DU LỊCH SỐ GẮN VỚI DU LỊCH CỘNG ĐỒNG: NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG CÔNG VIÊN ĐỊA CHẤT TOÀN CẦU NON NƯỚC CAO BẰNG

TS. Cao Thị Thanh Phượng* - TS. Nguyễn Quang Hợp*

Ngành du lịch đóng vai trò quan trọng cho phục hồi kinh tế, tạo việc làm và các nguồn lực cần thiết cho một đất nước. Trong các loại hình du lịch thì du lịch cộng đồng (DLCĐ) có tầm quan trọng đặc biệt, bởi du lịch gắn với cộng đồng, cộng đồng là người chủ sở hữu, tham gia quản lý, thực hiện và hưởng lợi chính. Hiện nay, trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, ngành du lịch đang đứng trước động lực và cả thách thức phải thúc đẩy quá trình đổi mới, sáng tạo để tạo ra những cơ hội mới nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh và phát triển ngành một cách bền vững. Vì vậy, nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng gắn với du lịch số là hướng đi mới cho vùng Công viên địa chất toàn cầu (CVĐCTC) Non nước Cao Bằng. Bên cạnh đó, bài viết còn chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới phát triển du lịch tại vùng Công viên địa chất toàn cầu (CVĐCTC) Non nước Cao Bằng thông qua phương pháp điều tra khảo sát với 270 phiếu hợp lệ, tiến hành phỏng vấn 04 đối tượng. Dữ liệu khảo sát được xử lý bằng phần mềm SPSS qua các bước: kiểm định hệ số Cronbach's Alpha; phân tích nhân tố khám phá EFA; phân tích tương quan; phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra 05 nhân tố có ảnh hưởng tới phát triển du lịch cộng đồng tại vùng nghiên cứu, bao gồm: Sức hấp dẫn điểm đến; Khả năng tiếp cận điểm đến; Cơ sở hạ tầng điểm đến; Sự tham gia du lịch cộng đồng của người dân địa phương; Sự hợp tác và hỗ trợ từ tổ chức bên ngoài.

• Từ khóa: *du lịch số, du lịch cộng đồng; công viên địa chất toàn cầu non nước Cao Bằng; tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa liên hợp quốc - UNESCO.*

Ngày nhận bài: 06/01/2026
Ngày gửi phản biện: 10/02/2026
Ngày duyệt đăng: 08/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.60

The tourism industry plays a crucial role in economic recovery, job creation, and providing essential resources for a country. Among various forms of tourism, community-based tourism (CBT) is of particular importance because it is closely linked to the community, which is the owner, participates in management, implements, and benefits primarily from it. Currently, in the context of strong digital transformation, the tourism industry faces both the impetus and the challenges of promoting innovation and creativity to create new opportunities to enhance competitiveness and develop the industry sustainably. Therefore, researching the development of community-based tourism linked to digital tourism is a new direction for the Non Nuoc Cao Bang Global Geopark. In addition, the article identifies factors influencing tourism development in the Non Nuoc Cao Bang Global Geopark through a survey method with 270 valid questionnaires and interviews with 4 subjects. Survey data was processed using SPSS software through the following steps: Cronbach's Alpha coefficient test; Exploratory Factor Analysis (EFA); correlation analysis; regression analysis; and hypothesis testing. The research results identified five factors influencing community tourism development in the study area, including: Destination attractiveness; Destination accessibility; Destination infrastructure; Local people's participation in community tourism; and Cooperation and support from external organizations.

• Key words: *digital tourism, community tourism; Cao Bang geopark; united nations educational, scientific and cultural organization - UNESCO.*

1. Mở đầu

Ngành du lịch được nhiều quốc gia coi trọng trong đó có Việt Nam, nhận thức rõ những cơ hội, thách thức mà cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại cũng như yêu cầu cấp bách của việc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số (CĐS) quốc gia, trong đó có CĐS trong lĩnh vực du lịch, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1671/QĐ-TTg, ngày 30/11/2018 phê duyệt "Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du

** Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên; email: caothanhphuong@tueba.edu.v*

lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025", trong đó nhấn mạnh ưu tiên phát triển du lịch số, du lịch thông minh. Nhằm cụ thể hóa các chủ trương, định hướng của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL, ngày 21/12/2022 phê duyệt Đề án "Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn". Theo đó, Tổng cục Du lịch cũng đã ban hành Quyết định số 553/QĐ-TCDL về Kế hoạch triển khai Đề án "Ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 để phát triển du lịch thông minh, thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn" nhằm cụ thể hóa và tổ chức triển khai nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Quyết định số 3570/QĐ-BVHTTDL.

Từ đó, ngành du lịch đang từng bước hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh thông qua việc xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số ngành du lịch; thiết lập kết nối liên thông hệ thống thông tin giữa cơ quan quản lý, địa phương và doanh nghiệp; ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch, phát triển điểm đến du lịch thông minh; hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo và ứng dụng công nghệ góp phần phát triển ngành du lịch một cách bền vững.

Bên cạnh đó, để phát triển du lịch và đặc biệt là loại hình DLCĐ thì địa phương phải có tiềm năng về thiên nhiên và giá trị nhân văn sâu sắc, tức là cần có phong cảnh thiên nhiên tươi đẹp hùng vỹ và truyền thống văn hóa đặc sắc được người dân bản địa gìn giữ và duy trì. Vì vậy, phát triển DLCĐ sẽ có tính bền vững, bởi không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn bảo tồn và phát huy những nét văn hoá đặc sắc riêng có của địa phương.

Tại tỉnh Cao Bằng với một hệ thống di sản địa chất đặc biệt mang tầm vóc quốc tế cùng với các tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn đặc sắc đã được Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận CVĐC toàn cầu Non nước vào năm 2018. Đây là cơ hội lớn cho phát triển du lịch của tỉnh nói chung và của vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng nói riêng để phát triển mục tiêu kép, vừa củng cố công tác bảo tồn, vừa phát triển du lịch bền vững và nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, tỉnh Cao Bằng vẫn còn là một địa phương nghèo so với cả nước với tỷ lệ hộ nghèo 42,53% (năm 2016) đã giảm xuống còn 24,71 % (năm 2023) và còn 20,04 % (năm 2025) nhưng vẫn còn khá cao. Để khắc phục tình trạng này, tỉnh Cao Bằng triển khai nhiều kế hoạch và đề án về du lịch và đã đạt được một số chuyển biến tích cực, cụ thể giai đoạn 2015 - 2020 tổng số lượng khách du lịch đến tỉnh đạt trên 5 triệu lượt người (tăng 98%) bình quân tăng 19%/năm; doanh thu du lịch đạt trên 1.200 tỷ đồng (tăng 192%) so với giai đoạn 2010 - 2015; tăng trưởng du lịch bình quân đạt 25,8%/năm. Tuy nhiên, kết quả này chưa tương xứng với thế mạnh và tiềm năng của vùng. Vì vậy, nghiên cứu xác định nhân tố ảnh hưởng tới phát triển DLCĐ tại CVĐCTC Non nước Cao Bằng sẽ giúp tỉnh tìm ra giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển du lịch số gắn với DLCĐ hơn nữa để góp phần tăng trưởng kinh tế và bảo tồn giá trị tài nguyên du lịch địa phương.

2. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng

Vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng có diện tích 3.390 km^2 bao gồm thành phố Cao Bằng và huyện: Quảng Hòa, Trùng Khánh, Hạ Lang và một phần diện tích các huyện Hà Quảng, Hòa An, Nguyên Bình, Thạch An [1]. Đến với nơi đây, du khách có thể tìm hiểu lịch sử tiến hóa trên 500 triệu năm của vỏ Trái Đất qua các hóa thạch, trầm tích biển, đá núi lửa, khoáng sản, các cảnh quan đá vôi, hang động, ... những di sản địa chất mang tầm vóc đặc sắc toàn cầu. Nhờ sở hữu những tài nguyên có ý nghĩa và giá trị lịch sử to lớn, vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng có lợi thế để phát triển DLCĐ.

2.1. Tiềm năng về tài nguyên thiên nhiên

Về vị trí địa lý: CVĐCTC Non nước Cao Bằng có vị trí địa lý rất quan trọng vì là điểm kết nối giữa CVĐC Cao nguyên đá Đồng Văn với CVĐC Lạng Sơn (đang được đề nghị UNESCO công nhận là CVĐC toàn cầu thứ 4 của Việt Nam) qua đường cao tốc Đồng Đăng - Trà Lĩnh và đồng bằng Sông Hồng qua đường cao tốc Hà Nội - Đồng Đăng và Biển Đông qua đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng - Hạ Long - Móng Cái. Hệ thống đường bộ và đường thủy tiếp giáp với Trung Quốc, lại có nhiều điểm du lịch nằm gần biên giới Việt - Trung. Đường biên giới này dài tới 333 km với nhiều cửa khẩu, tạo nên sự thuận lợi trong thu hút du khách quốc tế từ

thị trường lớn Trung Quốc. Đường bộ tiếp giáp với Bắc Kạn, Lạng Sơn, Hà Giang cũng tạo điều kiện thuận lợi cho tỉnh Cao Bằng trong việc liên kết phát triển du lịch nói chung và DLCĐ nói riêng.

Về danh lam thắng cảnh: Nơi đây có 5 danh thắng được công nhận ở cấp quốc gia gồm Thác Bản Giốc, Động Ngườm Ngao, Hồ Thang Hen, Núi Mắt Thần và Động Dơi. Trong đó, Thác Bản Giốc (xã Đàm Thủy, huyện Trùng Khánh) cao 53 m, rộng 300 m có 3 tầng với nhiều ngọn thác lớn nhỏ khác nhau - là 1 trong 10 thác nước đẹp nhất thế giới và đẹp nhất nước ta, được Website du lịch nổi tiếng Lonely Planet xếp hạng là một trong 10 địa điểm du lịch đẹp nhất Việt Nam, là một trong 50 địa điểm có tầm nhìn ngoạn mục, nổi bật nhất trong những kỳ quan và phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn trên khắp thế giới. Bên cạnh đó còn có Vườn quốc gia Phja Oắc - Phja Đén với đỉnh Phja Oắc cao 1931 m - nóc nhà phía Tây của tỉnh Cao Bằng, nổi tiếng với đa dạng sinh học cao và khí hậu ôn đới, một "Sapa" còn hoang sơ, tuyệt đẹp của Cao Bằng.

Về di sản địa chất và nguồn động thực vật quý hiếm: Là một miền đất hiếm có, nơi có thể tìm hiểu lịch sử trên 500 triệu năm của Trái Đất qua các dấu tích hóa thạch, trầm tích biển, đá núi lửa, khoáng sản, … Đặc biệt là các cảnh quan đá vôi - di sản địa chất đặc sắc, là những minh chứng tuyệt vời cho sự tiến hóa và thay đổi của Trái Đất. Ngoài ra, nơi đây cũng nổi tiếng với các giá trị sinh học đa dạng cùng nhiều hệ sinh thái, giống loài động thực vật đặc hữu, nhiều loại gỗ quý như thông, kim giao, pomu,…; nhiều loại dược liệu quý như đẳng sâm, tam thất,…; các loại cây ăn quả nổi tiếng như lê Đông Khê, hạt dẻ Trùng Khánh, quýt Trà Lĩnh,…; nhiều quần thể thực vật rừng; nhiều loại động vật quý hiếm cần được bảo vệ.

2.2. Tiềm năng về tài nguyên nhân văn

Về văn hóa: CVĐCTC Non nước Cao Bằng là vùng đất cổ với tài nguyên văn hóa đậm đà bản sắc, là nơi cư trú của 09 dân tộc, các giá trị văn hóa - nghệ thuật, dân ca, dân nhạc, dân vũ, dân gian truyền thống cũng thu hút khách DL như: Hát Then, hát Sli, hát Lượn, lượn Hai, lượn Slương, đàn Tính,... Bộ VHTT&DL đã đưa 04 di sản vào danh mục di sản phi vật thể quốc gia, đó là: Nghi lễ Then của đồng bào Tày; Lễ hội Nàng Hai của đồng bào Tày, xã Tiên Thành, huyện Quảng Hòa; Nghề rèn của đồng bào Nùng An, xã Phúc Sen, huyện Quảng Hòa; Lễ hội Tranh đầu pháo của đồng bào Nùng, Thị trấn Quảng Uyên (huyện Quảng Hòa). Trong đó, thực hành nghi lễ Then đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Về di tích lịch sử, cội nguồn cách mạng: Vùng đất Cao Bằng có truyền thống lịch sử, là cội nguồn của cách mạng giải phóng dân tộc khỏi ách đô hộ của thực dân Pháp. Nơi đây với bề dày lịch sử cùng nét văn hóa đa sắc đã hình thành quần thể di sản văn hóa, có 214 di tích, trong đó 94 di tích được xếp hạng; có 3 Di tích quốc gia đặc biệt; 23 di tích xếp hạng cấp Quốc gia, 68 di tích xếp hạng cấp tỉnh; có 02 Bảo vật quốc gia (Bia Ma Nhai Ngự Chế của vua Lê Thái Tổ, Đôi chuông Chùa Viên Minh ở Đền Quan Triều). Qua đó, nhận thấy ít có vùng đất nào của nước ta lại có nhiều di sản thiên nhiên, di sản văn hóa - lịch sử xếp hạng quốc tế, quốc gia đặc biệt và quốc gia như vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng. Với các tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân phong phú của nơi đây sẽ là điều kiện đồng thời cũng là đòi hỏi cho sự phát triển DLCĐ.

Về làng nghề thủ công truyền thống: CVĐCTC Non nước Cao Bằng có các làng nghề thủ công truyền thống như: rèn nông cụ, chạm khắc bạc, đan lát, dệt vải chàm, vải thổ cẩm, in hoa văn trang phục dân tộc bằng sáp ong, làm hương, ngói máng,... Trong đó, làng nghề rèn Pác Rằng là làng nghề rèn lâu đời, lớn nhất Việt Nam có từ thời Nùng Tồn Phúc đầu thế kỷ XI và làng nghề hương Phja Thắp cũng đã rất lâu đời, của đồng bào dân tộc Nùng An cũng đến hàng trăm năm tuổi và được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

Về ẩm thực: Du khách đến với Cao Bằng như lạc vào "thiên đường" ẩm thực với các món ăn đậm đà bản sắc dân tộc: bánh Khẩu sli, bánh cuốn, phở chua, bánh Phù noòng, xôi trám, bánh khảo, vịt quay 7 vị, lợn sữa quay, bánh áp chao, bánh trứng kiến,... Một số sản vật được công nhận: lê Đông Khê lọt vào danh sách 50 trái cây nổi tiếng nhất Việt Nam năm 2012; bánh Coóng phù Cao Bằng lọt vào 50 món ăn đặc sản nổi tiếng Việt Nam năm 2015; lạp sườn vào Top món 05 đặc sản năm 2020; xôi Trám, bánh Coóng phù, hạt dẻ lọt vào danh sách 100 món ăn đặc sản nổi tiếng Việt Nam vào tháng 2/2021 cùng nhiều danh hiệu khác.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Giải thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Điểm đến du lịch có sức hấp dẫn được xem là một trong những yếu tố quan trọng thu hút sự quan tâm của khách du lịch, đồng thời có thể là động lực cho khách du lịch ra quyết định đi du lịch

H1: Sức hấp dẫn điểm đến có ảnh hưởng thuận chiều đến phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng.

Khả năng tiếp cận điểm đến du lịch có thể được hiểu là quá trình tiếp cận được điểm đến thuận tiện dễ dàng từ việc tra cứu tìm kiếm các thông tin về điểm đến du lịch, khả năng đặt vé đến du lịch luôn sẵn sàng, có nhiều phương tiện giao thông đến điểm du lịch, khách dễ dàng tiếp cận và thuận tiện di chuyển giữa các điểm du lịch bên trong điểm đến.

H2: Khả năng tiếp cận điểm đến có ảnh hưởng thuận chiều đến phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng.

Cơ sở hạ tầng của điểm du lịch cộng đồng có thể được xây dựng riêng phục vụ cho các hoạt động du lịch hoặc là các tiện nghi dùng chung với cuộc sống sinh hoạt của người dân địa phương *(Smith, 1988).* Đây là nhân tố có tác động ảnh hưởng đến tâm lý và mức độ hài lòng của khách du lịch khi tiếp cận điểm đến.

H3: Cơ sở hạ tầng điểm đến ảnh hưởng thuận chiều đến phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng.

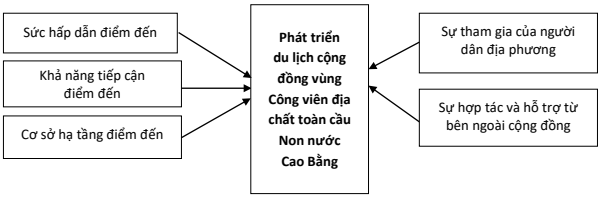
Sự tham gia của người dân địa phương là yếu tố quan trọng trong quy hoạch phát triển du lịch và sự hỗ trợ của cộng đồng là điều thiết yếu để đạt được sự phát triển du lịch bền vững (*Tosun, 2002)*

H4: Sự tham gia của người dân có ảnh hưởng thuận chiều đến phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng.

Sự hợp tác và hỗ trợ từ bên ngoài cộng đồng được hiểu là những sự liên kết, phối hợp cùng thực hiện du lịch cộng đồng giữa CĐĐP với các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp khác bên ngoài cộng đồng (Hiwasaki, L, 2006), đây là cơ hội để cộng đồng tiếp cận, tạo ra những lợi thế cho phát triển du lịch cộng đồng.

H5: Sự hợp tác và hỗ trợ từ tổ chức bên ngoài có ảnh hưởng thuận chiều đến phát triển du lịch cộng đồng tại vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng.

Với những thảo luận trên, tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu:



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua hai giai đoạn là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính được dùng để lựa chọn các nhân tố đưa vào mô hình nghiên cứu và xây dựng thang đo phát triển du lịch cộng đồng. Nghiên cứu định lượng được sử dụng để đánh giá thang đo, kiểm định giả thuyết nghiên cứu và xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến phát triển du lịch cộng đồng.

Đối với nghiên cứu định tính: được thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn và thảo luận với các chuyên gia gồm nhà quản lý và cán bộ doanh nghiệp, những người trực tiếp quản lý điều hành hoạt động du lịch tại vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng.

Đối với nghiên cứu định lượng: được thực hiện dựa trên số liệu thu được qua khảo sát trực tiếp 04 đối tượng là nhà quản lý, cán bộ doanh nghiệp, khách du lịch và người dân tại địa phương thông qua bảng câu hỏi được thiết kế sử dụng thang đo Likert 5 điểm. Số phiếu hợp lệ đưa vào chạy mô hình là 270 phiếu, dữ liệu khảo sát được xử lý bằng phần mềm SPSS qua các bước: kiểm định hệ số Cronbach's Alpha nhằm sàng lọc các biến quan sát; phân tích nhân tố khám phá EFA để chỉ ra những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển các DLCĐ vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng; phân tích tương quan tính toán độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích được để xem độ phù hợp của dữ liệu nghiên cứu; phân tích hồi quy nhằm đánh giá độ phù hợp của dữ liệu với mô hình lý thuyết, tìm ra những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển DLCĐ ở vùng CVĐCTC Non nước Cao Bằng và kiểm định giả thuyết.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định thang đo

Các thang đo sẽ được tiến hành kiểm định bằng công cụ Cronbach's Alpha, điều này sẽ giúp loại đi các biến quan sát không đạt yêu cầu hay các thang đo chưa đạt yêu cầu trong quá trình nghiên cứu. Để đảm bảo thang đo là tốt, chỉ những thang đo có Cronbach's Alpha >0,6 mới được chấp nhận, đồng thời chỉ chọn những quan sát có hệ số tương quan biến tổng >0,3.

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Biến quan sát	Kí hiệu	Số biến quan sát ban đầu	Số biến quan sát sau khi loại các biến rác	Cronbach's Alpha
Sức hấp dẫn của điểm đến	HD	5	4	0,777
Khả năng tiếp cận điểm đến	TC	4	4	0,898
Sự tham gia du lịch cộng đồng của người dân địa phương	TG	4	4	0,907
Cơ sở hạ tầng điểm du lịch	CS	6	5	0,760
Sự hợp tác và hỗ trợ từ bên ngoài cộng đồng	HT	4	4	0,898
Sự phát triển du lịch cộng đồng	PT	6	4	0,832

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm tác giả

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA đối với biến độc lập cho thấy kết quả kiểm định tương đối tốt. Hệ số KMO = 0,799 > 0,5, Initial Eigenvalues là 2,138 > 1; đối với bảng ma trận xoay nhân tố các biến có hệ số tải nhân tố (Factor loading) từ 0,5 trở lên được chọn; có 05 nhân tố được trích với tổng phương sai trích = 73,17%. Điều nay cho thấy các thang đo đạt giá trị phân biệt và giá trị hội tụ.

4.2. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích tương quan giữa 5 biến độc lập và biến phụ thuộc cho thấy các Peason đều gần bằng 1, các giá trị sig <0,01 nên có ý nghĩa về mặt thống kê. Như vậy, 5 nhân tố ảnh hưởng tới phát triển DLCĐ có mối tương quan với nhau và tương quan với phát triển du lịch cộng đồng.

Mô hình hồi quy có R^2 = 0,3332 và R^2 hiệu chỉnh = 0,319, khi kiểm định độ phù hợp của mô hình cho thấy mức ý nghĩa nhỏ hơn 0,05 (giá trị sig=0,000<0,05) chứng tỏ rằng có mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Vậy mô hình hồi qui được xây dựng là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được. Kết quả phân tích mô hình hồi quy (bảng 2).

Bảng 2 cho thấy tất cả các giả thuyết nghiên cứu để xuất trong mô hình lý thuyết được chấp nhận, phương trình hồi quy được viết như sau:

PT = 0,215 + 0,156*HD + 0,159*TC + 0,373*CS + 0,166*TG + 0,117*HT

Bảng 2. Hệ số hồi quy

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê cộng tuyến	
		B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
1	(Constant)	0,215	0,360		,597	,551		
	Sức hấp dẫn điểm đến (HD)	0,156	0,058	0,138	2,700	0,007	0,973	1,028
	Khả năng tiếp cận điểm đến (TC)	0,159	0,061	0,134	2,609	0,010	0,952	1,050
	Cơ sở hạ tầng điểm đến (CS)	0,373	0,048	0,418	7,827	0,000	0,886	1,129
	Sự tham gia người dân địa phương (TG)	0,166	0,060	0,141	2,777	0,006	0,980	1,021
	Sự hợp tác và hỗ trợ từ bên ngoài cộng đồng (HT)	0,117	0,050	0,125	2,340	0,020	0,886	1,129

Nguồn: Xử lý dữ liệu điều tra của tác giả

Kết luận

Ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số ngành Du lịch là một chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước nhằm thực hiện mục tiêu đưa ngành Du lịch phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Nhiệm vụ và giải pháp tập trung cho du lịch phát triển cần phải được chú trọng đến giải pháp cụ thể chuyển đổi số, đồng bộ về dữ liệu trong phát triển ngành Du lịch. Theo đó, Vùng Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng với tiềm năng du lịch sẵn có, tài nguyên thiên nhiên có ý nghĩa và giá trị lịch sử nhân văn to lớn cần lựa chọn lộ trình hoạt động du lịch dựa trên nền tảng công nghệ AI, Big Data, công nghệ số… đặc biệt là trong việc quảng bá hình ảnh du lịch trên nền tảng công nghệ nhằm thúc đẩy DLCĐ vùng CVĐC Non nước Cao Bằng phát triển bền vững. Từ đó, sẽ nâng cao lợi thế cạnh tranh của ngành du lịch, phát triển DLCĐ cho vùng và đáp ứng được tiêu chuẩn đặt ra của Mạng lưới CVĐC toàn cầu cũng như hoàn thành sứ mệnh quan trọng của CVĐC toàn cầu UNESCO đã giao phó.

Tài liệu tham khảo:

Bùi Hải Yến (2012), Du lịch cộng đồng, NXB Giáo dục, Hà Nội.

Chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch. https://vietnamtourism.gov.vn/post/42949

Cục thống kê tỉnh Cao Bằng (2023 - 2024), Niên giám thống kê tỉnh Cao Bằng 2021 - 2024.

Google Travel Insights (2023), Consumer behavior trends in global tourism. https://www.google.com/travel/insights.

Hiwasaki, L. (2006), Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan's Protected Areas, Society and Natural Resources.

Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), Phân tích dữ liệu nghiên cứu với với SPSS, Nxb Hồng Đức.

Smith, V.L, & Eadington, W.R. (Eds.). (1992), Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism, Philadelphia, University of PennsylvaniaPress.

Thủ tướng Chính phủ (2018). Quyết định số 1671/QĐ-TT ngày 30/11/2018 phê duyệt "Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025".

Tosun,C.(2002), Host perception so fim pacts: a comparative tourism study

VNCERT (2024). Báo cáo về các vụ tấn công mạng vào ngành Du lịch Việt Nam.

NÂNG CAO MỐI LIÊN KẾT GIỮA SẢN PHẨM ĐẶC SẢN ĐỊA PHƯƠNG VÀ MÔ HÌNH DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG

ThS. Vũ Quyết Tiến* - PGS.TS. Đinh Hồng Linh - TS. Vũ Quỳnh Nam*****

Nghiên cứu phân tích mối liên kết giữa sản phẩm đặc sản địa phương và du lịch dựa vào cộng đồng nhằm thúc đẩy phát triển nông thôn bền vững tại Việt Nam. Trên cơ sở tiếp cận sản phẩm đặc sản như tài sản nội sinh gắn với chuỗi giá trị cộng đồng, nghiên cứu xây dựng khung phân tích tích hợp lý thuyết chuỗi giá trị, tiêu dùng trải nghiệm và chất lượng dịch vụ. Dữ liệu khảo sát từ 412 du khách tại Việt Nam được xử lý bằng phân tích nhân tố khám phá và hồi quy đa biến. Kết quả cho thấy năng lực marketing, mức độ tham gia trải nghiệm, sự hài lòng của du khách và khả năng tiếp cận giao thông có tác động tích cực, có ý nghĩa thống kê đến mức độ gắn kết sản phẩm du lịch và hiệu quả du lịch cộng đồng. Trong khi đó, chất lượng sản phẩm và hợp tác giữa các bên liên quan có tác động khiêm tốn, phản ánh những hạn chế trong quản trị cộng đồng. Nghiên cứu đề xuất các hàm ý chính sách nhằm tăng cường quản trị có sự tham gia và thúc đẩy phát triển địa phương theo hướng bền vững.

• Từ khóa: *sản phẩm đặc sản địa phương; du lịch dựa vào cộng đồng; trải nghiệm du khách; marketing; phát triển bền vững.*

This study investigates the mechanisms for strengthening the linkage between local specialty products and community-based tourism (CBT) to support sustainable rural development in Vietnam. Conceptualizing local specialty products as endogenous cultural and economic assets embedded within community value chains, the research integrates value chain theory, experiential consumption, and service quality perspectives into a multidimensional analytical framework. Using survey data from 412 tourists across three regions of Vietnam, the model is empirically tested through exploratory factor analysis and multiple regression. The findings indicate that marketing capacity, experiential engagement, visitor satisfaction, and transportation accessibility significantly reinforce the product-tourism linkage and enhance community tourism performance. Although product quality and stakeholder cooperation are statistically significant, their comparatively modest effects suggest governance constraints at the community level. The study contributes theoretically by clarifying the value-creation dynamics underpinning product-tourism linkages within CBT systems and provides implications for strengthening participatory governance and inclusive local development.

• Key words: *local specialty products; community-based; visitor experience; marketing; sustainable development.*

Ngày nhận bài: 06/01/2026
Ngày gửi phản biện: 10/02/2026
Ngày duyệt đăng: 03/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.61

1. Giới thiệu

Du lịch dựa vào cộng đồng (Community-Based Tourism - CBT) được xem là một định hướng chiến lược cho phát triển nông thôn bền vững, nhấn mạnh sự tham gia của cộng đồng, bảo tồn văn hóa và phân bổ lợi ích công bằng. Trên cơ sở khai thác nguồn lực nội sinh và quản trị cộng đồng, CBT hướng tới tăng cường năng lực chống chịu kinh tế, xã hội dài hạn. Trong bối cảnh này, sản phẩm đặc sản địa phương được nhận diện như các tài sản lãnh thổ gắn với tri thức bản địa, kỹ năng thủ công và bản sắc văn hóa (Wang, & Xiang, 2007), đồng thời đóng vai trò nguồn vốn văn hóa, xã hội góp phần gia tăng tính khác biệt điểm đến và củng cố gắn kết cộng đồng khi được tích hợp vào hệ thống du lịch (Loureiro và cs, 2011).

Các nghiên cứu gần đây cho thấy việc gắn kết sản phẩm đặc sản với du lịch có thể đa dạng hóa sinh kế, thúc đẩy khởi nghiệp và bảo tồn nghề truyền thống (Su & Wall, 2014). Hoạt động trải nghiệm và tương tác với người sản xuất làm gia tăng cảm nhận về tính xác thực, nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của du khách (Bigné và cs, 2005), trong khi marketing dựa trên bản sắc địa phương củng cố liên quan cảm xúc và hiệu ứng truyền miệng tích cực (Prayag và cs, 2017). Tuy nhiên, quá trình tích hợp này cũng đối mặt với các thách thức về thương mại hóa quá mức,

** Tỉnh ủy Quảng Ninh, tỉnh Quảng Ninh, NCS; e-mail: vqtienqn@gmail.com*
*** Trường Đại học Kinh tế & QTKD - Đại học Thái Nguyên; e-mail: dhlinh@tueba.edu.vn*
**** Viện nghiên cứu KT và Phát triển nguồn nhân lực, Trường ĐH Kinh tế & QTKD - ĐH Thái Nguyên; Tác giả liên hệ: e-mail: quynhnam@tueba.edu.vn*

phụ thuộc cầu du lịch và phân bổ lợi ích thiếu cân bằng, đòi hỏi cơ chế điều phối và quản trị hiệu quả hơn (Sánchez-Rebull và cs, 2018).

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về sản phẩm đặc sản và phát triển du lịch, hai lĩnh vực này thường được xem xét tách biệt, thiếu các bằng chứng định lượng đánh giá đồng thời vai trò của hạ tầng, trải nghiệm, marketing và quản trị trong liên kết sản phẩm du lịch, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế mới nổi (Wang và cs, 2013). Do đó, nghiên cứu này xây dựng và kiểm định một khung phân tích đa chiều, bao gồm chất lượng sản phẩm, hợp tác các bên liên quan, năng lực marketing, mức độ tham gia trải nghiệm và khả năng tiếp cận hạ tầng, dựa trên dữ liệu khảo sát 412 du khách tại Việt Nam. Nghiên cứu đóng góp bằng cách (i) khái niệm hóa sản phẩm đặc sản như tài sản nội sinh trong chuỗi giá trị CBT; (ii) kiểm định thực nghiệm tác động đồng thời của các yếu tố cấu trúc, trải nghiệm, marketing và quản trị; và (iii) bổ sung bằng chứng cho khung lý thuyết về quản trị du lịch bền vững và phát triển nông thôn bao trùm trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi.

2. Tổng quan tài liệu và phát triển giả thuyết

2.1. Sản phẩm đặc sản địa phương trong hệ thống CBT

Sản phẩm đặc sản địa phương được hiểu là các hàng hóa gắn với không gian lãnh thổ, phản ánh điều kiện tự nhiên, tri thức bản địa và bản sắc văn hóa cộng đồng (Nam & Thien, 2019). Trong du lịch dựa vào cộng đồng (CBT), các sản phẩm này không chỉ mang giá trị thương mại mà còn là tài sản nội sinh tích hợp trong chuỗi giá trị địa phương, tạo ra giá trị gia tăng thông qua tiêu dùng trải nghiệm và gia tăng lợi ích kinh tế biểu trưng cho cộng đồng (Vũ Quỳnh Nam và cs, 2025).

Từ góc độ chuỗi giá trị, tích hợp sản phẩm đặc sản vào du lịch thúc đẩy sự phối hợp giữa các tác nhân địa phương, nâng cao mức độ lưu giữ giá trị và trao quyền cộng đồng. Tuy nhiên, hiệu quả liên kết phụ thuộc vào năng lực quản trị, marketing, hạ tầng và thiết kế trải nghiệm (Su & Wall, 2014). Các nghiên cứu hiện có chủ yếu xem xét riêng lẻ chất lượng dịch vụ hoặc hình ảnh điểm đến, trong khi còn thiếu bằng chứng định lượng về sự tương tác đồng thời giữa các yếu tố cấu trúc và thể chế trong tích hợp sản phẩm du lịch.

2.2. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu dựa trên bốn nền tảng: (i) lý thuyết chuỗi giá trị nhấn mạnh điều phối các hoạt động gia tăng giá trị từ sản xuất đến tiêu dùng (Porter, 1985); (ii) lý thuyết du lịch trải nghiệm khẳng định vai trò đồng tạo giá trị thông qua sự tham gia có ý nghĩa (Brakus và cs, 2009); (iii) lý thuyết hành vi người tiêu dùng và chất lượng dịch vụ nhấn mạnh chất lượng cảm nhận và truyền thông trong hình thành kết quả hành vi (Sánchez-Rebull, và cs, 2018); và (iv) lý thuyết quản trị du lịch bền vững đề cao phối hợp các bên liên quan và hạ tầng hỗ trợ (Wang & Xiang, 2007). Sự tích hợp các cách tiếp cận này cho phép phân tích đồng thời các yếu tố cấu trúc, trải nghiệm, marketing và quản trị trong liên kết sản phẩm du lịch.

2.3. Phát triển giả thuyết

Trên cơ sở lý thuyết, nghiên cứu đề xuất năm giả thuyết:

H1: Chất lượng sản phẩm và giá trị cảm nhận tác động tích cực đến hiệu quả liên kết sản phẩm đặc sản với CBT.

H2: Liên kết và hợp tác giữa các bên liên quan tác động tích cực đến hiệu quả liên kết sản phẩm du lịch trong hệ thống CBT.

H3: Năng lực marketing và truyền thông tác động tích cực đến hiệu quả liên kết sản phẩm du lịch.

H4: Mức độ tham gia trải nghiệm tại điểm đến CBT tác động tích cực đến hiệu quả liên kết và hiệu quả du lịch cộng đồng.

H5: Khả năng tiếp cận hạ tầng và hiệu quả logistics tác động tích cực đến hiệu quả liên kết sản phẩm du lịch.

Các giả thuyết này cấu thành khung phân tích đa chiều nhằm kiểm định thực nghiệm vai trò tương đối của các yếu tố cấu trúc, trải nghiệm, marketing và quản trị trong nâng cao hiệu quả tích hợp sản phẩm đặc sản với du lịch dựa vào cộng đồng.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp định lượng nhằm phân tích các yếu tố tác động đến liên kết

giữa sản phẩm đặc sản địa phương và du lịch dựa vào cộng đồng (CBT) tại Việt Nam. Khảo sát bằng bảng hỏi cấu trúc được thực hiện tại các điểm CBT tiêu biểu ở ba miền (Bắc - Trung - Nam) trong giai đoạn 8-9/2025. Từ 450 phiếu phát ra theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện, 412 phiếu hợp lệ được sử dụng (tỷ lệ 91,6%), đáp ứng yêu cầu cho phân tích đa biến. Người trả lời tham gia tự nguyện và ẩn danh.

3.2. Mô hình đo lường và thang đo

Thang đo được xây dựng trên cơ sở lý thuyết chuỗi giá trị, du lịch trải nghiệm, hành vi người tiêu dùng và quản trị du lịch bền vững. Các biến được đo lường bằng thang Likert 5 mức. Các cấu trúc chính gồm: Chất lượng và giá trị cảm nhận (PQPV), Liên kết và hợp tác (LC), Marketing và truyền thông (MC), Hoạt động trải nghiệm (EA), Khả năng tiếp cận giao thông - logistics (TN) và Hiệu quả liên kết (EC, biến phụ thuộc). Bảng hỏi được thử nghiệm trước với 30 người và hiệu chỉnh phù hợp.

3.3. Độ tin cậy và giá trị thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha của các cấu trúc đều vượt 0,70, bảo đảm độ tin cậy. Chỉ số KMO đạt 0,875 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa ($p < 0,001$), xác nhận dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố khám phá (EFA). Kết quả EFA (PCA, quay Varimax) giữ lại các nhân tố có eigenvalue > 1; hệ số tải đều > 0,50 và không có tải chéo đáng kể, bảo đảm giá trị hội tụ và phân biệt. Kiểm định Harman cho thấy không tồn tại sai lệch phương pháp chung đáng kể.

3.4. Phân tích dữ liệu

Sau khi xác nhận mô hình đo lường, hồi quy đa biến được sử dụng để đánh giá tác động của PQPV, LC, MC, EA và TN đến EC. Các chỉ số VIF < 5 và Durbin-Watson = 1,577 cho thấy không có đa cộng tuyến và tự tương quan nghiêm trọng. Mô hình cho phép xác định mức độ đóng góp tương đối của các yếu tố cấu trúc, trải nghiệm, marketing và quản trị đối với hiệu quả tích hợp sản phẩm du lịch trong hệ thống CBT.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Mẫu nghiên cứu gồm 412 du khách tham gia hoạt động du lịch dựa vào cộng đồng (CBT). Nữ giới chiếm 61,5%; nhóm tuổi phổ biến nhất từ 33-42 tuổi. Thu nhập bình quân khoảng 9,55 triệu đồng/tháng và 40,05% có trình độ cao đẳng, đại học, cho thấy cơ cấu khách có mức thu nhập và học vấn tương đối ổn định. Đáng chú ý, 94,17% người trả lời cho biết mua sản phẩm đặc sản chủ yếu để làm quà tặng. Kết quả này phản ánh vai trò biểu trưng và giá trị quan hệ xã hội của đặc sản địa phương, đồng thời cho thấy chức năng lan tỏa bản sắc cộng đồng vượt ra ngoài phạm vi điểm đến.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích EFA được thực hiện nhằm xác định cấu trúc tiềm ẩn của các biến quan sát và kiểm định giá trị hội tụ, giá trị phân biệt của thang đo. Kiểm định Harman cho thấy không tồn tại sai lệch phương pháp chung đáng kể khi không có nhân tố đơn lẻ nào giải thích phần lớn phương sai.

Chỉ số KMO đạt 0,875 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Chi-square = 3.535,705; df = 210; p = 0,001), khẳng định dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố. Kết quả trích bằng Principal Component Analysis với phép quay Varimax xác định năm nhân tố, giải thích 61,5% tổng phương sai. Tất cả các hệ số tải đều lớn hơn 0,599 và không xuất hiện tải chéo đáng kể, bảo đảm độ giá trị của thang đo. Năm nhóm nhân tố được xác lập gồm: Chất lượng và giá trị cảm nhận (PQPV), Liên kết và hợp tác (LC), Hoạt động trải nghiệm (EA), Marketing và truyền thông (MC), và Sự hài lòng của du khách (VS).

Bảng 1. Kiểm định KMO and Bartlett's Test

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)		0,875
Kiểm định Bartlett về tính cầu phương	Giá trị Chi-bình phương xấp xỉ (Approx. Chi-Square)	3.535,705
	Bậc tự do (df)	210
	Mức ý nghĩa thống kê (Sig.)	0,000

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 2. Tổng hợp phương sai trích

Thành phần	Giá trị riêng ban đầu (% phương sai)	Phương sai tích lũy (%)
1	6,720 (32,0%)	32,0%
2	2,426 (11,552%)	43,55%
3	1,452 (6,916%)	50,47%
4	1,266 (6,030%)	56,50%
5	1,052 (5,010%)	61,51%

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Sử dụng phương pháp Principal Component Analysis với phép quay Varimax, năm nhân tố được xác định, giải thích 61,5% tổng phương sai. Tất cả các nhân tố đều có eigenvalue > 1, phù hợp với cấu trúc giả thuyết và mô hình khái niệm

đề xuất. Các biến quan sát có hệ số tải > 0,59 và không xuất hiện tải chéo đáng kể, bảo đảm giá trị hội tụ và phân biệt của thang đo, tạo cơ sở vững chắc cho các phân tích hồi quy tiếp theo.

Bảng 3. Ma trận nhân tố sau xoay (Rotated Component Matrix)

(Chỉ trình bày các hệ số tải nhân tố ≥ 0,5 để đảm bảo tính súc tích)

Biến quan sát	Nhân tố 1 (PQPV)	Nhân tố 2 (LC)	Nhân tố 3 (EA)	Nhân tố 4 (MC)	Nhân tố 5 (VS)
CLCN1 (Hợp tác)	0,683	-	-	-	-
CLCN2	0,695	-	-	-	-
CLCN3	0,688	-	-	-	-
CLCN4	0,746	-	-	-	-
CLCN5	0,757	-	-	-	-
LKHT1 (Tri thức bản địa/ Du lịch)	-	0,847	-	-	-
LKHT2	-	0,750	-	-	-
LKHT3	-	0,840	-	-	-
TN1 (Giao thông)	-	-	-	-	0,728
TN2	-	-	-	-	0,665
TN3	-	-	-	-	0,714
TN4	-	-	-	-	0,689
MTT1 (Marketing/ Công nghệ)	-	-	-	0,610	-
MTT2	-	-	-	0,626	-
MTT3	-	-	-	0,612	-
MTT4	-	-	-	0,643	-
MTT5	-	-	-	0,599	-
HL1 (Chất lượng sản phẩm)	0,745	-	-	-	-
HL2	0,734	-	-	-	-
HL3	0,772	-	-	-	-
HL4	0,691	-	-	-	-

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Ghi chú: CLCN (Liên kết và hợp tác), LKHT (Hoạt động trải nghiệm), TN (Giao thông - logistics), MTT (Marketing - truyền thông), HL (Chất lượng/Giá trị sản phẩm). Các ô trống thể hiện hệ số tải < 0,5.

Kết quả ma trận xoay cho thấy mỗi biến quan sát tải mạnh trên một nhân tố duy nhất, phản ánh tính phân biệt tương đối rõ ràng giữa các cấu trúc. CLCN1-5 tải lên LC; LKHT1-3 tải lên EA; MTT1-5 tải lên MC. Các biến HL1-4 cùng tải với LC, hàm ý PQPV và LC có sự hội tụ thực nghiệm. Nhóm TN có xu hướng tải cùng nhân tố với VS, gợi ý khả năng liên kết giữa điều kiện hạ tầng và sự hài lòng. Các điểm nhân tố (hoặc giá trị trung bình thang đo) được sử dụng làm biến độc lập trong hồi quy đa biến, với biến phụ thuộc là Hiệu quả tiêu thụ sản phẩm và phát triển du lịch làng nghề (EC).

Bảng 4. Tóm tắt mô hình hồi quy (Model Summary)

Mô hình	R	R Square	Adjusted R Square	Sai số chuẩn ước lượng	Durbin-Watson
1	0,793[a]	0,629	0,624	0,41768	1,577

[a]. Biến độc lập: (Constant), HL, LKHT, CLCN, MTT, TN

[b]. Biến phụ thuộc: EC (Hiệu quả tiêu thụ và phát triển du lịch)

Kết quả hồi quy cho thấy hệ số xác định R^2 = 0,629, nghĩa là mô hình giải thích được 62,9% biến thiên của biến phụ thuộc "Hiệu quả tiêu thụ sản phẩm đặc sản và phát triển du lịch dựa vào cộng đồng". Đây là mức độ giải thích tương đối cao trong nghiên cứu khoa học xã hội, phản ánh mức độ phù hợp tốt của mô hình.

Thống kê F chung của mô hình đạt 137,593 (p < 0,001), cho thấy mô hình có ý nghĩa thống kê tổng thể ở mức cao. Giá trị Durbin-Watson bằng 1,577 hàm ý không tồn tại hiện tượng tự tương quan đáng kể trong phần dư, qua đó củng cố độ tin cậy của ước lượng hồi quy.

Bảng 5. Kết quả phân tích phương sai (ANOVA)

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig,
Hồi qui	120,022	5	24,004	137,593	0,001[b]
Phần dư	70,830	406	0,174		
Tổng	190,852	411			

[a]. Biến phụ thuộc: EC

[b]. Biến độc lập: (Constant), HL, LKHT, CLCN, MTT, TN

Bảng ANOVA (Bảng 5) cho thấy mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (Sig. = 0,001), khẳng định tập hợp các biến độc lập có tác động tổng thể có ý nghĩa đến biến phụ thuộc. Điều này hàm ý rằng mô hình được xây dựng có giá trị giải thích đáng tin cậy đối với hiệu quả tiêu thụ sản phẩm đặc sản và phát triển du lịch dựa vào cộng đồng.

Bảng 6. Kết quả ước lượng hệ số hồi quy (Coefficients)

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa (B)	Sai số chuẩn	Hệ số chuẩn hóa (Beta)	Giá trị t	Sig,
(Constant)	-0,314	0,172	-	-1,826	0,039
CLCN (Liên kết & Hợp tác)	0,184	0,047	0,098	2,431	0,015
LKHT (Hoạt động trải nghiệm)	0,082	0,024	0,041	1,344	0,018
TN (Giao thông & Logistics)	0,244	0,044	0,141	5,259	0,001
MTT (Marketing & Truyền thông)	0,303	0,049	0,446	8,700	0,001
HL (Chất lượng & Giá trị sản phẩm)	0,250	0,044	0,242	5,672	0,001

[a]. Biến phụ thuộc: EC

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Kết quả hồi quy cho thấy tất cả các biến độc lập đều có tác động dương và có ý nghĩa thống kê đối với hiệu quả liên kết (EC). Marketing và Truyền thông (MTT) là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất (Beta = 0,446; p < 0,001), khẳng định vai trò trung tâm của thương hiệu tập thể và truyền thông bản sắc trong nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến CBT.

Chất lượng và Giá trị sản phẩm (HL) và Giao thông -Logistics (TN) cũng có tác động tích cực

đáng kể, nhấn mạnh tầm quan trọng của tiêu chuẩn chất lượng và điều kiện hạ tầng trong củng cố niềm tin và khả năng tiếp cận thị trường. Hoạt động trải nghiệm và Liên kết - Hợp tác tuy có mức độ ảnh hưởng thấp hơn nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê, phản ánh vai trò nền tảng của tương tác cộng đồng và điều phối thể chế đối với phát triển bền vững.

Mô hình mở rộng với biến Sự hài lòng (VS) nâng R^2 hiệu chỉnh lên 0,677, củng cố tính vững của kết quả. Tổng thể, tăng cường liên kết sản phẩm - du lịch đòi hỏi chiến lược tích hợp giữa marketing, hạ tầng, chất lượng và quản trị cộng đồng.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu xác nhận rằng hiệu quả liên kết giữa sản phẩm đặc sản địa phương và du lịch dựa vào cộng đồng (CBT) được quyết định bởi tổng hòa các yếu tố marketing - truyền thông, chất lượng sản phẩm, điều kiện hạ tầng giao thông - logistics, mức độ tham gia trải nghiệm và cơ chế liên kết giữa các bên liên quan. Trong đó, marketing - truyền thông thể hiện tác động mạnh nhất, cho thấy năng lực xây dựng thương hiệu tập thể và truyền thông dựa trên bản sắc văn hóa là động lực trung tâm nâng cao hiệu quả tích hợp sản phẩm du lịch. Các yếu tố chất lượng và hạ tầng đóng vai trò bảo đảm niềm tin thị trường và khả năng tiếp cận, trong khi liên kết thể chế và tương tác cộng đồng là nền tảng cho tính bền vững dài hạn.

Từ kết quả thực nghiệm, một số hàm ý chính sách được đề xuất như sau:

Thứ nhất, đối với yếu tố marketing - truyền thông, cần phát triển chiến lược thương hiệu tập thể ở cấp cộng đồng, tăng cường truyền thông số và gắn kết sản phẩm đặc sản với câu chuyện văn hóa địa phương nhằm nâng cao giá trị cảm nhận và khả năng cạnh tranh điểm đến.

Thứ hai, đối với chất lượng và giá trị sản phẩm, cần chuẩn hóa quy trình sản xuất, tăng cường truy xuất nguồn gốc và bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng thống nhất, qua đó củng cố niềm tin của du khách và duy trì giá trị kinh tế dài hạn cho cộng đồng.

Thứ ba, về hạ tầng giao thông - logistics, cần ưu tiên đầu tư nâng cấp kết nối điểm đến CBT với các trung tâm du lịch và thị trường tiêu thụ; đồng thời phát triển hệ thống phân phối và logistics phù hợp với đặc thù sản phẩm nông thôn.

Thứ tư, đối với hoạt động trải nghiệm, cần thiết kế các sản phẩm du lịch mang tính tương tác cao, khuyến khích sự tham gia trực tiếp của du khách vào quy trình sản xuất và sinh hoạt văn hóa, nhằm gia tăng mức độ đắm chìm và giá trị trải nghiệm.

Thứ năm, về liên kết và hợp tác, cần hoàn thiện cơ chế điều phối giữa hộ sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương theo hướng quản trị có sự tham gia, bảo đảm phân bổ lợi ích minh bạch và tăng cường năng lực phối hợp chuỗi giá trị.

Nhìn chung, phát triển bền vững CBT đòi hỏi cách tiếp cận tích hợp giữa năng lực thị trường, điều kiện cấu trúc và cơ chế quản trị cộng đồng, trong đó marketing đóng vai trò động lực trực tiếp, còn phối hợp thể chế và nâng cấp hạ tầng là điều kiện bảo đảm cho quá trình tạo giá trị bao trùm và dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

Bigné, J,E,, Andreu, L, & Gnoth, J. (2005), "The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction," Tourism Management 26(6): 833-844, DOI: 10,1016/j,tourman,2004,05,006.

Brakus, J., Schmitt, B.H. & Zarantonello, L. (2009), "Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Consumer Behavior?" Journal of Marketing 73(3): 52-68.

Hieu, V. M., & Rasovska, I. (2017), Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam. Management, 21(1), 223-236.

Loureiro, S,M,C, & Kastenholz, E. (2011), "Corporate Reputation, Satisfaction, Delight, and Loyalty towards Rural Lodging Units in Portugal," International Journal of Hospitality Management 30(3): 575-583, DOI: 10,1016/j,ijhm,2010,10,007.

Nam, V. Q., & Thien, T. C. (2019), Factors affecting tourist satisfaction with traditional craft tea villages in Thai Nguyen province. Journal of Economics and Development, 21, 153-167.

Porter, M, E, (1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, New York: Free Press.

Prayag, G,, Hosany, S,, Muskat, B, & Del Chiappa, G, (2017), "Understanding the Relationships between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend," Journal of Travel Research 56(1): 41-54, DOI: 10,1177/0047287515620567.

Sánchez-Rebull, María Victoria, Veronika Rudchenko, and Juan Carlos Martín (2018), "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction in Tourism: A Systematic Literature Review." Tourism and Hospitality Management 24(1):151-83.

Su, M,M, & Wall, G. (2014), "Community Participation in Tourism at a World Heritage Site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China," International Journal of Tourism Research 16(2): 146-156, DOI: 10,1002/jtr,1909.

Vũ Quỳnh Nam và Trần Chí Thiện (2025), Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm ruốc tôm hạ long mang thương hiệu tập thể: bằng chứng từ các đô thị lớn ở miền Bắc Việt Nam, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 207/2025, tr91-103, doi: https://doi.org/10.54404/JTS.2025.207V.07.

Wang, L,, Cheng, S,, Zhong, L,, Mu, S,L,, G,C, Dhruba, B, & Ren, G. (2013), "Rural Tourism Development in China: Principles, Models and the Future," Journal of Mountain Science 10(1): 116-129, DOI: 10,1007/s11629-013-2501-3.

Wang, Y, & Xiang, Z. (2007), "Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing," Journal of Travel Research 46(1): 75-85, DOI: 10,1177/0047287507302384.

SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỨ BẬC (AHP) ĐỂ ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH MICE CỦA NGHỆ AN

TS. Nguyễn Thị Quỳnh Hương*

Bài viết này sử dụng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) để định lượng hóa mức độ quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến tiềm năng phát triển du lịch MICE tại tỉnh Nghệ An. Hệ thống tiêu chí đánh giá được xây dựng dựa trên tổng quan lý thuyết và tham vấn chuyên gia, bao gồm 05 nhóm nhân tố chính: Tài nguyên du lịch; Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật; Nguồn nhân lực; Chính sách đầu tư; và Quản lý điểm đến. Dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát 15 chuyên gia đầu ngành và được xử lý bằng phần mềm Expert Choice 11.5. Kết quả thực nghiệm cho thấy "Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật" là nhân tố quyết định hàng đầu (trọng số 0.352), tiếp sau là "Quản lý điểm đến" (0.255). Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các hàm ý quản trị nhằm tối ưu hóa chiến lược phát triển du lịch MICE cho Nghệ An trong thời gian tới.

• Từ khóa: *du lịch MICE, Nghệ An, phương pháp AHP, quản lý điểm đến.*

This article uses the Analytical Hierarchy Process (AHP) method to quantify the importance of factors influencing the potential for MICE tourism development in Nghe An province. The evaluation criteria system is built based on theoretical overviews and expert consultations, including five main groups of factors: Tourism resources; Infrastructure and technical facilities; Human resources; Investment policies; and Destination management. Data was collected through surveys of 15 leading experts and processed using Expert Choice 11.5 software. The empirical results show that "Infrastructure and technical facilities" is the leading determining factor (weight 0.352), followed by "Destination management" (0.255). Based on this, the article proposes management implications to optimize the MICE tourism development strategy for Nghe An in the future.

• Key words: *IMICE tourism, Nghe An, AHP method, destination management.*

Ngày nhận bài: 22/01/2026
Ngày gửi phản biện: 15/02/2026
Ngày duyệt đăng: 13/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.62

1. Giới thiệu

Du lịch MICE là loại hình du lịch kết hợp hội thảo, hội nghị, khen thưởng và sự kiện/triển lãm, thường dành cho khách doanh nghiệp, đối tác với quy mô lớn và tiêu chuẩn cao (4-5 sao). Đây là sự kết hợp giữa công việc, học hỏi, và nghỉ dưỡng, giúp tăng hiệu quả công việc và gắn kết mối quan hệ, mang lại giá trị cao (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) ngày càng khẳng định vai trò là một phân khúc quan trọng trong ngành du lịch toàn cầu. Du lịch MICE không chỉ mang lại nguồn doanh thu đáng kể, mà còn thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, tạo việc làm, thu hút đầu tư và nâng cao hình ảnh điểm đến (Weber & Chon, 2002). Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng và sự phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch sau đại dịch COVID-19, du lịch MICE tiếp tục được xem là động lực tăng trưởng quan trọng, đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam (Dwyer & Forsyth, 2008; Rogers, 2013). Việt Nam, với vị trí địa lý thuận lợi, nền văn hóa đa dạng và sự phát triển mạnh mẽ của cơ sở hạ tầng, đang dần trở thành điểm đến hấp dẫn cho du lịch MICE trong khu vực Đông Nam Á (Nguyễn Văn Lưu, 2015). Tuy nhiên, tiềm năng này vẫn chưa được khai thác một cách đồng đều và hiệu quả trên cả nước, đặc biệt tại các tỉnh ven biển miền Trung, nơi sở hữu nhiều lợi thế về tài nguyên du lịch nhưng còn hạn chế về cơ sở hạ tầng và năng lực quản lý du lịch MICE (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2020).

Nghệ An, một tỉnh ven biển thuộc khu vực Bắc Trung Bộ Việt Nam, nổi tiếng với bờ biển dài, nhiều bãi biển đẹp, di tích lịch sử văn hóa phong phú và các khu sinh thái đa dạng. Theo đó, Nghệ

* *Đại học Thương mại*

An được đánh giá là điểm đến giàu tiềm năng để phát triển nhiều loại hình du lịch, từ du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa lịch sử đến du lịch cộng đồng. Trong những năm gần đây, ngành Du lịch Nghệ An đã có những bước phát triển đáng kể, thu hút lượng khách du lịch ngày càng tăng và đóng góp tích cực vào kinh tế địa phương. Tuy nhiên, so với tiềm năng vốn có, du lịch Nghệ An vẫn chưa phát triển tương xứng, đặc biệt là phân khúc du lịch MICE. Mặc dù có một số cơ sở vật chất có thể đáp ứng nhu cầu tổ chức sự kiện, nhưng quy mô và chất lượng còn hạn chế, chưa đủ sức cạnh tranh với các trung tâm du lịch MICE lớn trong nước và khu vực. Để khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, việc phát triển du lịch MICE tại Nghệ An là một hướng đi chiến lược, góp phần nâng cao vị thế du lịch của tỉnh và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững.

Bài viết này tập trung nghiên cứu đánh giá tiềm năng phát triển du lịch MICE của Nghệ An với mục tiêu chính của nghiên cứu là xác định và sắp xếp thứ tự ưu tiên các yếu tố ảnh hưởng đến tiềm năng phát triển du lịch MICE của tỉnh, sử dụng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP). Kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp cơ sở khoa học cho việc hoạch định chính sách và xây dựng chiến lược phát triển du lịch MICE phù hợp với điều kiện thực tế của Nghệ An. Nghiên cứu này góp phần vào hệ thống lý thuyết về đánh giá tiềm năng du lịch MICE, đồng thời mang lại giá trị thực tiễn cho các nhà quản lý, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong việc khai thác và phát triển du lịch MICE tại Nghệ An một cách hiệu quả và bền vững.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan tài liệu

2.1. Bản chất và đặc thù của du lịch MICE

Du lịch MICE được định nghĩa là một hệ sinh thái dịch vụ phức hợp, bao gồm các hoạt động hội họp, khen thưởng, hội nghị và triển lãm (Davidson & Cope, 2003). Khác với du lịch thuần túy, MICE mang tính chất của một ngành công nghiệp sự kiện, đòi hỏi sự tích hợp chặt chẽ giữa hạ tầng lưu trú, vận chuyển và các dịch vụ bổ trợ chuyên biệt (Shone & Parry, 2004). Đặc thù của thị trường này nằm ở đối tượng khách hàng tổ chức (B2B) với yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn dịch vụ và khả năng đáp ứng các kịch bản sự kiện đa dạng. Ở góc độ phát triển điểm đến, MICE không chỉ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế và việc làm mà còn là công cụ chiến lược để định vị thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia (Oppermann & Chon, 1997).

2.2. Đánh giá tiềm năng phát triển du lịch

Đánh giá tiềm năng là quá trình phân tích đa chiều các nguồn lực nội tại và bối cảnh ngoại vi nhằm xác định khả năng phát triển bền vững của một điểm đến (Crouch & Ritchie, 1999). Hệ thống các nhân tố cấu thành tiềm năng du lịch thường bao gồm: tài nguyên (tự nhiên và văn hóa), hạ tầng kỹ thuật, nguồn nhân lực, thể chế chính sách và năng lực quản trị (Kozak & Andreu, 2013). Các nghiên cứu thực nghiệm về MICE thường ưu tiên tiếp cận theo hướng phân tích đa tiêu chí, tập trung vào sự tương tác giữa cơ sở hạ tầng chuyên dụng và môi trường chính sách để dự báo khả năng thu hút đầu tư và khách hàng (Lee & King, 2009; Getz & Page, 2016).

2.3. Phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) trong ra quyết định

Phương pháp AHP (Saaty, 2008) là mô hình ra quyết định đa tiêu chí (MCDM) cho phép cấu trúc hóa các vấn đề phức tạp thành một hệ thống thứ bậc logic. Ưu điểm cốt lõi của AHP là khả năng định lượng hóa các nhận định định tính của chuyên gia thông qua ma trận so sánh cặp, giúp giảm thiểu tính chủ quan trong đánh giá (Chan et al., 2005). Quy trình AHP được thực hiện qua 05 giai đoạn: (1) Thiết lập cấu trúc thứ bậc; (2) Xây dựng ma trận so sánh cặp dựa trên thang đo 9 mức; (3) Xác định vector trọng số; (4) Kiểm định tỷ số nhất quán (CR < 0.1); và (5) Tổng hợp kết quả để đưa ra thứ tự ưu tiên. Trong nghiên cứu du lịch, AHP được xem là công cụ tối ưu để xác định các ưu tiên chiến lược và tối ưu hóa nguồn lực đầu tư.

2.4. Khung phân tích tiềm năng du lịch MICE tại Nghệ An

Nghiên cứu này vận dụng AHP để đánh giá tiềm năng du lịch MICE của Nghệ An dựa trên sự kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn địa phương. Hệ thống biến số được xác lập bao gồm 05 nhóm nhân tố chính: (1) Tài nguyên du lịch (nền tảng khai thác); (2) Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật (năng lực cung ứng); (3) Nguồn nhân lực (chất lượng vận hành); (4) Chính sách đầu tư (động lực thúc đẩy); và (5) Quản lý điểm đến (hiệu quả điều phối). Các nhân tố này được sắp xếp theo trình tự logic của chuỗi giá trị du lịch, từ các nguồn lực đầu vào đến các yếu tố quản trị đầu ra, nhằm xác

định các vị thế và cơ hội phát triển của du lịch MICE Nghệ An.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu vận dụng phương pháp hỗn hợp qua hai giai đoạn: (1) Định tính: Lược khảo tài liệu và tham vấn chuyên gia để xác lập hệ thống tiêu chí đánh giá; (2) Định lượng: Sử dụng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) để trọng số hóa các nhân tố. Đối tượng khảo sát gồm 15 chuyên gia đầu ngành được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu mục đích nhằm đảm bảo tính chuyên sâu và khách quan.

Công cụ thu thập dữ liệu là bảng hỏi AHP thiết kế theo thang đo so sánh cặp 9 mức của Saaty (1977). Quá trình khảo sát được thực hiện trực tiếp và qua email trong vòng 04 tuần từ tháng 3 năm 2025 đến tháng 4 năm 2025. Dữ liệu sau đó được xử lý bằng phần mềm Expert Choice 11.5 theo quy trình chuẩn:

- Tổng hợp ma trận so sánh cặp từ ý kiến chuyên gia bằng phương pháp trung bình nhân để đảm bảo tính đại diện nhóm.

- Tính toán vector trọng số bằng phương pháp Eigenvector nhằm xác định mức độ ưu tiên của từng tiêu chí.

- Kiểm định chỉ số nhất quán (Consistency Ratio - CR). Kết quả chỉ được chấp nhận khi CR < 0.1, đảm bảo các đánh giá không mang tính ngẫu nhiên.

- Thực hiện phân tích độ nhạy (Sensitivity Analysis) để kiểm chứng tính vững chắc của kết quả khi các trọng số thành phần thay đổi. Bảng 1 minh họa ma trận so sánh cặp, trong đó chuyên gia so sánh mức độ quan trọng giữa các yếu tố.

Bảng 1. Ma trận so sánh cặp cho các yếu tố đánh giá tiềm năng du lịch MICE của Nghệ An

Nhân tố	C1	C2	C3	C4	C5
C1. Tài nguyên du lịch	1	1/3	2	3	1/2
C2. Cơ sở hạ tầng và VCKT	3	1	5	7	4
C3. Nguồn nhân lực du lịch	1/2	1/5	1	2	1/3
C4. Chính sách đầu tư	1/3	1/7	1/2	1	1/5
C5. Quản lý điểm đến	2	1/4	3	5	1

"Các giá trị trong ma trận được xác định dựa trên thang đo 9 mức của Saaty (1977), trong đó 1 biểu thị mức độ quan trọng ngang nhau và 9 biểu thị mức độ quan trọng tuyệt đối".

Chỉ số nhất quán: λmax = 5.312; CI = 0.078; RI = 1.12; CR = 0.07 (CR<0.1CR đạt yêu cầu)

Nguồn: Dữ liệu khảo sát chuyên gia, phân tích và tổng hợp dựa trên phương pháp AHP

Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm Expert Choice 11.5, sử dụng phương pháp trung bình nhân để tổng hợp ma trận so sánh cặp từ nhóm chuyên gia. Trọng số các nhân tố được xác định qua phương pháp Eigenvector, với điều kiện kiểm định hệ số nhất quán CR < 0.1 nhằm đảm bảo tính logic và độ tin cậy của mô hình. Cuối cùng, phân tích độ nhạy được thực hiện để kiểm chứng tính vững chắc và sự ổn định của kết quả xếp hạng trước các biến động về trọng số thành phần.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả mẫu chuyên gia

Mẫu chuyên gia gồm 15 người, có kinh nghiệm trung bình trong ngành Du lịch 12 năm. Trong đó, 3 chuyên gia đến từ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; 2 chuyên gia từ hiệp hội du lịch; 5 chuyên gia từ doanh nghiệp du lịch; 3 chuyên gia từ cơ sở đào tạo du lịch và 2 chuyên gia từ tổ chức nghiên cứu về du lịch. Thành phần của mẫu chuyên gia được đánh giá là đa dạng, đại diện cho các bên liên quan chính trong lĩnh vực du lịch và MICE tại Việt Nam, đảm bảo tính khách quan và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

4.2. Kết quả phân tích AHP

Kết quả phân tích AHP cho thấy hệ số nhất quán (CR) của tất cả các ma trận so sánh cặp của từng chuyên gia và ma trận tổng hợp nhóm đều nhỏ hơn 0.1 (CR = 0.07), điều này chứng tỏ mức độ nhất quán trong đánh giá của chuyên gia là chấp nhận được và kết quả AHP có thể được sử dụng để đưa ra kết luận. Bảng 2 trình bày trọng số và thứ hạng của các yếu tố đánh giá tiềm năng du lịch MICE của Nghệ An theo kết quả phân tích AHP.

Bảng 2. Trọng số và thứ hạng các yếu tố đánh giá tiềm năng du lịch MICE của Nghệ An

Yếu tố	Trọng số	Thứ hạng
Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch	0.352	1
Quản lý điểm đến	0.255	2
Tài nguyên du lịch	0.201	3
Nguồn nhân lực du lịch	0.118	4
Chính sách đầu tư và phát triển du lịch	0.074	5
Tổng cộng	**1.000**	

Nguồn: Kết quả phân tích AHP từ dữ liệu khảo sát chuyên gia

Với trọng số cao nhất (0.352), "Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật" được xác định là nhân tố quyết định hàng đầu trong hệ thống tiêu chí đánh giá. Kết quả này phản ánh thực trạng du lịch MICE tại Nghệ An, việc thiếu hụt các trung tâm hội nghị quy mô quốc tế và hệ thống lưu trú cao cấp đang là hạn chế cản trở việc tiếp cận các thị trường khách chi tiêu cao. Theo nhận định của các chuyên gia, việc ưu tiên nâng cấp hạ tầng không chỉ là yêu cầu cấp thiết mà còn là nền tảng tạo lập năng lực cung ứng, giúp địa phương đủ sức cạnh tranh và đáp

ứng các tiêu chuẩn của thị trường sự kiện chuyên nghiệp.

Xếp vị trí thứ hai, nhân tố "Quản lý điểm đến" (0.255) khẳng định vai trò then chốt của hiệu quả quản trị trong việc vận hành chuỗi cung ứng MICE. Điều này cho thấy, bên cạnh hạ tầng, khả năng phối hợp đa bên, chiến lược định vị thương hiệu và công tác đảm bảo an ninh là những thành tố cốt lõi tạo nên sức hấp dẫn của điểm đến. Đối với Nghệ An, việc chuyên nghiệp hóa công tác xúc tiến và quản lý chất lượng dịch vụ đồng bộ là lộ trình tất yếu để xây dựng một môi trường du lịch MICE thân thiện và có tính cạnh tranh cao.

"Tài nguyên du lịch" chỉ xếp ở vị trí thứ ba (0.201) dù được xác định là thế mạnh truyền thống của tỉnh. Kết quả này minh chứng cho đặc thù của loại hình du lịch MICE: lợi thế so sánh về tài nguyên thiên nhiên không đồng nhất với lợi thế cạnh tranh về dịch vụ sự kiện. Tuy nhiên, hệ thống di sản văn hóa và sinh thái phong phú của Nghệ An vẫn đóng vai trò là giá trị gia tăng quan trọng, giúp đa dạng hóa các sản phẩm hậu cần và tạo ra bản sắc riêng biệt cho điểm đến, từ đó thu hút phân khúc khách hàng mong muốn kết hợp công vụ với trải nghiệm văn hóa.

Nhân tố "Nguồn nhân lực" (0.118) giữ vai trò then chốt trong việc duy trì và nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ. Mặc dù xếp thứ tư về mức độ ưu tiên, nhưng năng lực thực thi của đội ngũ nhân sự chuyên trách, từ kỹ năng điều hành sự kiện đến trình độ ngoại ngữ chính là biến số quyết định mức độ hài lòng và tỷ lệ quay lại của khách hàng. Việc đầu tư vào các chương trình đào tạo chuyên sâu là giải pháp bắt buộc để Nghệ An thu hẹp khoảng cách về chất lượng dịch vụ so với các trung tâm du lịch lớn trong khu vực.

Cuối cùng, "Chính sách đầu tư và phát triển" (0.074) được nhìn nhận là động lực hỗ trợ trong dài hạn. Trọng số thấp nhất không hàm ý chính sách ít quan trọng, mà phản ánh quan điểm của chuyên gia về việc các khung hành lang pháp lý hiện tại cần được cụ thể hóa bằng các hành động thực thi hạ tầng và quản trị trực tiếp. Trong tương lai, các chính sách ưu đãi thuế và quy hoạch rõ ràng sẽ đóng vai trò khai thông các nguồn lực xã hội hóa, tạo đà cho sự phát triển bền vững của hệ sinh thái du lịch MICE tại địa phương.

4.3. Phân tích độ nhạy

Phân tích độ nhạy cho thấy kết quả xếp hạng các yếu tố khá ổn định. Khi thay đổi trọng số của yếu tố "Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch" lên hoặc xuống một mức độ nhất định, thứ hạng của yếu tố này vẫn không thay đổi, luôn giữ vị trí quan trọng nhất. Các yếu tố khác cũng không có sự thay đổi lớn về thứ hạng khi trọng số của các yếu tố khác thay đổi. Điều này cho thấy kết quả phân tích AHP khá tin cậy và ổn định, phản ánh đúng nhận định của các chuyên gia về mức độ quan trọng tương đối của các yếu tố đánh giá tiềm năng du lịch MICE của Nghệ An.

5. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy *"Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch"* là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc phát triển du lịch MICE tại Nghệ An, điều này hoàn toàn phù hợp với thực tế phát triển du lịch MICE ở nhiều nơi trên thế giới và Việt Nam. Để thu hút khách hàng MICE, điểm đến cần có cơ sở vật chất hiện đại, đáp ứng được các yêu cầu về hội nghị, hội thảo, triển lãm và các sự kiện lớn. Các nghiên cứu trước đây cũng đã chỉ ra rằng cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật là yếu tố then chốt để phát triển du lịch MICE (Oppermann & Chon, 1997; Rogers, 2013). Nghệ An hiện đang thiếu các cơ sở vật chất MICE đạt tiêu chuẩn quốc tế, đây là một trong những rào cản lớn nhất để phát triển loại hình du lịch này. Do đó, việc ưu tiên đầu tư và nâng cấp cơ sở hạ tầng MICE là một giải pháp cấp bách và cần thiết.

Yếu tố *"Quản lý điểm* đến" xếp thứ hai, điều này nhấn mạnh vai trò quan trọng của công tác quản lý trong việc phát triển du lịch MICE. Quản lý điểm đến hiệu quả không chỉ giúp thu hút khách hàng mà còn tạo ra trải nghiệm du lịch tốt, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và đảm bảo sự phát triển bền vững của du lịch MICE. Các nghiên cứu về quản lý điểm đến du lịch MICE cũng đã chỉ ra rằng quản lý điểm đến chuyên nghiệp, chiến lược marketing hiệu quả, và sự phối hợp giữa các bên liên quan là những yếu tố quyết định sự thành công của một điểm đến du lịch MICE (Weber & Chon, 2002; Shone & Parry, 2004). Nghệ An cần học hỏi kinh nghiệm từ các điểm đến du lịch MICE thành công trong nước và quốc tế để xây dựng mô hình quản lý điểm đến du lịch MICE hiệu quả, phù hợp với điều kiện đặc thù của tỉnh.

"Tài nguyên du lịch" xếp thứ ba, tuy không phải yếu tố quan trọng nhất nhưng vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự hấp dẫn và khác biệt cho điểm đến du lịch MICE. Nghệ An có lợi thế về tài nguyên du lịch đa dạng, đây là cơ

sở để phát triển các sản phẩm du lịch MICE độc đáo, kết hợp giữa du lịch công vụ và du lịch nghỉ dưỡng, khám phá văn hóa, trải nghiệm thiên nhiên. Việc khai thác và phát huy giá trị tài nguyên du lịch trong phát triển du lịch MICE là một hướng đi tiềm năng của Nghệ An.

"Nguồn nhân lực du lịch" và *"Chính sách đầu tư và phát triển du lịch"* cũng là những yếu tố quan trọng, mặc dù được đánh giá có trọng số thấp hơn. Để phát triển du lịch MICE bền vững, Nghệ An cần đồng thời chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao và xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư và phát triển du lịch MICE phù hợp.

Từ các kết quả nghiên cứu trên, hàm ý chính sách được thể hiện cụ thể sau:

Kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa quan trọng trong việc hoạch định chính sách và xây dựng chiến lược phát triển du lịch MICE cho Nghệ An. Trên cơ sở kết quả phân tích AHP, có thể đưa ra một số khuyến nghị chính sách:

***Thứ nhất*,** cần ưu tiên đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch MICE: Tỉnh Nghệ An cần tập trung nguồn lực đầu tư để nâng cấp và xây dựng mới các cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch MICE, bao gồm trung tâm hội nghị triển lãm quy mô lớn, khách sạn cao cấp đạt tiêu chuẩn MICE, hệ thống giao thông kết nối thuận tiện, và các dịch vụ hỗ trợ đồng bộ.

***Thứ hai*,** cần tăng cường năng lực quản lý điểm đến du lịch MICE: Cần xây dựng chiến lược marketing và xúc tiến du lịch MICE chuyên nghiệp, quảng bá hình ảnh điểm đến, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn và vệ sinh môi trường du lịch, và tăng cường sự phối hợp giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch MICE.

Thứ ba, khai thác và phát triển tài nguyên du lịch đặc trưng cho du lịch MICE: Cần tận dụng lợi thế về tài nguyên du lịch đa dạng của Nghệ An để phát triển các sản phẩm du lịch MICE độc đáo, kết hợp du lịch công vụ với du lịch nghỉ dưỡng, khám phá văn hóa, trải nghiệm thiên nhiên, tạo sự khác biệt và thu hút khách hàng MICE.

***Thứ tư*,** phát triển nguồn nhân lực du lịch MICE chất lượng cao: Cần chú trọng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, có kỹ năng chuyên môn, ngoại ngữ, và thái độ phục vụ tốt, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường du lịch MICE.

***Thứ năm*,** xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư và phát triển du lịch MICE: Cần ban hành các chính sách ưu đãi đầu tư, hỗ trợ thuế, quy hoạch phát triển du lịch MICE rõ ràng và tạo môi trường đầu tư thuận lợi để thu hút doanh nghiệp đầu tư vào phát triển du lịch MICE tại Nghệ An.

Kết luận

Nghiên cứu này đã đánh giá tiềm năng phát triển du lịch MICE của Nghệ An bằng phương pháp phân tích thứ bậc (AHP) thông qua tham vấn 15 chuyên gia. Kết quả nghiên cứu cho thấy "Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch" là yếu tố quan trọng nhất, tiếp theo là "Quản lý điểm đến", "Tài nguyên du lịch", "Nguồn nhân lực du lịch" và "Chính sách đầu tư và phát triển du lịch". Kết quả này cung cấp cơ sở khoa học cho việc hoạch định chính sách và xây dựng chiến lược phát triển du lịch MICE tại Nghệ An. Để khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch MICE, Nghệ An cần ưu tiên đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật du lịch, tăng cường năng lực quản lý điểm đến, khai thác tài nguyên du lịch đặc trưng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và xây dựng chính sách hỗ trợ phù hợp. Nghiên cứu này góp phần vào hệ thống lý thuyết về đánh giá tiềm năng du lịch MICE và mang lại giá trị thực tiễn cho việc phát triển du lịch MICE bền vững tại Nghệ An, đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Nghệ An nói riêng và ngành du lịch Việt Nam nói chung.

Tài liệu tham khảo:

Chan, F. T. S., Wong, E. K., & Chan, L. Y. (2005). A case-based study on the use of an AHP-based decision support system for supplier selection. International Journal of Production Economics, 96(1), 1–18.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of Business Research, 44(3), 137–152.

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (2020). Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2019. NXB Lao Động.

Davidson, R., & Cope, B. (2003). Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. Pearson Education.

Dwyer, L., & Forsyth, P. (2008). International Handbook on the Economics of Tourism. Edward Elgar Publishing.

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events (3rd ed.). Routledge.

Kozak, M., & Andreu, L. (2013). Progress in Tourism Marketing. Elsevier.

Lee, S. H., & King, B. E. (2009). A review of convention and exhibition management research, 1991-2007: Identifying emerging trends. Journal of Convention & Event Tourism, 10(3), 160–182.

Nguyễn Văn Lưu. (2015). Giáo trình Quy hoạch du lịch. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

Oppermann, M., & Chon, K. S. (1997). Convention participation decision-making process. Annals of Tourism Research, 24(1), 178–191.

Rogers, T. (2013). Conferences and Conventions: A Global Industry (3rd ed.). Routledge.

Saaty, T. L. (1977). A scaling method for priorities in hierarchical structures. Journal of Mathematical Psychology, 15(3), 234–281.

Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. International Journal of Services Sciences, 1(1), 83–98.

Shone, A., & Parry, B. (2004). Successful Event Management: A Practical Handbook. Cengage Learning EMEA.

Weber, K., & Chon, K. S. (2002). Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives. Haworth Hospitality Press.

NIỀM TIN VÀ RỦI RO CẢM NHẬN - HAI CỰC ẢNH HƯỞNG QUYẾT ĐỊNH ĐẾN Ý ĐỊNH MUA HÀNG XUYÊN BIÊN GIỚI TRỰC TUYẾN TẠI THỊ TRƯỜNG ĐANG PHÁT TRIỂN

ThS. Hoàng Mai Phương* - ThS. Bùi Như Hiển*

Nghiên cứu này phân tích vai trò của niềm tin (TR) và rủi ro cảm nhận (PR) là hai yếu tố tâm lý đối lập trong việc quyết định ý định mua hàng xuyên biên giới (CPI) trên nền tảng thương mại điện tử tại tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam. Dựa trên bộ dữ liệu khảo sát 342 người tiêu dùng và phân tích hồi quy OLS tích hợp mô hình TAM và TPB, kết quả chỉ ra rằng niềm tin là nhân tố tác động mạnh nhất (β = 0,286), trong khi rủi ro cảm nhận là rào cản lớn nhất (β = -0,219) với điểm trung bình cao nhất toàn mô hình (Mean = 3,78/5). Sự chênh lệch giữa tỷ lệ thực mua (29,5%) và tỷ lệ có ý định mua (43,3%) làm nổi bật trạng thái tâm lý 'muốn mua nhưng còn sợ' đặc trưng của thị trường tỉnh. Mối tương quan nghịch chiều TR-PR (r = -0,387) xác nhận cặp biến này vận hành như một cơ chế bù trừ, đòi hỏi can thiệp đồng thời. Mô hình giải thích 63,4% phương sai của CPI, cung cấp cơ sở thực nghiệm cho các chiến lược phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới tại thị trường tỉnh đang phát triển.

• Từ khóa: *niềm tin; rủi ro cảm nhận; ý định mua hàng; thương mại điện tử xuyên biên giới; thị trường tỉnh Việt Nam; TAM; TPB.*

This study examines the roles of trust (TR) and perceived risk (PR) are two opposing psychological forces in determining cross-border e-commerce purchase intention (CPI) in Thai Nguyen Province, Vietnam. Drawing on a survey of 342 consumers and OLS regression analysis integrating TAM and TPB frameworks, findings reveal that trust is the strongest positive driver (β = 0.286) while perceived risk constitutes the most significant barrier (β = -0.219), exhibiting the highest mean score across all constructs (Mean = 3.78/5). The gap between actual purchase rate (29.5%) and purchase intention rate (43.3%) highlights a characteristic 'willing but fearful' psychological state unique to provincial markets. The inverse TR-PR correlation (r = -0.387) confirms that these constructs operate as a compensatory mechanism requiring simultaneous intervention. The model explains 63.4% of CPI variance, providing an empirical foundation for cross-border e-commerce development strategies in emerging provincial markets.

• Key words: *trust; perceived risk; purchase intention; cross-border e-commerce; provincial market; TAM; TPB.*

Ngày nhận bài: 22/01/2026
Ngày gửi phản biện: 15/02/2026
Ngày duyệt đăng: 13/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.63

1. Giới thiệu

Thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) đang trở thành một trong những lực lượng tăng trưởng quan trọng nhất của kinh tế số toàn cầu. Dự báo đến năm 2030, quy mô thị trường này có thể vượt ngưỡng 1 nghìn tỷ USD, phản ánh sự thay đổi cấu trúc sâu sắc trong hành vi tiêu dùng trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, xu hướng mua sắm quốc tế qua các nền tảng như Shopee, Lazada, AliExpress và Amazon ngày càng mở rộng, đặc biệt sau giai đoạn đại dịch COVID-19 khi thói quen tiêu dùng số được thiết lập vững chắc hơn.

Trong khi phần lớn nghiên cứu hiện có tập trung vào các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, các thị trường tỉnh đang phát triển như Thái Nguyên với tốc độ chuyển đổi số nhanh nhưng năng lực số còn hạn chế lại ít được quan tâm trong tài liệu học thuật. Đây là khoảng trống nghiên cứu đáng chú ý, bởi các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng tại thị trường tỉnh có thể khác biệt đáng kể so với các đô thị trung tâm do đặc thù về hạ tầng, kinh nghiệm người dùng và mức độ phổ cập thông tin.

Nghiên cứu này tập trung vào một hiện tượng nổi bật được phát hiện qua khảo sát thực địa tại Thái Nguyên: sự tồn tại của một khoảng cách đáng kể giữa ý định mua hàng xuyên biên giới (43,3% người được khảo sát bày tỏ ý định) và tỷ lệ thực tế đã mua (29,5%), thấp hơn đáng kể so với mức bình quân cả nước (khoảng 45%). Câu hỏi cốt lõi đặt ra là: điều gì ngăn "ý định" chuyển thành "hành vi" tại thị trường này?

** Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên; email: maiphuong@tueba.edu.vn*

Dựa trên kết quả hồi quy từ mẫu 342 người tiêu dùng, bài báo này lập luận rằng niềm tin (TR) và rủi ro cảm nhận (PR) là hai cực tâm lý đối lập, vận hành như một cơ chế bù trừ trong quá trình ra quyết định mua hàng xuyên biên giới. "Niềm tin" với β = 0,286 là nhân tố có tác động tích cực mạnh nhất, trong khi "Rủi ro cảm nhận" với β = -0,219 và điểm trung bình cao nhất toàn mô hình (Mean = 3,78/5) là rào cản chủ yếu kìm hãm ý định. Mối tương quan nghịch chiều mạnh giữa hai biến (r = -0,387) cho thấy chúng không thể được quản lý độc lập mà phải được xử lý như một hệ thống.

Bài báo đóng góp ba điểm mới vào tài liệu học thuật: (1) cung cấp bằng chứng thực nghiệm về cơ chế 'bù trừ' TR-PR trong bối cảnh thị trường tỉnh đang phát triển tại Việt Nam; (2) định lượng khoảng cách ý định-hành vi và liên kết nó với trạng thái tâm lý rủi ro cao đặc trưng của thị trường tỉnh; (3) đề xuất khung can thiệp chính sách dựa trên mô hình 'niềm tin-rủi ro-ý định› phù hợp với đặc thù địa phương.

2. Cơ sở lý luận và phát triển giả thuyết

Nghiên cứu này được xây dựng trên nền tảng của ba mô hình lý thuyết bổ trợ nhau. Mô hình Chấp nhận Công nghệ - TAM (Davis, 1989) cung cấp khung giải thích cho nhận thức tính hữu ích (PU) và nhận thức dễ sử dụng (PEOU). Lý thuyết Hành vi có Kế hoạch (TPB, Ajzen, 1991) bổ sung chiều cạnh ảnh hưởng xã hội (SI) và nhận thức kiểm soát hành vi (PBC). Hai lý thuyết này được mở rộng bởi nghiên cứu của Pavlou (2003) để tích hợp niềm tin (TR) và rủi ro cảm nhận (PR) vào bối cảnh thương mại điện tử đặc biệt quan trọng trong môi trường giao dịch thiếu tiếp xúc vật lý.

Trong bối cảnh TMĐTXBG, sự thiếu vắng của cơ chế kiểm tra trực tiếp hàng hóa và sự bất cân xứng thông tin giữa người mua và người bán quốc tế làm cho niềm tin và rủi ro cảm nhận trở nên đặc biệt quan trọng, vượt qua mức độ ảnh hưởng trong thương mại điện tử nội địa thông thường (Wang et al., 2023).

Niềm tin trong thương mại điện tử được Pavlou (2003) phân tích thành ba chiều: niềm tin vào năng lực, sự trung thực, và thiện chí của nhà bán hàng và nền tảng. Kim et al. (2008) bổ sung chiều thứ tư là tin tưởng vào cơ chế kiểm soát thể chế. Trong môi trường xuyên biên giới, khoảng cách địa lý và sự khác biệt pháp lý gia tăng độ phức tạp của niềm tin, biến nó thành yếu tố then chốt nhất quyết định hành vi giao dịch (Chuang & Chuang, 2023).

Giả thuyết H1: *Niềm tin (TR) có tác động cùng chiều đến ý định mua hàng xuyên biên giới (CPI).*

Pavlou (2003) định nghĩa rủi ro cảm nhận là kỳ vọng chủ quan của người tiêu dùng về khả năng xảy ra kết quả tiêu cực từ giao dịch trực tuyến. Trong TMĐTXBG, Bianchi và Andrews (2012) xác định bốn loại rủi ro đặc thù: tài chính, hiệu suất sản phẩm, bảo mật thông tin và vận chuyển quốc tế. Điểm đặc biệt của rủi ro cảm nhận trong bối cảnh tỉnh là nó không chỉ phản ánh rủi ro khách quan mà còn bị khuếch đại bởi thiếu kinh nghiệm giao dịch và thông tin không đầy đủ về nhà bán hàng nước ngoài.

Giả thuyết H2: *Rủi ro cảm nhận (PR) có tác động ngược chiều đến ý định mua hàng xuyên biên giới (CPI).*

Nghiên cứu của Kim et al. (2008) và Pavlou (2003) đều chỉ ra mối quan hệ nghịch chiều giữa niềm tin và rủi ro cảm nhận: khi niềm tin vào nền tảng tăng lên, người tiêu dùng có xu hướng đánh giá thấp hơn các rủi ro tiềm tàng. Đây không phải là mối quan hệ nhân quả trực tiếp mà là cơ chế tâm lý bù trừ, trong đó niềm tin hoạt động như một 'tấm đệm' giảm thiểu tác động tiêu cực của nhận thức rủi ro. Mối quan hệ này đặc biệt mạnh trong các giao dịch xuyên biên giới, nơi bất định thông tin là căn bản.

Giả thuyết H3: *Niềm tin (TR) và rủi ro cảm nhận (PR) có tương quan nghịch chiều có ý nghĩa thống kê.*

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với thiết kế khảo sát cắt ngang. Đối tượng khảo sát là người tiêu dùng tại tỉnh Thái Nguyên có hoặc có khả năng thực hiện hành vi mua sắm xuyên biên giới trên các nền tảng TMĐT. Mẫu được thu thập trong năm 2025 theo phương pháp thuận tiện kết hợp phân tầng theo khu vực địa lý (thành thị và ven đô) và nhóm nghề nghiệp.

Sau khi loại bỏ phiếu không hợp lệ, bộ dữ liệu phân tích gồm 342 quan sát vượt ngưỡng tối thiểu theo quy tắc 1:5 của Hair et al. (2014) đối với 6 biến độc lập (tối thiểu 30 × 6 = 180). Về nhân khẩu học, mẫu có 54,4% nữ, độ tuổi chủ yếu từ 18-35 tuổi (72,8%), với ba nhóm nghề nghiệp chủ yếu là sinh viên (30,4%), nhân viên văn phòng (28,1%) và công nhân khu công nghiệp (25,4%) đặc trưng riêng của Thái Nguyên với sự hiện diện của khu công nghiệp Samsung.

Mô hình nghiên cứu gồm 6 biến độc lập: Nhận thức tính hữu ích (PU), Nhận thức dễ sử dụng (PEOU), Niềm tin (TR), Rủi ro cảm nhận (PR), Ảnh hưởng xã hội (SI), Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC); và 1 biến phụ thuộc: Ý định mua hàng xuyên biên giới (CPI). Mỗi biến được đo lường bằng 4 biến quan sát trên thang Likert 5 mức (1

= Hoàn toàn không đồng ý; 5 = Hoàn toàn đồng ý). Thang đo được kế thừa có điều chỉnh từ Davis (1989), Ajzen (1991), Pavlou (2003), sau đó được điều chỉnh ngữ cảnh cho phù hợp với đặc thù thị trường Thái Nguyên.

Dữ liệu được phân tích theo quy trình bốn bước: (1) Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha; (2) Phân tích nhân tố khám phá (EFA) theo phương pháp PCA với phép xoay Varimax; (3) Phân tích tương quan Pearson; (4) Hồi quy OLS theo phương pháp Enter. Toàn bộ phân tích được thực hiện bằng phần mềm SPSS 22.0.

4. Kết quả nghiên cứu

(1) Kiểm định thang đo

Toàn bộ 7 thang đo đều đạt tiêu chuẩn tin cậy theo Nunnally và Bernstein (1994) với Cronbach's Alpha dao động từ 0,832 (SI) đến 0,886 (TR). Kiểm định KMO = 0,882 (nhóm biến độc lập) và 0,834 (biến phụ thuộc), kiểm định Bartlett có Sig. = 0,000. Phân tích EFA trích được 6 nhân tố từ 24 biến quan sát độc lập, giải thích 75,221% tổng phương sai. Tất cả hệ số tải nhân tố đều ≥ 0,714, không có biến tải lên sai nhân tố, xác nhận giá trị hội tụ và phân biệt cao.

(2) Kết quả hồi quy và vai trò trung tâm của TR và PR

Mô hình hồi quy OLS với R^2 hiệu chỉnh = 0,634 (F = 98,74; Sig. = 0,000) cho thấy 6 biến độc lập giải thích 63,4% phương sai của CPI, là mức cao trong nghiên cứu hành vi tiêu dùng. Tất cả các giả định OLS được thỏa mãn (VIF: 1,214-1,687; Durbin-Watson = 1,973).

Bảng 1. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến (biến phụ thuộc: CPI)

Biến độc lập	β chuẩn hóa	Sig.	VIF	Kết quả
TR - Niềm tin	0,286	0	1,687	Chấp nhận H1
PU - Nhận thức tính hữu ích	0,243	0	1,368	Ủng hộ
PR - Rủi ro cảm nhận	-0,219	0	1,404	Chấp nhận H2
PBC - Kiểm soát hành vi	0,17	0	1,214	Ủng hộ
PEOU - Nhận thức dễ sử dụng	0,158	0	1,602	Ủng hộ
SI - Ảnh hưởng xã hội	0,136	0	1,31	Ủng hộ

Ghi chú: R^2 hiệu chỉnh = 0,634; F = 98,74; Sig. = 0,000; n = 342.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa tổng thể:

$$CPI = 0{,}286 \cdot TR + 0{,}243 \cdot PU - 0{,}219 \cdot PR + 0{,}170 \cdot PBC + 0{,}158 \cdot PEOU + 0{,}136 \cdot SI$$

Kết quả nổi bật là TR đứng đầu với β = +0,286, trong khi PR là nhân tố duy nhất có tác động ngược chiều với β = -0,219, đứng thứ ba về mức độ ảnh hưởng tuyệt đối. Điểm trung bình PR = 3,78 là cao nhất trong toàn bộ thang đo, cho thấy người tiêu dùng đang trải qua mức lo ngại cao về rủi ro ngay cả khi họ nhận thức được lợi ích của TMĐTXBG.

(3) Cơ chế bù trừ TR-PR: Phân tích tương quan

Bảng 2. Ma trận tương quan Pearson giữa các biến trọng tâm (trích)

Biến	TR	PR	PU	CPI	Mean	SD
TR — Niềm tin	1	-0,387**	0,418**	0,673**	3,52	0,731
PR — Rủi ro cảm nhận	-0,387**	1	-0,193**	-0,548**	3,78	0,748
PU — Nhận thức tính hữu ích	0,418**	-0,193**	1	0,621**	3,64	0,712
CPI — Ý định mua XBG	0,673**	-0,548**	0,621**	1	3,43	0,726

*Ghi chú: ** Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,01 (hai phía).*

Tương quan Pearson xác nhận: (1) TR có tương quan dương mạnh nhất với CPI (r = 0,673); (2) PR có tương quan âm mạnh với CPI (r = -0,548); và (3) TR và PR có tương quan nghịch chiều có ý nghĩa thống kê (r = -0,387), xác nhận Giả thuyết H3. Cặp tương quan này phản ánh cơ chế bù trừ: khi niềm tin tăng lên, người tiêu dùng đồng thời có xu hướng đánh giá thấp hơn các rủi ro tiềm tàng, tạo ra hiệu ứng kép tích cực đối với CPI.

5. Thảo luận

(1) Trạng thái tâm lý 'muốn mua nhưng còn sợ': Đặc trưng của thị trường tỉnh

Kết quả nghiên cứu phác họa một trạng thái tâm lý hai chiều đặc trưng của người tiêu dùng tại thị trường tỉnh đang phát triển: họ nhận thức rõ lợi ích của TMĐTXBG (PU đạt Mean = 3,64, cao nhất trong nhóm biến tác động thuận chiều) nhưng đồng thời đang ở mức lo ngại rủi ro cao (PR đạt Mean = 3,78, cao nhất toàn mô hình). Sự mâu thuẫn nội tâm này giải thích tại sao 43,3% người tiêu dùng có ý định mua nhưng chỉ 29,5% thực sự đã mua khoảng cách 13,8% là biểu hiện của trạng thái do dự tâm lý.

Trạng thái này tương đồng với phát hiện của Wang et al. (2023) về 'khoảng cách đáng kể giữa ý định mua hàng trên lý thuyết và hành vi thực tế' trong môi trường xuyên biên giới. Tuy nhiên, tại Thái Nguyên, khoảng cách này được khuếch đại bởi đặc thù địa phương: 38,7% người dùng thiếu kỹ năng thực hiện giao dịch cao hơn đáng kể so với nghiên cứu tại các đô thị lớn cho thấy năng lực số thấp là yếu tố làm trầm trọng thêm nhận thức rủi ro.

(2) Niềm tin là nhân tố quyết định: Phù hợp với bối cảnh thị trường thiếu kinh nghiệm

Việc TR trở thành nhân tố tác động mạnh nhất (β = 0,286) phù hợp với lý luận của Kim et al. (2008) về vai trò trung tâm của niềm tin trong các giao dịch thiếu tiếp xúc vật lý. Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là tại Thái Nguyên, niềm tin trung bình mới đạt 3,52/5 ở mức 'trên trung bình' nhưng chưa cao cho thấy niềm tin vào các nền tảng TMĐT quốc tế chưa được xây dựng vững chắc trong cộng đồng người tiêu dùng địa phương.

So với nghiên cứu của Trần Thanh Trung (2024), niềm tin đóng vai trò biến trung gian, tại Thái Nguyên, niềm tin có tác động trực tiếp và mạnh hơn đến ý định, có thể phản ánh thực tế rằng tại thị trường tỉnh, người tiêu dùng ít có khả năng xác minh thông tin độc lập và do đó phụ thuộc nhiều hơn vào nhận thức tổng thể về độ tin cậy của nền tảng.

(3) Rủi ro cảm nhận như rào cản chủ đạo: Hàm ý cho chiến lược can thiệp

Sự nổi bật của PR với điểm trung bình cao nhất (3,78/5) và tác động kìm hãm đứng thứ ba (β = -0,219) cho thấy người tiêu dùng Thái Nguyên đang trải qua mức độ lo ngại rủi ro cao hơn so với bình quân trong tài liệu nghiên cứu khu vực. Điều này được lý giải bởi ba nguyên nhân tương hỗ: (1) thiếu kinh nghiệm giao dịch thực tế dẫn đến bất cân xứng thông tin; (2) hạ tầng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐTXBG còn chưa hoàn thiện tại địa phương; (3) hiệu ứng 'lan truyền tiêu cực' qua mạng xã hội khi các trải nghiệm xấu được chia sẻ rộng rãi trong cộng đồng nhỏ.

Kết quả tương quan TR-PR (r = -0,387) cung cấp hàm ý chiến lược quan trọng: việc tăng cường niềm tin không chỉ tác động trực tiếp tích cực đến CPI mà còn có tác dụng gián tiếp là giảm rủi ro cảm nhận, từ đó tạo ra hiệu ứng kép. Điều này gợi ý rằng can thiệp vào niềm tin mang lại hiệu quả cao hơn so với can thiệp riêng lẻ vào từng loại rủi ro cụ thể.

6. Kết luận và hàm ý chính sách

(1) Kết luận

Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò trung tâm của niềm tin và rủi ro cảm nhận trong việc quyết định ý định mua hàng xuyên biên giới tại thị trường tỉnh Thái Nguyên. Mô hình hồi quy với $R^2 = 0,634$ xác nhận rằng sáu nhân tố được kiểm định giải thích phần lớn biến thiên của CPI, trong đó TR (β = 0,286) và PR (β = -0,219) chiếm vị trí đầu và thứ ba về mức độ ảnh hưởng tuyệt đối.

Ba đóng góp chính của nghiên cứu là: (1) xác định và định lượng cơ chế bù trừ TR-PR trong bối cảnh thị trường tỉnh Việt Nam, một bối cảnh chưa được nghiên cứu đầy đủ; (2) giải thích khoảng cách ý định-hành vi (13,8%) thông qua lăng kính tâm lý học tiêu dùng kết hợp với đặc thù về năng lực số địa phương; (3) đề xuất mô hình can thiệp tích hợp TR-PR như một cặp biến cần được quản lý đồng thời.

(2) Hàm ý cho nhà quản lý nền tảng TMĐT

Kết quả nghiên cứu gợi ý ba hướng can thiệp ưu tiên cho các nền tảng TMĐT muốn mở rộng tại thị trường tỉnh. Đầu tiên, xây dựng cơ sở hạ tầng niềm tin bằng cách tăng cường các tín hiệu uy tín hiển thị: chứng nhận bên thứ ba, hiển thị rõ chính sách hoàn tiền, cơ chế ký quỹ và đánh giá nhà bán hàng bằng tiếng Việt. Thứ hai, thiết kế các cơ chế giảm rủi ro cảm nhận chủ động: bảo đảm hàng chính hãng, theo dõi đơn hàng thời gian thực, hỗ trợ tiếng Việt 24/7. Thứ ba, đầu tư vào chương trình nâng cao năng lực số cho người dùng mới: hướng dẫn mua hàng bước đầu, video hướng dẫn bằng tiếng Việt và chương trình mua thử giá trị thấp để tích lũy kinh nghiệm giao dịch.

(3) Hàm ý cho nhà hoạch định chính sách

Đối với các nhà hoạch định chính sách tại Thái Nguyên, kết quả nghiên cứu hỗ trợ cho hướng ưu tiên đầu tư vào: (1) hoàn thiện khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐTXBG; (2) thiết lập cơ chế khiếu nại và giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) dễ tiếp cận; (3) đẩy mạnh chương trình đào tạo kỹ năng số toàn dân, đặc biệt nhắm vào nhóm lao động công nghiệp và dân cư ven đô. Những can thiệp này có thể giúp kích hoạt nhóm 43,3% người có ý định mua, một thị trường tiềm năng lớn chỉ cần được giải tỏa rào cản tâm lý.

(4) Giới hạn và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu có ba giới hạn chính: (1) phương pháp chọn mẫu thuận tiện tập trung vào khu vực đô thị và trường đại học, thiếu đại diện của dân cư nông thôn; (2) thiết kế cắt ngang không cho phép theo dõi sự chuyển hóa từ ý định sang hành vi thực tế; (3) đo lường tự đánh giá có thể chứa sai lệch xã hội. Các nghiên cứu tiếp theo nên sử dụng mẫu đại diện hơn, thiết kế theo dõi dọc thời gian, và kết hợp dữ liệu hành vi thực tế từ nền tảng TMĐT để kiểm chứng khoảng cách ý định-hành vi một cách khách quan hơn. Ngoài ra, việc so sánh giữa nhiều tỉnh trung du miền núi khác nhau sẽ giúp kiểm tra tính tổng quát của mô hình 'niềm tin-rủi ro-ý định› đề xuất.

Tài liệu tham khảo:

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.

Bianchi, C., & Andrews, L. (2012). Risk, trust, and consumer online purchasing behaviour: a Chilean perspective. International Marketing Review, 29(3), 253-275.

Chuang, H. M., & Chuang, C. C. (2023). The effects of experienced utility and PEEIM on the purchase intention of cross-border e-commerce. Sustainability, 15(21), 15666.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly, 13(3), 319-340.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. Decision support systems, 44(2), 544-564.

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. International journal of electronic commerce, 7(3), 101-134.

Trần Thanh Trung (2024). Ảnh hưởng từ lợi ích và tâm lý tiêu dùng đến hành vi mua sắm xuyên biên giới qua thương mại điện tử (No. 8dgc2). Center for Open Science.

Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. Heliyon, 9(11).