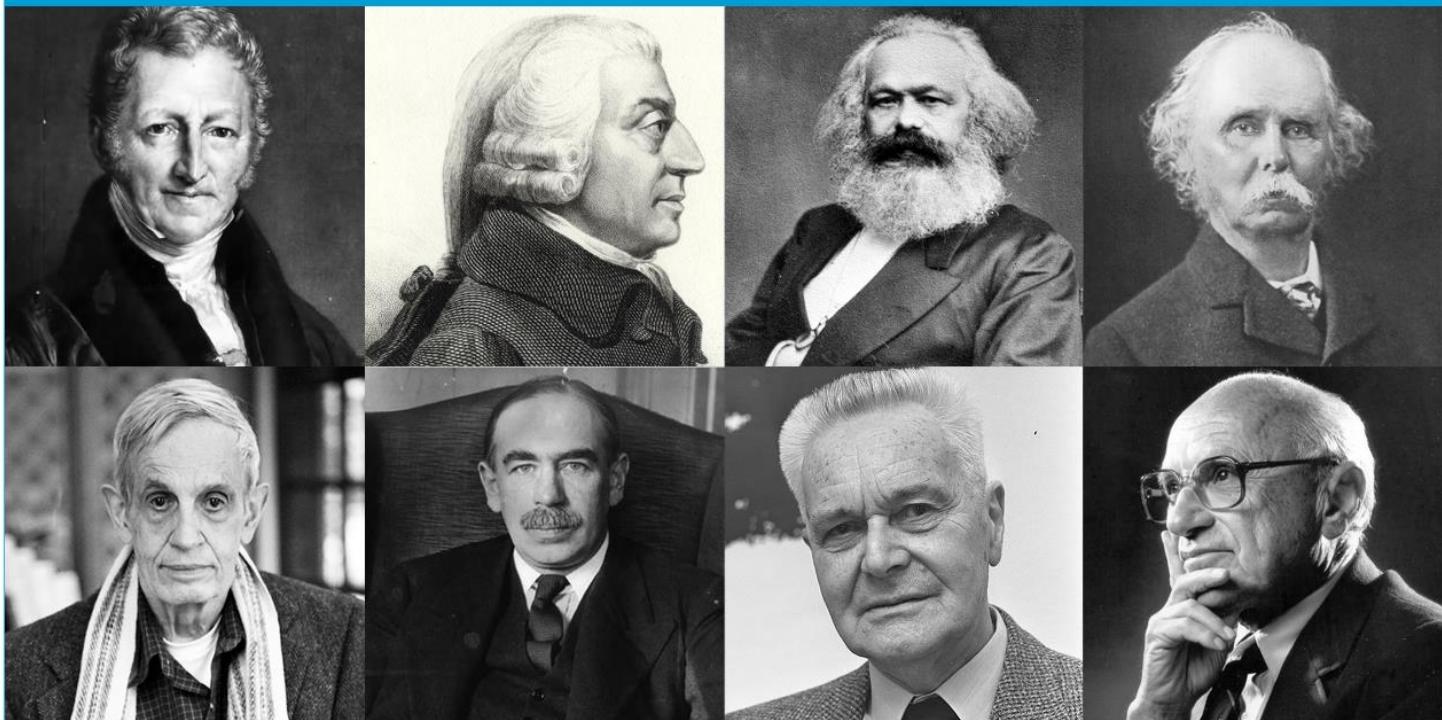




ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
VNU UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS

UEB CATEGORY OF STUDENT SCIENCE RESEARCH

CHUYÊN MỤC NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN



KINH TẾ VÀ KINH DOANH
ECONOMICS AND BUSINESS

SỐ 02.2020

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Trưởng Ban Biên Tập

Lê Ngọc Ánh

Thành Viên Ban Biên Tập

Trần Thị Lâm, Nguyễn Thị Thảo Nguyên,
Nguyễn Thành Đạt, Phạm Thị Linh, Nguyễn Thúy Hạnh,
Phạm Đức Vượng, Lê Phương Anh

Ban Cố Văn

PGS.TS. Nguyễn Trúc Lê - Hiệu trưởng
PGS.TS. Nguyễn Anh Thu - Phó Hiệu trưởng
TS. Nguyễn Cẩm Nhung - Trưởng P.NCKH&HTPT
ThS. Nguyễn Thị Thục An - Trưởng BP. TCXB
ThS. Nguyễn Thị Nguyệt Nương - Phó P.NCKH&HTPT
ThS. Đậu Kiều Ngọc Anh - BP.TCXB
GS.TS. John Wash - Trường Đại học RMIT Hà Nội

Thư và bài viết gửi theo địa chỉ:

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)
ĐT: 0917068870 (Ms. Ánh)
E-mail: ngocanhrces@gmail.com

MỤC LỤC

Lê Ngọc Ánh, Nguyễn Thu Ngân, Đánh giá những nhân tố biến đổi xã hội tác động đến mức sống người dân tộc thiểu số ở Việt Nam.....	3
Văn Thị Diệu Hương, Nguyễn Thị Xuân Mai, Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên.....	21
Trần Ngọc Vân Chi, Nguyễn Thị Xuân Hoà, Đặng Hương Ly, Hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội – Nghiên cứu tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay sản phẩm nhựa của sinh viên tại thành phố Hà Nội.....	36
Nguyễn Như Ngân, Trần Thị Hồng, Nguyễn Đình Cường, Vai trò phòng vệ rủi ro về giá của hợp đồng tương lai: Nghiên cứu trường hợp cà phê Robusta Việt Nam.....	50
Nguyễn Đức Phong, Tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết Việt Nam	73
Nguyễn Công Diệu Phương, Lê Thị Vân Anh, Vũ Ngọc Bảo, Đánh giá tác động của hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương – CPTPP tới xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam: Cách tiếp cận từ mô hình SMART	97

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Khoa Kinh tế Phát triển

**ĐÁNH GIÁ NHỮNG NHÂN TỐ BIẾN ĐỔI
XÃ HỘI TÁC ĐỘNG ĐẾN MỨC SỐNG
NGƯỜI DÂN TỘC THIỀU SỐ Ở VIỆT NAM**

Lê Ngọc Ánh, Nguyễn Thu Ngân

1974

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)

E-mail: rces.info@gmail.com

Website: rces.info

Facebook: facebook.com/RCES.info

ĐÁNH GIÁ NHỮNG NHÂN TỐ BIẾN ĐỔI XÃ HỘI TÁC ĐỘNG ĐEN MỨC SỐNG NGƯỜI DÂN TỘC THIỀU SỐ Ở VIỆT NAM

Lê Ngọc Ánh, Nguyễn Thu Ngân*

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội,

144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu này được thực hiện với các hộ gia đình dân tộc thiểu số tại Việt Nam. Số liệu nghiên cứu sử dụng thuộc bộ dữ liệu Khảo sát mức sống hộ gia đình (VHLSS). Những nhân tố biến đổi xã hội ảnh hưởng đến mức sống người dân tộc thiểu số được xác định thông qua mô hình hồi quy tuyến tính. Kết quả cho thấy thu nhập là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến mức sống của người dân tộc thiểu số. Đặc biệt nhân tố bảo hiểm y tế...

Từ khóa: Dân tộc thiểu số, biến đổi xã hội, mức sống, hồi quy tuyến tính.

1. GIỚI THIỆU

Tính đến tháng 12 năm 2019, theo Tổng cục Thống kê, dân số thuộc dân tộc Kinh là 82.085.826 người, chiếm 85,3%. Trong 53 dân tộc thiểu số (DTTS) có 6 dân tộc có dân số trên 1 triệu người là Tày, Thái, Mường, Mông, Khmer, Nùng (trong đó dân tộc Tày có dân số đông nhất với 1,85 triệu người); 11 dân tộc có dân số dưới 5 nghìn người, trong đó O Đu là dân tộc có dân số thấp nhất (428 người).

Người Việt (Kinh) sống chủ yếu ở khu vực đồng bằng sông Hồng, đồng bằng ven biển miền Trung, đồng bằng sông Cửu Long và các thành phố lớn. 53 nhóm dân tộc thiểu số khác, tổng số hơn 8 triệu người, được phân bố rải rác trên các khu vực miền núi (bao gồm 2/3 lãnh thổ đất nước) trải dài từ Bắc vào Nam. Như vậy, người DTTS chiếm 15% dân số của Việt Nam nhưng chiếm tới 70% nhóm đối tượng cực nghèo (được đo lường theo chuẩn cực nghèo quốc gia). Trong suốt hai thập kỷ tăng trưởng nhanh của Việt Nam, người DTTS đã có mức sống được cải thiện lên một cách toàn

* Tác giả liên hệ: SĐT: 0384 106 682
Email: thungan1030@gmail.com

diện, tuy nhiên đời sống của nhóm đối tượng này còn kém xa so với dân tộc chiếm đa số là người Kinh.

Trên thực tế, Gillette Hall và Harry Patrinos (2012) đã nghiên cứu so sánh thực trạng của các DTTS so với nhóm người bản địa trên toàn cầu đã cho thấy nguyên nhân dẫn đến tỷ lệ nghèo cao của người dân tộc thiểu số ở Việt Nam bao gồm: bị cách biệt về địa lý và hạn chế trong tiếp cận thị trường; bị cô lập về mặt xã hội, yếu tố văn hóa và ngôn ngữ; hạn chế trong tiếp cận đất đai có chất lượng; tỷ lệ di cư khỏi nơi sinh sống thấp; và trình độ học vấn thấp.

Điều này cho thấy cần có hệ thống chính sách trợ giúp, nghiên cứu về người DTTS nói chung, cuộc sống của người DTTS trong thời kỳ đổi mới, hội nhập, xã hội có nhiều biến đổi nói riêng đang là một chủ đề đáng quan tâm, hướng đến thúc đẩy sự trợ giúp xã hội, hòa nhập xã hội, cũng như tạo ra các biện pháp giảm thiểu bất bình đẳng cơ hội trong cuộc sống, sự phát triển của người DTTS và khu vực có nhiều người DTTS trong xu thế phát triển chung của xã hội.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

2.1. *Tổng quan tài liệu về biến đổi xã hội*

Theo James Ryan Reblando (2018), những vấn đề tồn tại trong xã hội hiện đại cho thấy cần phải có sự biến đổi xã hội (BĐXH) để đáp ứng các giá trị và kỳ vọng mới của xã hội hiện đại. Các vấn đề xã hội quan trọng nhất bao gồm sự phân chia không đồng đều các khả năng cho những người có mức lương, tầng lớp, chủng tộc, dân tộc, giới tính và một số vấn đề khác.

Gisela Trommsdorff (2000) đánh giá BĐXH có thể là sự mở ra dần dần các cách sống khác nhau hoặc có thể là một sự biến đổi cơ bản đột ngột các thành phần kinh tế, xã hội và chính trị, như trường hợp ở Đông Âu sau khi Chiến tranh Lạnh kết thúc.

Michelle S. Brown và cộng sự (2017) kết luận rằng có một mối quan hệ đáng kể giữa các biến thu nhập đưa ra và một xu hướng tăng rõ rệt trong nhận thức và tự báo cáo sự tham gia vào các hoạt động BĐXH khi trình độ học vấn tăng lên.

2.2. Tổng quan tài liệu về đời sống người DTTS

Hall và Patrinos (2012) cho rằng trung bình, người DTTS có đời sống thấp hơn so với những người không thuộc DTTS. Cùng bàn về vấn đề này, theo Anderson và cộng sự (2016), tỷ lệ người DTTS bản địa sống dưới mức nghèo cao hơn nhóm người còn lại ở 14 quốc gia trên 16 quốc gia nghiên cứu.

Hơn nữa, những người thuộc nhóm người DTTS ở trong tình trạng đói nghèo sâu sắc hơn phần còn lại của dân số. Ví dụ như ở Trung Quốc, DTTS yêu cầu gấp đôi số tiền thu nhập chỉ để đạt đến ngưỡng nghèo và nhờ đó để thoát khỏi cảnh nghèo nàn; ở Gabon, người DTTS cần thu nhập gấp ba lần; trong khi đó ở Việt Nam, người DTTS cần thêm 7 lần thu nhập mới có thể thoát nghèo (Hall và Patrinos, 2012). Theo Báo cáo phân tích từ Bộ số liệu điều tra đầu kỳ và Báo cáo đánh giá tác động xã hội của dự án “Giảm nghèo khu vực Tây Nguyên” cho thấy sự bất bình đẳng giữa nhóm hộ dân tộc Kinh và DTTS là một vấn đề đáng lo ngại. Cũng bàn về vấn đề bất bình đẳng, Lanjouw và cộng sự (2015) chỉ ra khoảng cách về thu nhập trung bình và tỷ lệ giảm nghèo giữa người Kinh và người DTTS là một sự chênh lệch lớn.

2.3. Tổng quan tài liệu tình trạng nghèo đói và bất bình đẳng giữa người DTTS và phần còn lại của dân số

Theo Van de Walle và Gunawardena (2001) và Liên Hợp Quốc (2016a) thì DTTS thường tập trung ở những vùng nông thôn và vùng sâu vùng xa, cùng với cơ sở hạ tầng nghèo nàn, cơ hội cho việc làm phi nông nghiệp thấp là một phần giải thích cho trình độ học vấn thấp hơn, sức khỏe kém hơn, tỷ lệ thất nghiệp và việc làm không chính thức cao hơn cùng với lợi nhuận thấp hơn.

Bob Baulch và cộng sự (2002) đã sử dụng mô hình MARS để nghiên cứu về sự khác biệt giữa người Kinh và người Hoa so với những dân tộc còn lại tại Việt Nam, dựa trên 5 tiêu chí chính, tác giả cho rằng sự khác biệt chủ yếu là do hành vi cá nhân (cụ thể là trình độ học vấn) đã dẫn tới sự chênh lệch giữa các dân tộc.

Patrinos và Skoufias (2007) nghiên cứu cho thấy người DTTS có khả năng làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp hơn so với những ngành khác, và làm những công việc

có tính không chính thức cao hơn đáng kể so với người lao động thuộc phần còn lại của dân số.

Bertozzi và Gertler (2007) đã chỉ ra khả năng sống trong đói nghèo cao hơn không phải là nguyên nhân duy nhất dẫn đến sức khỏe kém của người DTTS, ở Mexico năm 2003, trong các cơ sở y tế tư nhân, phụ nữ thuộc DTTS nhận được ít thủ tục trước khi sinh hơn so với người không thuộc DTTS mà không phân biệt về mức độ giàu có. Điều này cũng được chứng minh tương tự với Smedley và cộng sự (2003) qua kết quả DTTS ở Hoa Kỳ dành sự quan tâm về chất lượng sức khỏe thấp hơn, bất kể mức thu nhập hay tình trạng bảo hiểm.

Thêm vào đó, vấn đề phân biệt đối xử cũng là một rào cản đối với người DTTS, tính đến năm 2006, 196 DTTS ở 108 quốc gia phải đối mặt với một số loại phân biệt pháp lý chính thức (Đại học Maryland, 2015).

Sự khác biệt về ngôn ngữ của bệnh nhân và các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, cùng với sự thiếu hiểu biết về văn hóa bản địa và hệ thống chăm sóc sức khỏe truyền thống dẫn đến tình trạng thiếu các dịch vụ y tế phù hợp với văn hóa (Liên Hợp Quốc, 2015). Theo thống kê của Liên Hợp Quốc (2016), những cơ sở hạ tầng đặc biệt về giáo dục và y tế của người DTTS có chất lượng thấp và chưa phù hợp với nhu cầu thiết yếu. Bên cạnh đó, người DTTS ít có khả năng hơn để hoàn thành bậc trung học cơ sở (THCS) và tiếp tục học lên cấp cao hơn so với phần còn lại của dân số.

Ngoài ra, do các nền văn hóa và ngôn ngữ DTTS đã bị làm suy yếu dẫn đến tình trạng có tới 40% dân số trên thế giới không được tiếp cận giáo dục bằng ngôn ngữ họ nói hoặc họ hiểu (UNESCO, 2016c).

Võ Văn Bảy (2014) tập trung nghiên cứu về những chính sách do CEMA (Ủy ban Dân tộc) đưa ra giai đoạn 2005- 2013 giúp người DTTS xoá đói, giảm nghèo, phát triển kinh tế - xã hội. Nhưng tác giả đánh giá bên cạnh những thành quả nhất định mà chính sách đạt được thì do thời gian thực hiện chính sách không đủ, giai đoạn ngắn mà mục tiêu đề ra lại lớn nên những chính sách chưa thực sự có hiệu quả, giúp người DTTS phát triển bền vững trong khoảng thời gian dài.

Tiếp tục bàn về những chính sách dành cho DTTS, Nguyễn Việt Cường và cộng sự (2015) đã phân tích tác động của việc Chính phủ thực hiện Chương trình “Phát triển Kinh tế - Xã hội cho các xã đang gặp khó khăn nhất trong các DTTS và khu vực miền núi” đến từng hộ, đặc biệt là thu nhập của hộ và thu nhập đầu người. Tuy nhiên, công trình nghiên cứu lại chưa phân tích các yếu tố liên quan. Bên cạnh đó là so sánh sự thay đổi mức sống theo thời gian và chia làm 7 nhóm, xét từng vùng riêng lẻ dẫn đến tình trạng dễ bị bỏ sót một số mối quan hệ giữa các nhóm dân tộc.

Chính vì vậy, những nỗ lực, chính sách của Chính phủ không phải lúc nào cũng kịp thời cải thiện và đáp ứng những nhu cầu và quan điểm của nhóm DTTS (Htun, 2016).

2.4. Khoảng trống nghiên cứu

Nhìn chung những công trình nghiên cứu khoa học về vấn đề biến đổi xã hội và dân tộc thiểu số còn thiếu sót do tập trung vào BĐXH trên cấp độ vi mô và xem nhẹ cấp độ vĩ mô hoặc ngược lại, từ đó dẫn đến chỉ thấy biến đổi ở từng bộ phận và thiếu cái nhìn tổng thể hoặc ngược lại. Hoặc do tập trung nhiều vào sự biến đổi từng thành phần của hệ thống mà ít phân tích mối quan hệ giữa các thành phần.

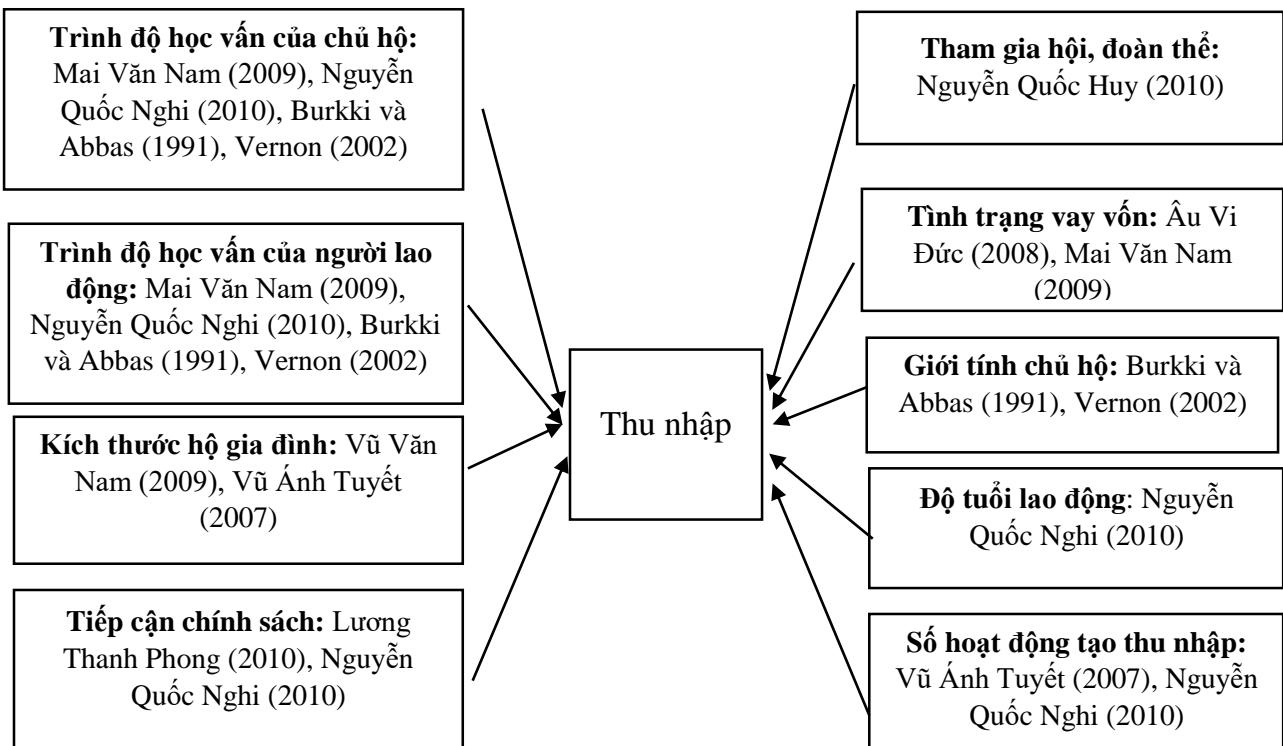
3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Mô hình nghiên cứu lý thuyết

Mincer (1958, 1974) và Becker (1964) chỉ ra rằng giáo dục và đào tạo sẽ làm tăng kỹ năng và kiến thức, từ đó năng suất của các cá nhân sẽ tăng lên và sẽ dẫn đến kết quả lợi nhuận của các cá nhân tăng lên. Vì vậy, theo lý thuyết vốn nhân lực thì giáo dục và đào tạo là yếu tố quan trọng cho hoạt động kinh tế của một cá nhân.

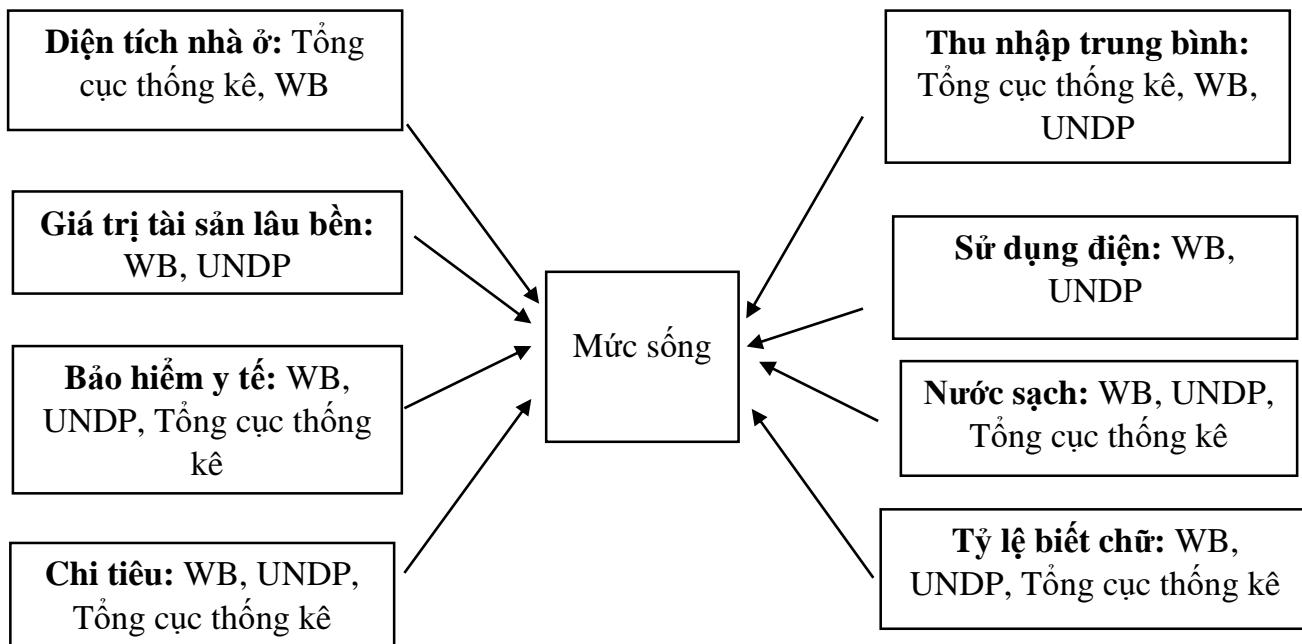
Đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về những yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập trung bình (Hình 1).

Để đánh giá mức sống của người dân thay đổi theo từng biến đổi của xã hội, Tổng cục Thống kê đã tiến hành nhiều cuộc khảo sát điều tra mức sống dân cư trong nhiều năm.



Hình 1: Những yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập trung bình

Nguồn: Nhóm nghiên cứu



Hình 2. Những yếu tố ảnh hưởng đến mức sống

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

3.2. Xây dựng mô hình nghiên cứu

Với cỡ mẫu nhóm nghiên cứu thực hiện là 3.894 hộ gia đình, sau khi lọc số liệu với những tiêu chí mà nhóm đề ra thì có 1.803 hộ gia đình đạt tiêu chuẩn và được sử dụng trong mô hình nghiên cứu.

Với mức ý nghĩa 5% nhóm nghiên cứu xây dựng 2 mô hình hồi quy.

3.2.1. Hàm hồi quy với thu nhập trung bình

Phương trình hồi quy thu nhập trung bình với biến phụ thuộc Y và các biến độc lập X_i :

$$Y = \alpha + \beta + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8$$

Bảng 1: Tập hợp biến với mô hình thu nhập trung bình

Biến phụ thuộc			
Biến độc lập			
Biến số	Điễn giải	Dấu kỳ vọng	
TDHVCHUHO	X_1 Trình độ học vấn của chủ hộ nhận giá trị 0 nếu chủ hộ mù chữ; giá trị 1,2,3 nếu chủ hộ học cấp 1,2,3		+
TDHVLD	X_2 Biểu hiện trình độ học vấn trung bình của chủ hộ. Biến nhận giá trị 0 nếu lao động mù chữ, giá trị 1,2,3 nếu lao động học cấp 1,2,3		+
KTHO	X_3 Kích thước hộ gia đình nhận giá trị bằng số nhân khẩu của hộ		+/-
HDTAOTN	X_4 Số hoạt động tạo ra thu nhập cho hộ. Biến nhận giá trị tương ứng với số hoạt động tạo thu nhập		+/-

DOTUOILD	X_5	Độ tuổi trung bình của lao động. Biến nhận giá trị theo độ tuổi trung bình các lao động trong hộ	+/-
TIEPCANCS	X_6	Biến giả: tiếp cận chính sách. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ gia đình nhận được sự hỗ trợ của Nhà nước hoặc chính quyền địa phương, nhận giá trị 0 nếu không được hỗ trợ	+
THAMGIA	X_7	Biến giả: tham gia hội, đoàn thể. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ tham gia, 0 nếu không tham gia	+
TTVAYVON	X_8	Biến giả: tình trạng vay vốn. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ có vay vốn, giá trị 0 nếu hộ không vay vốn	+
GTCHUHO	X_9	Biến giả: Giới tính chủ hộ. Biến nhận giá trị 1 nếu chủ hộ là nam, 0 nếu chủ hộ là nữ	+

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

3.2.2. Mô hình nghiên cứu với mức sống

Phương trình hồi quy với biến phụ thuộc LV và các biến độc lập LV_i :

$$LV = \alpha + \gamma_1 LV_1 + \gamma_2 LV_2 + \gamma_3 LV_3 + \gamma_4 LV_4 + \gamma_5 LV_5 + \gamma_6 LV_6 + \gamma_7 LV_7 + \gamma_8 LV_8$$

Bảng 2: Tổng hợp biến với mô hình cho hàm mức sống

Biến phụ thuộc	
LV	Mức sống của người dân tộc thiểu số được đánh giá dựa trên thang đo 5 (Mức sống so với năm 2010) 1: Giảm sút nhiều 2: Giảm sút một chút 3: Như cũ

4: Cải thiện hơn một chút

5: Cải thiện hơn nhiều

Biến độc lập

Biến số	Điễn giải	Dấu kì vọng
DIENTICHNHA	LV_1 Diện tích nhà ở nhận giá trị theo diện tích nhà của hộ gia đình	+
GTTS	LV_2 Giá trị tài sản lâu bền nhận giá trị theo giá trị hiện tại của tài sản	+/-
TNTB	LV_3 Thu nhập trung bình nhận giá trị theo thu nhập trung bình của hộ (triệu đồng/người/năm)	+
DIEN	LV_4 Biến giả: sử dụng điện lưới quốc gia. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ có sử dụng, nhận giá trị 0 nếu hộ không sử dụng	+/-
NUOCSACH	LV_5 Biến giả: sử dụng nước sạch. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ có sử dụng nước sạch, giá trị 0 nếu hộ không sử dụng nước sạch	+/-
BHYT	LV_6 Biến giả: bảo hiểm y tế. Biến nhận giá trị 1 nếu hộ có thành viên có BHYT, nhận giá trị 0 nếu không có thành viên nào sử dụng BHYT	+
CTBQ	LV_7 Biến chi tiêu bình quân nhận giá trị bằng chi tiêu trung bình hộ (triệu đồng/người/năm)	+/-
BIETCHU	LV_8 Số thành viên biết chữ trong hộ nhận giá trị theo số thành viên biết chữ	+

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đánh giá biến đổi xã hội đến thu nhập trung bình

Bảng 3: Kết quả kiểm định F

F	Sig.
1008,529	0,000

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Kiểm định F: kiểm định giả thuyết về độ phù hợp với tổng thể của mô hình nhận được giá trị $F = 1008,529$ với $\text{sig.} = 0,000 < 5\%$. Chứng tỏ R bình phương của tổng thể khác 0. Đồng nghĩa với việc mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được là phù hợp với tổng thể.

Bảng 4: Kết quả hồi quy OLS với hàm thu nhập trung bình Y
(triệu đồng/người/năm)

Đánh giá chung về mô hình

R ²	R ² hiệu chỉnh	F- statistic	P- value	N
0,835	0,834	1009,529	0,000	1803

Đánh giá từng biến

Biến	α	β	Se	Sig.
Hàng số			3417,642	0,011
TDHVCHUHO	X_1	0,812	0,019	0,000
TDHVLD	X_2	0,218	0,059	0,000
KTHO	X_3	-0,009	0,690	0,448
HDTAOTN	X_4	0,217	0,035	0,000
DOTUOILD	X_5	0,016	0,226	0,138
TIEPCANCS	X_6	0,048	0,835	0,000
THAMGIA	X_7	0,005	0,751	0,634
TTVAYVON	X_8	0,052	0,252	0,000
GTCHUHO	X_9	0,062	0,880	0,000

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Kết quả hồi quy OLS với hàm thu nhập trung bình Y ở bảng cho thấy các biến độc lập được đưa vào mô hình giải thích 83,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc Y. Có 2 biến định lượng và 1 biến định tính không có ý nghĩa thống kê đối với mô hình: biến định lượng kích thước hộ gia đình (X_3) và độ tuổi trung bình thành viên trong gia đình tham gia lao động (X_5), biến định tính tham gia hoạt động đoàn thể (X_7). Có 5 biến định tính có ảnh hưởng đến thu nhập trung bình của hộ gia đình (Sig. < 5%), các biến này bao gồm: trình độ học vấn của chủ hộ (X_1), trình độ học vấn của người lao động hiện trình độ học vấn trung bình của các thành viên có tham gia lao động trong hộ (X_2), tiếp cận chính sách (X_6), tình trạng vay vốn của hộ gia đình (X_8) và biến giới tính của chủ hộ (X_9). Trong các biến có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc, biến trình độ học vấn của chủ hộ có tác động lớn nhất đến thu nhập trung bình người DTTS (hệ số β nhận giá trị lớn nhất: 0,812). Biến tiếp cận chính sách có tác động thấp nhất đến thu nhập trung bình người DTTS (hệ số β nhận giá trị bé nhất: 0,048).

Bảng 5: Kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyế

Biến	VIF
TDHVCHUHO	X_1 1,166
TDHVLD	X_2 1,362
KTHO	X_3 1,576
HDTAOTN	X_4 1,243
DOTUOILD	X_5 1,258
TIEPCANCS	X_6 1,447
THAMGIA	X_7 1,031
TTVAYVON	X_8 1,182
GTCHUHO	X_9 1,436

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Theo kết quả nhận được từ kiểm định VIF Bảng 5, các biến độc lập không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyế.

4.2. Đánh giá mức sống

Bảng 6: Kết quả kiểm định F

F	Sig.
22,135	0,000

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Kiểm định F kiểm định giả thuyết về độ phù hợp với tổng thể của mô hình nhận được giá trị F=22,135 với sig.=0,000 <5%. Chứng tỏ R bình phương của tổng thể khác 0. Đồng nghĩa với việc mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được là phù hợp với tổng thể.

Bảng 7: Kết quả hồi quy OLS với hàm mức sống LV

Đánh giá chung về mô hình

R ²	R ² hiệu chỉnh	F- statistic	P- value	N
0,121	0,115	22,135	0,000	1803

Đánh giá từng biến

Biến		γ	Se	Sig.
Hàng số	α		0,088	0,000
DIENTICHNHA	LV ₁	0,068	0,000	0,023
GTTS	LV ₂	0,007	0,000	0,787
TNTB	LV ₃	0,189	0,000	0,000
DIEN	LV ₄	0,061	0,082	0,022
NUOCSACH	LV ₅	0,006	0,046	0,838
BHYT	LV ₆	-0,144	0,000	0,000
CTBQ	LV ₇	0,120	0,000	0,000
BIETCHU	LV ₈	0,053	0,053	0,076

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy OLS biến với hàm mức sống LV cho thấy, các biến độc lập được đưa vào mô hình giải thích 12,1% sự biến thiên của biến phụ thuộc LV. Có 2 biến định lượng và 1 biến định tính không có ý nghĩa thống kê trong mô hình (Sig.

> 5%), cụ thể: biến định lượng giá trị tài sản lâu bền (LV_2) và biến số thành viên biết chữ trong gia đình (LV_5), biến định tính sử dụng nước sạch (LV_8). 5 biến độc lập có ý nghĩa thống kê với mô hình: 3 biến định lượng và 2 biến định tính. Các biến này bao gồm: biến diện tích nhà ở (LV_1), biến thu nhập trung bình (LV_3), biến chi tiêu bình quân (LV_7), biến sử dụng điện (LV_4) và biến tham gia bảo hiểm y tế (LV_6). Trong các biến độc lập được đưa vào mô hình, biến thu nhập trung bình có tác động lớn nhất đến mức sống người DTTS ($\gamma_3 = 0,189$) và biến tham gia bảo hiểm y tế có ảnh hưởng thấp nhất đến mức sống người DTTS ($\gamma_6 = -0,144$).

Bảng 8: Kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến

Biến		VIF
DIENTICHNHA	LV_1	1,319
GTTS	LV_2	1,009
TNTB	LV_3	1,344
DIEN	LV_4	1,041
NUOCSACH	LV_5	1,096
BHYT	LV_6	1,016
CTBQ	LV_7	1,563
BIETCHU	LV_8	1,311

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Theo kết quả nhận được từ kiểm định VIF Bảng 2.8, các biến độc lập không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Về mức sống: Mức sống có ý nghĩa quan trọng cho hoạt động sống của con người, vấn đề nâng cao mức sống của người dân đặc biệt là người DTTS ngày càng được coi trọng. Theo kết quả hồi quy, có thể nhận thấy để nâng cao mức sống người DTTS cần tập trung tìm các giải pháp giúp người dân tăng thu nhập.

Về nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực là một yếu tố quan trọng trong việc lựa chọn sinh kế cho người DTTS bởi trong bất kì loại hình sản xuất nào thì yếu tố con người luôn là sự quan tâm hàng đầu.

Kết quả hồi quy khá tương đồng với lý thuyết về vốn nhân lực khi số năm đi học đại diện cho yếu tố giáo dục của người DTTS và là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của lao động được đề cập trong lý thuyết. Có thể thấy trình độ học vấn là một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao thu nhập người DTTS từ đó nâng cao mức sống.

Về giới tính và trình độ giáo dục của chủ hộ: Chủ hộ là người trụ cột trong gia đình, quyết định mọi việc trong gia đình vì thế giới tính và trình độ học vấn của chủ hộ sẽ có ảnh hưởng đến việc lựa chọn sinh kế của hộ. Qua kết quả nghiên cứu cho thấy, giới tính và trình độ giáo dục của chủ hộ là 2 yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập cũng như mức sống hộ gia đình DTTS. Khi chủ hộ là nam, trình độ học vấn càng cao thì mức thu nhập trung bình càng cao, mức sống người dân cũng cao hơn, ổn định hơn.

Trình độ học vấn của chủ hộ gia đình là yếu tố rất đáng quan tâm, nó giúp cho không chỉ bản thân người làm chủ gia đình có quyết định tốt hơn đồng thời nó sẽ có những tác động lớn đến cuộc sống của những thành viên khác trong gia đình.

Về nguồn lực tài chính, tình trạng vay vốn và tiếp cận chính sách của hộ gia đình dân tộc thiểu số: Nguồn lực tài chính như là một đòn bẩy góp phần phát huy các nguồn lực khác. Nguồn lực tài chính được thể hiện ở chỗ khả năng huy động vốn của hộ, bao gồm tiền dành dụm, tiền vay từ các tổ chức tín dụng, hay vay của bạn bè, bà con,... Đối với người DTTS, nguồn lực tài chính thể hiện ở tình trạng vay vốn của hộ và khả năng tiếp cận chính sách (nhận sự hỗ trợ từ Nhà nước hoặc cơ quan chính quyền địa phương).

Theo kết quả khảo sát mức sống do Tổng cục thống kê thực hiện cho thấy 74% hộ gia đình DTTS không tham gia vay vốn... Có thể thấy, nguồn lực tài chính cả người DTTS chưa vững vàng.

5.2. Khuyến nghị các bên liên quan

Từ kết quả phân tích mức sống và nhân tố thu nhập trung bình của DTTS tại Việt Nam, nhóm nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị, giải pháp cho các bên liên quan nhằm nâng cao đời sống người DTTS ở Việt Nam như sau:

Về nguồn nhân lực: Trình độ học vấn của chủ hộ và lao động trong hộ gia đình có tác động mạnh nhất đến thu nhập của hộ, chính vì vậy cần phải nâng cao trình độ học vấn để góp phần tăng thu nhập cho hộ gia đình, việc này được thực hiện: (1) Mở rộng mạng lưới THCS, THPT người nội trú ở cấp huyện và liên xã; đào tạo đội ngũ cán bộ giảng dạy cả về số lượng lẫn chất lượng; thành lập quỹ khuyến học riêng nhằm hỗ trợ những con em người dân tộc có hoàn cảnh khó khăn được đến trường; (2) Vận động người dân tộc tham gia phổ cập giáo dục nâng cao trình độ tri thức, thành lập các câu lạc bộ đọc sách, xây dựng thư viện, mở lớp giáo dục thường xuyên bồi dưỡng trình độ văn hóa cho người dân tộc, đặc biệt chú trọng đối tượng người DTTS nghèo; huy động tối đa trẻ em người DTTS trong độ tuổi được đi học ở tất cả các bậc học, hạn chế tình trạng bỏ học của học sinh trong độ tuổi THCS và THPT.

Về hoạt động tạo thu nhập: Yếu tố đa dạng hóa các hoạt động tạo thu nhập sẽ làm tăng thu nhập cho người DTTS. Vì thế, để tăng thu nhập, người DTTS cần đa dạng hóa các hoạt động tạo thu nhập, để thực hiện được vấn đề này, cần phải có sự kết hợp của người dân tộc và sự hỗ trợ của chính quyền địa phương: (1) Người DTTS cần tích cực tham gia học nghề, tích cực tham gia và sáng tạo các hoạt động tạo thu nhập, đặc biệt là các hoạt động phi nông nghiệp nhằm phát huy các nguồn lực sẵn có của hộ; (2) Chính quyền địa phương cần phát triển các lớp dạy nghề cho người dân tộc, đồng thời có chính sách hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất, các tổ chức kinh tế hợp tác, các doanh nghiệp, các chủ trang trại... làm ăn có hiệu quả trên địa bàn, tạo điều kiện cho các đơn vị này tạo thêm ngành nghề, việc làm cho người dân tộc. Có chính sách ưu đãi thỏa đáng đối với các đơn vị có sử dụng nhiều lao động là người DTTS.

Về tiếp cận chính sách: Việc nhận được hỗ trợ từ nhà nước và chính quyền địa phương sẽ làm tăng thu nhập của hộ dân tộc. Vì thế, vấn đề tiếp cận chính sách hỗ trợ của nhà nước và chính quyền địa phương đối với người dân tộc là rất quan trọng. Để thuận lợi hơn trong việc tiếp cận chính sách hỗ trợ cho người dân tộc, cần thực hiện các

vấn đề sau: (1) Vận động người dân tộc tích cực tham gia các hội đoàn thể của địa phương để được hỗ trợ về thông tin, chia sẻ các nguồn lực tài chính, kỹ thuật khi cần thiết; (2) Cộng đồng người DTTS cần tích cực tham gia học tập, cập nhật thông tin của nhà nước và chính quyền địa phương để kịp thời tiếp cận với chính sách hỗ trợ.

Về tài chính: Từ kết quả phân tích cho thấy, biến vay vốn mặc dù không có ý nghĩa thống kê nhưng có tương quan thuận với thu nhập của người dân tộc, đồng thời tỷ lệ hộ dân tộc thiếu vốn để sản xuất kinh doanh là rất cao (50%). Việc thiếu vốn đã làm hạn chế khả năng tham gia các hoạt động tạo thêm thu nhập cho người dân tộc vì thế cần một giải pháp về tài chính cho người dân tộc, có thể tham khảo ý kiến sau: (1) Đa dạng hóa các loại hình hỗ trợ tín dụng cho người dân tộc, đặc biệt chú trọng các dự án hỗ trợ có tính chất nước ngoài đối với đối tượng người dân tộc; (2) Mở rộng hoạt động tín dụng cho hộ dân tộc nghèo, về số lượng tiền vay, thủ tục và thời hạn vay, phải gắn chặt với các đoàn thể, chính quyền địa phương và hệ thống khuyến nông, để đáp ứng đầy đủ nhu cầu vốn của người DTTS; (3) Hỗ trợ cho những hộ dân tộc thiếu tư liệu, thiếu đất hoặc không có đất sản xuất bằng vốn vay ưu đãi, cấp đất sản xuất phù hợp với địa bàn, ngành nghề và điều kiện sản xuất cụ thể.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Âu Vi Đức (2008), *Phân tích hiệu quả sử dụng vốn vay của hộ nghèo tại tỉnh Hậu Giang*.
2. Lương Thanh Phong (2010), *Phân tích tác động của dự án nâng cao đời sống đến thu nhập của người Khmer ở tỉnh Trà Vinh*.
3. Nguyễn Hoài Sơn, Lê Quang Ngọc, Nguyễn Quang Tuấn và Nguyễn Đức Vinh (2017), *Một số chiêu cạnh biến đổi xã hội trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, Viện Xã hội học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
4. Nguyễn Quốc Nghi (2010), *Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng chính thức của các dân tộc thiểu số: nghiên cứu trường hợp người Khmer ở Trà Vinh và người Chăm ở An Giang*, Tạp chí Khoa học số 19, Trường Đại học Mở Tp. Hồ Chí Minh.
5. Nguyễn Quốc Nghi (2010), *Thực trạng và giải pháp định hướng sinh kế cho các dân tộc thiểu số vùng DBSCL: trường hợp người Chăm ở An Giang và người Khmer ở Trà Vinh*.
6. Tổ chức Oxfam (2013), *Tóm lược gợi ý chính sách: Giảm nghèo tại các cộng đồng dân tộc thiểu số Việt Nam thông qua cải cách quản trị cơ sở*.

7. Trần Văn Kham và Nguyễn Văn Chiểu (2016), *Nghiên cứu về thực trạng đói sống của đồng bào dân tộc thiểu số: nhìn từ khía cạnh việc làm và thu nhập.*
8. James Ryan Reblando (2018), *Social Changes' Impact on the Creation of New Social and Legislative Rules and Norms.*
9. Tuyen Quang Tran (2015), *Nonfarm employmnet and household income among ethnic minorities in Vietnam*, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 28:1, 703-716, DOI: 10.1080/1331677X.2015.1087872.
10. UNFPA (2011), *Ethnic Groups in Vietnam: An analysis of key indicators from the 2009 Viet Nam Population and Housing Census.*
11. United Nations Development Group (2008), *United Nations Development Group Guidelines on Indigenous Peoples' Issues*, Accessed November 2009.
12. UNRISD Institutional Strategy (2011-2014), *Research for Social Change.*
13. Van de Walle, D. & Gunewardena, D. (2001), *Sources of ethnic inequality in Viet Nam*, Journal of Development Economics 65 (1), 177 – 207.
14. World Bank (2016), *Digital Dividends.*
15. World Bank (2018), *Climbing the Ladder: Poverty Reduction and Shared Prosperity in Vietnam.*
16. World Bank (1999), *Vietnam Developmen Report 2000: Attacking Poverty*, Poverty Reduction and Economic Management Unit, East Asia and Pacific Region.

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Khoa Kinh tế Chính trị

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỚNG ĐẾN
HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH
CỦA SINH VIÊN**

Văn Thị Diệu Hương, Nguyễn Thị Xuân Mai

1974

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)

E-mail: rces.info@gmail.com

Website: rces.info

Facebook: facebook.com/RCES.info

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA SINH VIÊN

Văn Thị Diệu Hương*, Nguyễn Thị Xuân Mai

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội,
144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Nghiên cứu đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn thành phố Hà Nội. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy sinh viên có hành vi tiêu dùng xanh là do: (i) thái độ đối với tiêu dùng xanh; (ii) ý định tiêu dùng xanh; (iii) độ nhạy cảm về giá của sản phẩm; (iv) nhận thức về rủi ro cho việc mua sản phẩm; (v) chuẩn chủ quan về tiêu dùng xanh. Từ đó, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp, kiến nghị đến Nhà nước và doanh nghiệp để đưa ra những chính sách, chiến lược nhằm thu hút, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, đặc biệt đối tượng người tiêu dùng trẻ - sinh viên. Bên cạnh đó, nhóm còn đưa ra một số hàm ý đối với sinh viên, để từ đó thúc đẩy hành vi tiêu dùng xanh hiệu quả. Qua đó, đem lại lợi nhuận và doanh thu cao nhất cho doanh nghiệp, góp phần giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đến môi trường, hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế xanh và bền vững.

Từ khóa: Tiêu dùng xanh, Hành vi tiêu dùng xanh, Tiêu dùng xanh sinh viên,...

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, thế giới đang đổi mới với các thách thức liên quan tới cạn kiệt tài nguyên, sự nóng lên của toàn cầu, và suy giảm hệ sinh thái tự nhiên. Trước thực trạng này, nhiều nước trên thế giới đã dần nhận thức rõ hơn tầm quan trọng của bảo vệ môi trường. Mô hình phát triển bền vững, nền kinh tế xanh và chính sách tăng trưởng xanh là một số trong những sáng kiến mới được triển khai những năm gần đây. Khác với xu hướng phát triển “nâu” đặt trọng tâm vào công nghiệp hóa, hiện đại hóa đầu những năm 2000, kinh tế xanh là xu hướng phát triển trong bối cảnh toàn cầu hiện nay và tiêu dùng xanh là một trong những trụ cột phát triển của xu hướng này.

* Tác giả liên hệ: SĐT: 0523426259;
Email: vthidieuhuong@gmail.com

Khi nền kinh tế ngày càng phát triển, mức sống người dân càng cao thì nhu cầu được sử dụng các sản phẩm, dịch vụ có chất lượng tốt, an toàn và mong muốn bảo vệ các nguồn tài nguyên cho các thế hệ tương lai cũng ngày càng tăng, nhất là các sản phẩm phục vụ trực tiếp cho đời sống sinh hoạt của người dân. Vì thế mà khái niệm tiêu dùng xanh ngày càng trở nên phổ biến trong cuộc sống.

Tiêu dùng xanh càng ngày đóng một vai trò quan trọng đối với môi trường và xã hội vì nó được xem là xu hướng tiêu dùng tiên bộ và tiết kiệm. Việc sử dụng các sản phẩm xanh không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho chính cộng đồng mà còn góp phần bảo vệ môi trường, tạo ra một không gian sống trong lành. Do đó, xu hướng khuyến khích tiêu dùng xanh sản xuất và sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường trên thế giới ngày càng gia tăng. Hiện nay, người tiêu dùng trên thế giới đang dần dần hướng tới các sản phẩm bền vững, thân thiện với môi trường và coi điều đó là tiêu chuẩn cho các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao.

Đối tượng người tiêu dùng là sinh viên đại diện cho một động cơ mạnh mẽ trong sự phát triển của dân số có ý thức về môi trường cũng như một thị trường đầy hứa hẹn cho các sản phẩm xanh. Người tiêu dùng trẻ tuổi cụ thể là sinh viên thường có xu hướng dễ chấp nhận những ý tưởng mới và sáng tạo hơn là những người lớn tuổi, đây cũng được coi là mục tiêu chính của các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách và các nhà giáo dục để can thiệp trong sự hình thành và thường xuyên hóa các hoạt động tiêu dùng bền vững.

Người trẻ tuổi có học vấn ngày càng cao nên họ quan tâm đến vấn đề môi trường nhiều hơn. Hơn nữa, sinh viên đang ở giai đoạn phản ánh xã hội hóa người tiêu dùng đang trong thời kỳ quan trọng của việc xa gia đình và tiếp quản trách nhiệm cao hơn cho chính gia đình. Nhóm tuổi này có sức mạnh chi tiêu không nhỏ và đang mở rộng nhanh chóng (Moses, 2020), tương ứng với mức độ liên quan về các tác động bền vững do tiêu dùng của họ tăng lên.

Bên cạnh đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên là vô cùng quan trọng vì các yếu tố chính là những lý do quyết định hành vi mua của người tiêu dùng trẻ - sinh viên. Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện với mục đích đề xuất mô hình nghiên cứu, xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến

hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên. Thông qua đó, có thể đưa ra được giải pháp, kiến nghị giúp các doanh nghiệp và Chính phủ thúc đẩy hoạt động tiêu dùng sản phẩm xanh tại Hà Nội, góp phần hướng tới phát triển nền kinh tế xanh và bền vững.

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Mục tiêu của bài nghiên cứu là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn TP. Hà Nội, xác định mô hình lý thuyết và kiểm định mô hình đó. Từ đó tạo nền tảng, cơ sở cho các đề xuất của Chính phủ và doanh nghiệp nhằm thúc đẩy hoạt động tiêu dùng xanh tại Hà Nội, góp phần hướng tới phát triển nền kinh tế xanh và bền vững.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

3.1. Sản phẩm xanh

Sản phẩm xanh được biết đến là một trong những sản phẩm đang có xu hướng tiêu dùng trên thị trường hiện nay. Hiện nay có rất nhiều định nghĩa về sản phẩm xanh và vẫn chưa có định nghĩa nào thống nhất. Shamdasani & cộng sự (1993) định nghĩa sản phẩm xanh là sản phẩm không gây ô nhiễm cho trái đất hoặc tổn hại tài nguyên thiên nhiên, có thể tái chế và bảo tồn. Đó là một sản phẩm có chất liệu hoặc bao bì thân thiện hơn với môi trường, nhằm làm giảm tác động tiêu cực đến môi trường.

Nimse và cộng sự (2007) cho rằng sản phẩm xanh là những sản phẩm sử dụng các vật liệu có thể tái chế, giảm thiểu tối đa phế thải, giảm sử dụng nước và năng lượng, tối thiểu bao bì và thải ít chất độc hại ra môi trường.

3.2. Nhãn sinh thái

Nhãn xanh/nhãn sinh thái là loại nhãn được dùng để chỉ ra những sản phẩm có mức độ ưu tiên chung về môi trường cao hơn so với những loại sản phẩm khác trong cùng một nhóm sản phẩm trên cơ sở đánh giá những tác động và ảnh hưởng đến môi trường của toàn bộ chu trình luân chuyển (vòng đời) của sản phẩm.

3.3. Tiêu dùng xanh

“Tiêu dùng xanh” là hoạt động của con người hướng tới gìn giữ, tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và góp phần tạo ra tăng trưởng xanh của nền

kinh tế (xét từ phía tổng cầu của nền kinh tế). Nghiên cứu này tiếp cận khái niệm “Tiêu dùng xanh” là thực hiện một chuỗi các hành vi gồm mua sắm và sử dụng các sản phẩm hoặc dịch vụ xanh: mua sắm các sản phẩm xanh thân thiện với môi trường, sử dụng sản phẩm tiết kiệm, không sử dụng túi nilon nhằm giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đến môi trường và không gây hại cho sức khỏe con người”.

3.4. Thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam

Việt Nam đang đứng trước những thách thức về phát triển bền vững trước sự gia tăng dân số, kéo theo đó là nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của xã hội. Tuy nhiên, so với các nước trong khu vực, yêu cầu về sản phẩm xanh trên thị trường Việt Nam cũng như nhận thức của người tiêu dùng Việt Nam còn hạn chế. Cách nhận biết các sản phẩm dán nhãn sinh thái còn chưa phổ biến đối với người tiêu dùng. Các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn hạn chế trong việc đầu tư, sử dụng công nghệ, phương thức quản lý và áp dụng các hệ thống quản lý phù hợp để sản xuất các sản phẩm đáp ứng yêu cầu về dán nhãn xanh. Mặt khác, các tiêu chí về sản phẩm xanh còn rất hạn chế về mặt số lượng và mới chỉ có đối với một số chủng loại mặt hàng nhất định. Bên cạnh đó, Việt Nam đang đứng trước một thực trạng là tăng trưởng kinh tế gắn liền với sự sụt giảm mạnh về tài nguyên thiên nhiên và gia tăng ô nhiễm môi trường.

Việt Nam cũng đã triển khai một số hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu dùng bền vững mà trong đó tiêu dùng xanh cũng đã bắt đầu được nhắc đến 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 vào năm 1999, Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả,... Các chương trình liên quan đến sản phẩm xanh như Chương trình cấp Nhãn sinh thái (Bộ TN&MT; Nhãn tiết kiệm năng lượng (Bộ Công thương); Nhãn sinh thái cho ngành du lịch cũng được triển khai. Bộ Tài nguyên và Môi trường đã triển khai việc gắn nhãn sinh thái vào năm 2010. Năm 2013, Bộ Tài nguyên và Môi trường cũng đã xây dựng và ban hành tiêu chí chứng nhận nhãn xanh Việt Nam cho sản phẩm đặc quy, các sản phẩm máy tính xách tay, máy in, mực in. Năm 2014 áp dụng tiêu chí dán nhãn xanh Việt Nam cho nhóm sản phẩm máy tính để bàn, mực in cho máy

photocopy, pin tiêu chuẩn. Năm 2015 áp dụng tiêu chí dán nhãn xanh Việt Nam cho nhóm sản phẩm máy giặt, tủ lạnh, tivi,...

Tuy nhiên, thói quen tiêu dùng của người tiêu dùng Việt Nam nói chung và TP. Hà Nội nói riêng vẫn “tiện đâu mua đấy”. Trừ một số ít tỷ lệ nhóm người tiêu dùng có mức chi tiêu cao thường lựa chọn nơi mua bán tuy nhiên họ vẫn chưa có mục tiêu tiêu dùng đúng đắn. Qua đó, có thể thấy, tuy Nhà nước đã bước đầu cụ thể hóa chiến lược về tiêu dùng xanh nhưng tiêu dùng hiện tại của người dân Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng vẫn còn chưa “xanh”.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

4.1. Nghiên cứu định tính

Nhóm nghiên cứu tiến hành thu thập đọc, tổng hợp, phân tích, so sánh và đánh giá các tài liệu từ các nghiên cứu trước, kế thừa có chọn lọc những tài liệu này để nghiên cứu về khái niệm, các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng xanh.

4.2. Nghiên cứu định lượng

4.2.1. Phương pháp thu thập số liệu

Thông tin sơ cấp được thu thập bằng cách chọn mẫu ngẫu nhiên thông qua phiếu khảo sát online trong trang web <https://doc.google.com>.

Kết quả nhóm nghiên cứu đã thu về được số lượng phản hồi là 412 phản hồi, sau khi xử lý và loại bỏ còn lại 371 phản hồi đủ điều kiện để đưa vào phân tích định lượng.

4.2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Thông tin được thu thập sẽ được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Thang đo sau khi được đánh giá bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA sẽ được sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính để đo lường mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên.

5. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

5.1. Mô tả mẫu điều tra

Kết quả khảo sát với 371 phản hồi cho thấy 93% người tiêu dùng từng nghe nói tới tiêu dùng xanh. Trong đó, tỷ lệ sinh viên nữ là cao nhất chiếm 66%. Theo trường học, có 359 sinh viên đến từ các trường đại học, 12 sinh viên các trường cao đẳng. Theo năm học, sinh viên năm hai tham gia nhiều nhất chiếm 45%, sinh viên năm cuối chiếm tỉ lệ ít nhất 8%. Theo mức chi tiêu hàng tháng, sinh viên có mức chi tiêu hàng tháng từ 1,5 triệu đến 2,5 triệu đồng chiếm 45%.

5.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho thấy tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về hệ số tin cậy Cronbach's Alpha: thấp nhất là 0,694 (Nhận thức đối với môi trường) và cao nhất là 0,849 (Ý định tiêu dùng xanh).

Bảng 1: Bảng Kiểm định Cronbach's Alpha

STT	Tên nhóm biến	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Ý định tiêu dùng xanh (YD)	4	0,849
2	Hành vi tiêu dùng xanh (HV)	6	0,748
3	Chuẩn chủ quan về tiêu dùng xanh (CQ)	5	0,782
4	Thái độ đối với tiêu dùng xanh (TD)	4	0,712
5	Nhận thức đối với môi trường (NT)	4	0,694
6	Độ nhạy cảm về giá (NC)	4	0,807
7	Nhận thức về rủi ro (RR)	4	0,846

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

5.3. Phân tích hồi quy

Sau khi phân tích hồi quy các hệ số của các nhân tố độc lập tác động đến hành vi nhóm nhận thấy nhóm yếu tố F_NT có hệ số Sig. = 0,163 > 0,05, nên nhóm đã loại yếu tố F_NT đi và chạy hồi quy lại, được kết quả:

Phân tích và đọc kết quả hồi quy đa biến trên SPSS

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R bình phương	Hệ số R bình phương điều chỉnh	Sai số chuẩn ước lượng	Durbin-Watson
1	0,850 ^a	0,722	0,718	0,255	1,862

Phân tích phương sai

Mô hình		Tổng bình phương	df	Sai số toàn phương trung bình	F	Sig.
1	Phân tích hồi quy	61,859	5	12,372	189,808	,000 ^b
	Số dư	23,791	365	,065		
	Tổng	85,650	370			

Hệ số

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyết	
	B	Sai số chuẩn				Hệ số Tokerance	VIF
(Hàng số)	0,404	0,118		3,437	0,001		
F_YD	0,193	0,024	0,267	8,003	0,000	0,686	1,457
F_CQ	0,107	0,022	0,148	4,781	0,000	0,794	1,260
F_TD	0,302	0,030	0,375	10,183	0,000	0,560	1,785
F_NC	0,154	0,024	0,213	6,449	0,000	0,701	1,427
F_RR	0,141	0,027	0,181	5,170	0,000	0,618	1,619

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

Từ bảng số liệu, ta thấy được Hệ số R bình phương hiệu chỉnh bằng 0,718, nghĩa là hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên cơ sự thay đổi 71,8% và sự biến thiên các biến độc lập của mô hình đã giải thích cho sự thay đổi đó.

Hệ số Sig của mô hình < 0,05. Do đó, mô hình có ý nghĩa thống kê thực tiễn.

Các hệ số phỏng đại phương sai VIF của các nhóm yếu tố đều nhỏ hơn 2.000. Vì vậy, các biến độc lập không có tương quan đến nhau, không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập.

Hàm hồi quy được viết như sau:

Hành vi tiêu dùng xanh = 0,404 + 0,193*ý định + 0,107*chuẩn chủ quan + 0,302*thái độ + 0,154*nhạy cảm về giá + 0,141*rủi ro

6. BÀN LUẬN VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Từ kết quả hồi quy của mô hình, ta có thể thấy, các nhóm yếu tố như ý định tiêu dùng xanh, chuẩn chủ quan về hành vi tiêu dùng xanh, thái độ đối với tiêu dùng xanh, độ nhạy cảm về giá, nhận thức về rủi ro có tác động đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội. Trong đó, yếu tố thái độ đối với tiêu dùng xanh đóng vai trò tác động mạnh mẽ nhất, sau đó là yếu tố ý định tiêu dùng xanh và yếu tố chuẩn chủ quan có tác động nhỏ nhất đến hành vi tiêu dùng xanh.

Về thái độ, đây là yếu tố quan trọng nhất tác động tới hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên. Thái độ của sinh viên đối với tiêu dùng xanh được thể hiện thông qua việc sinh viên sẵn sàng chi trả cho việc sử dụng sản phẩm xanh, tin tưởng việc sử dụng sản phẩm xanh và khuyến khích mọi người xung quanh có hành vi tốt đối với tiêu dùng xanh. Khi sinh viên có thái độ tốt sẽ sẵn sàng chuyển sang hành vi thực sự.

Về yếu tố ý định, đây là yếu tố đóng vai trò quan trọng thứ hai đến hành vi tiêu dùng xanh. Ý định là một yếu tố quan trọng tác động tới hành vi của người tiêu dùng, khi người tiêu dùng có ý định thì khả năng thực hiện hành vi của họ sẽ cao hơn. Theo bảng ma trận nhân tố xoay, ý định tiêu dùng xanh của sinh viên cụ thể được nhấn mạnh vào việc có ý định sẵn sàng mua sản phẩm xanh để giảm thiểu ô nhiễm môi trường và ý kiến tin tưởng vào tiêu dùng xanh là sự lựa chọn tốt cho tương lai. Mỗi cá nhân cần có cái nhìn tích cực về tiêu dùng xanh để từ đó có ý định tốt nhằm dẫn tới hành vi thực hiện cao hơn.

Về yếu tố độ nhạy cảm về giá của sản phẩm, đây là yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên. Đối tượng là sinh viên, nên thu nhập còn thấp, nguồn thu nhập chủ yếu vẫn là từ gia đình, nên mức chi tiêu cũng chưa cao. Độ nhạy cảm về giá đặc biệt ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh khi sinh viên nhận thấy sản phẩm xanh đang được khuyến mãi, hoặc chúng có giá tương đương hoặc cao hơn sản phẩm thường trong khoảng 20%. Điều này chứng tỏ sinh viên cũng có những quan tâm nhất

định về tiêu dùng xanh, tuy nhiên hành vi tiêu dùng xanh chỉ được thực hiện khi giá thành sản phẩm phù hợp với mức chi tiêu.

Về yếu tố nhận thức về rủi ro, cũng là yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên. Qua bảng ma trận xoay cho thấy, sinh viên tin tưởng rằng việc sử dụng sản phẩm xanh là an toàn và tránh được các rủi ro, sinh viên cũng sẵn sàng tìm hiểu những thông tin về sản phẩm xanh dù cho chúng không được phổ biến. Mặc dù việc sử dụng sản phẩm xanh còn gặp một số rủi ro, tuy nhiên sinh viên vẫn sẵn sàng tìm hiểu để tránh được các rủi ro không mong muốn, từ đó có hành vi tiêu dùng xanh hiệu quả hơn.

Về yếu tố chuẩn chủ quan, đây là yếu tố có tác động ít nhất đến hành vi tiêu dùng xanh. Điều này chứng tỏ rằng, hành vi tiêu dùng xanh xảy ra độc lập hơn, ít bị chi phối bởi ý kiến xung quanh. Hầu hết những người tiêu dùng sản phẩm xanh, hay có ý định sử dụng sản phẩm xanh chịu sự tác động của những người xung quanh họ nhiều hơn họ tự ý thức được việc nên tiêu dùng xanh. Những người xung quanh họ ở đây có thể là gia đình, bạn bè, hàng xóm, đồng nghiệp, báo chí, truyền thông. Theo bảng ma trận nhân tố xoay, đối tượng có ảnh hưởng đến sinh viên nhiều nhất khi thực hiện hành vi tiêu dùng xanh là những người thân trong gia đình và bạn bè xung quanh.

7. HÀM Ý GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ

Dựa trên kết quả trên làm nền tảng, có thể đưa ra một số kiến nghị chính sách nhằm phát triển các hàm ý ứng dụng phục vụ chiến lược truyền thông hiệu quả cũng như tăng cường thúc đẩy hành vi hướng đến tiêu dùng xanh của sinh viên như sau:

Nâng cao thái độ của sinh viên đối với tiêu dùng xanh; mở các khóa học ngắn hạn về tiêu dùng bền vững, tiêu dùng xanh, phân loại rác...; phát động phong trào tiêu dùng xanh thông qua các tổ chức, đoàn thể. Các thông tin và chính sách liên quan đến sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh phải được phổ biến rộng rãi đến mọi người thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và các phương tiện xã hội khác. Từ đó, góp phần thay đổi thái độ của sinh viên đối với tiêu dùng xanh hướng đến gia tang hành vi tiêu dùng xanh.

Các doanh nghiệp cần chứng minh được rằng sản phẩm xanh của doanh nghiệp mình phải thực sự hữu dụng, phù hợp và giảm thiểu ô nhiễm môi trường, là sự lựa chọn

thích hợp nhất cho tương lai bằng các biện pháp marketing, cho dùng thử sản phẩm... để sinh viên nhận ra sự hữu ích của sản phẩm và hình thành nên ý định sử dụng sản phẩm. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần không ngừng phát triển công nghệ sản xuất, đổi mới sản xuất để tăng năng suất lao động, tạo ra các sản phẩm có giá cả phù hợp với mức thu nhập của đối tượng sinh viên.

Nhà nước cần triển khai thực hiện việc đánh thuế cao túi nilon để hình thành thói quen tái sử dụng túi nilon và sử dụng các loại túi đựng khác (túi vải, túi sinh học) khi đi mua hàng.

Nhà nước có thể hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động R&D nhằm giảm nhanh giá thành sản phẩm, thu hẹp khoảng cách giữa sản phẩm xanh và sản phẩm thông thường, như vậy người tiêu dùng có thu nhập thấp mới có thể tiếp cận và sử dụng được các sản phẩm xanh. Bên cạnh đó, cần có những phương pháp, chính sách hỗ trợ giá cho các sản phẩm thân thiện với môi trường, an toàn cho sức khỏe đến với đối tượng là sinh viên.

Đối với sinh viên nên chủ động tìm hiểu kiến thức về tiêu dùng xanh để thay đổi thái độ với tiêu dùng xanh, tích cực tiêu dùng xanh hiệu quả hơn; tuyên truyền, khuyến khích những người xung quanh tiêu dùng xanh. Ngoài việc nâng cao ý thức về tiêu dùng xanh của bản thân, có thể tham gia các chương trình tình nguyện vì môi trường. Mỗi bạn sinh viên cần cẩn nhắc trong việc tiêu dùng và sử dụng để tránh lãng phí, dư thừa; mua thực phẩm tại các địa điểm đáng tin cậy để có thể xác thực sản phẩm và tìm hiểu thông tin của nhãn hiệu quan tâm; hạn chế sử dụng túi nilon và các sản phẩm từ nhựa để giảm thiểu lượng rác thải ra môi trường, thay vào đó là sử dụng các sản phẩm có thể dùng nhiều lần như túi vải hay túi sinh học vừa tiết kiệm chi phí, vừa bảo vệ sức khỏe và thân thiện với môi trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hồ Huy Tựu, Nguyễn Văn Ngọc, Đỗ Phương Linh (2018), *Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người dân Nha Trang*.
2. Hoàng Thị Bảo Thoa (2016), “Xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và hàm ý đối với Việt Nam”.
3. Hoàng Thị Bảo Thoa (2017), “Nghiên cứu những nhân tố tác động tới mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam”.

4. Hoàng Trọng Hùng, Huỳnh Thị Thu Quyên, Huỳnh Thị Nhi (2018), “Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Huế”.
5. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), “Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS”.
6. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), “Thống kê ứng dụng trong Kinh tế - xã hội”.
7. Ngô Thị Duyên, Phạm Thị Ngoan (2019), “Thúc đẩy tiêu dùng xanh của các hộ gia đình Việt Nam hiện nay” Tạp chí tài chính.
8. Nguyễn Danh Sơn (2015), “Tiêu dùng xanh tài nguyên thiên nhiên – một cách thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh ở Việt Nam”.
9. Nguyễn Đình Thọ (2011), “Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh”, NXB Lao Động Xã hội, TP. Hồ Chí Minh.
10. Nguyễn Kim Nam (2015), “Ý định tiêu dùng thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng trẻ: Vai trò của niềm tin”.
11. Nguyễn Thị Hoài Thương và Phạm Thị Hồng Phương (2018), “Phân tích yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người dân tại Quận Bắc Từ Liêm, Thành Phố Hà Nội”.
12. Nguyễn Thu Huyền và Nguyễn Thị Ngọc Ánh (2009), “Phát triển và kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh”.
13. Nguyễn Trọng Hoài, Đặng Quang Vinh (2014), “Sử dụng năng lượng của người dân theo hướng tiêu dùng xanh: Khung phân tích và bằng chứng thực nghiệm tại khu vực đô thị Việt Nam”.
14. Phạm Thị Thu Hà (2018), “Hành vi tiêu dùng thực phẩm thịt lợn an toàn của cư dân đô thị (Nghiên cứu tại khu đô thị Đặng Xá và khu đô thị Ecopark)”.
15. Phạm Tuân Anh và Nguyễn Thị Thu Hồng (2019), “Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn tiêu dùng bền vững trong lĩnh vực ăn uống: nghiên cứu trường hợp sinh viên các trường đại học tại khu vực Hà Nội”.

16. Trần Triệu Khải (2015), “Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh: Trường hợp sinh viên Đà Nẵng”.
17. Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thị Ngọc Ánh và Nguyễn Thu Huyền (2012b), “Kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh”. *Kinh tế và Chính trị Thế giới*, Số 7.
18. Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thu Huyền và Nguyễn Thị Ngọc Ánh (2012a), “Đánh giá nhận thức và hành vi tiêu dùng xanh: Trường hợp người tiêu dùng Hà Nội” *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, Số 184.
19. Ajzen, Fishbein (1992), “Theory of reasoned action as applied to moral behavior - a confirmatory analysis”. *Journal of Personality and Social Psychology*.
20. BipulKumar. (2012), Theory of Planned Behavior Approach to Understand the Purchasing Behavior for Environmentally Sustainable Products. Indian institute of Management Ahmedabad– INDIA.
21. Clark, C.F., Kotchen, M.J. & Moore, M.R. (2003), “Internal and External Influence on ProEnvironmental Behavior: Participation in a Green Electricity Program”.
22. Dan Wang, Liuzi Yang (2010), “Customer Buying Behavior – Online Shopping towards electronic product, Umea School of Business”.
23. David Gadenne, Bishnu Sharma, Don Kerr and Tim Smith (2011), “The influence of consumers' environment beliefs and attitudes on energy saving behaviors”. *Energy Policy*, 7684-7694.
24. Fischer, D., Bohme, T & Geige, S.M (2017), “Mesuring young consumer's sustainable consumption behavior: Development and validation YCSCB scale”, *Young Consumer*, 18(3), 312-326.
25. Geiger, S., Fischer, D. and Schrader U. (2017), “Measuring what matters in sustainable consumption: An integrative framework for the selection of relevant behaviors”, *Sustainable Development*.
26. Hui-hui Zhao, Qiao Gao, Yao-ping Wu, Yuan Wang, Xiao-dong Zhu (2014), “What affects green consumer behavior in China? A case study from Qingdao”.

27. Irawan, R. and Darmayanti, D. (2012), The Influence Factors of Green Purchasing Behavior: A Study of University Students in Jakarta, School of Marketing, Bina Nusantara University – *International, JI. Hang Lekir 1 no 6*, Jakarta 10270, Indonesia.
28. L.J. Shrum, John A. McCarty, Tina M. Lowrey (2013), “Buyer Characteristics of the Green Consumer and Their Implications for Advertising Strategy”. *Journal of Advertising*, 71-82.
29. Lee, K (2010), The green purchase behavior of Hong Kong young consumers: the role of peer influence, local environmental involvement, and concrete environmental knowledge, *Journal of International Consumer Marketing*, 23(1), 21–44.
30. Nimse, P., Vijayan, A., Kumar, A. & Varadarajan, C. (2007), A review of green product database, *Environmental Progress*, 26(2), 131–137.
31. Pepper M, Jackson T, Uzzell D. (2009), “An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours”, *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 126–136.
32. Shamdasani, P.Chon-Lin, G.Richmond (1993), Exploring green consumers in an oriental culture: Role of personal and marketing mix, *Advances in Consumer Research*, 20(1), 488–493.
33. Wang, W-L (2012), “A Study on Consumer Behavior for Green Products from a Lifestyle Perspective”, *The Journal of American Academy of Business*, 18(1), 164-170.

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Viện Quản trị Kinh doanh

**HÀNH VI TIÊU DÙNG SẢN PHẨM XANH
CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI -
NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG SỬ DỤNG SẢN
PHẨM GIẤY THAY SẢN PHẨM NHỰA CỦA
SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

**Trần Ngọc Vân Chi, Nguyễn Thị Xuân Hòa,
Đặng Hương Ly**

1974

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)
E-mail: rces.info@gmail.com
Website: rces.info
Facebook: facebook.com/RCES.info

HÀNH VI TIÊU DÙNG SẢN PHẨM XANH CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI - NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG SỬ DỤNG SẢN PHẨM GIẤY THAY SẢN PHẨM NHỰA CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Trần Ngọc Vân Chi*, Nguyễn Thị Xuân Hòa, Đặng Hương Ly

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội,
144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Hiện nay, các hành vi tiêu dùng xanh tại Việt Nam như lựa chọn tiêu dùng các sản phẩm giấy, thay thế cho sản phẩm nhựa đã nhận được quan tâm của hầu hết các phương tiện truyền thông và người dân, đặc biệt là lớp trẻ sinh viên - bộ phận,... Dựa trên các mô hình và lý thuyết hành vi người tiêu dùng, nhóm nghiên cứu đề xuất khung phân tích sử dụng 7 yếu tố (Kiến thức, nhận thức, mối quan tâm, niềm tin, thái độ, giá cả, hành vi) để phân tích hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội - Nghiên cứu tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay sản phẩm nhựa của sinh viên tại thành phố Hà Nội.

Từ khóa: Sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh, sản phẩm giấy, sinh viên.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

1.1. Đặt vấn đề

Cùng với sự tăng trưởng của nền kinh tế, ý thức tiêu dùng của người dân hướng đến xanh hơn liên quan đến chất lượng cuộc sống của các cá nhân và cộng đồng ngày càng được nâng cao. Khái niệm tiêu dùng xanh đề cập đến việc sử dụng dịch vụ và sản phẩm đáp ứng các nhu cầu cơ bản và mang lại chất lượng sống tốt hơn mà không làm ảnh hưởng đến nhu cầu của thế hệ tương lai, tức là giảm tối đa việc sử dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên và các chất độc hại cũng như việc phát sinh chất thải và chất ô nhiễm. Nói một cách đơn giản, con người không thể tiếp tục khai thác tài nguyên trên hành tinh, xả thải, gây độc và ô nhiễm mà không suy nghĩ gì về tương lai và thế hệ sau này.

* Tác giả liên hệ: SĐT: 0986713911
Email: tnvanchi1120@gmail.com

Hiện nay, hầu hết các phương tiện truyền thông và người dân Việt Nam đều quan tâm đến hành vi tiêu dùng xanh như lựa chọn tiêu dùng các sản phẩm giấy thay thế các sản phẩm nhựa. Những hành động mua sắm và tiêu dùng hợp lý, tiết kiệm của mỗi cá nhân sẽ góp phần vào bảo tồn các nguồn tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường cho thành phố mà chúng ta đang sinh sống (Moser, 2015).

Thành phố Hà Nội đang hướng tới xây dựng thành một đô thị sinh thái theo hướng bền vững. Việc lựa chọn sử dụng những sản phẩm và thói quen tiêu dùng hàng ngày của mỗi cá nhân đóng góp vào sự phát triển bền vững của thành phố. Giải pháp đáp ứng nhu cầu cơ bản của mỗi cá nhân có ý nghĩa quan trọng đối với việc định hình thị trường và tác động trực tiếp hay gián tiếp đến môi trường của chúng ta. Nếu từng cá nhân áp dụng những thói quen sử dụng tiết kiệm năng lượng như điện, nước và hạn chế sử dụng đồ nhựa trong cuộc sống hàng ngày sẽ giảm được đáng kể một lượng rác thải sinh hoạt và giảm áp lực nguồn cung điện và nước của thành phố Hà Nội.

Chính vì vậy, Tiêu dùng xanh thông qua những hành vi có trách nhiệm của mỗi cá nhân là một trong những biện pháp đem lại sự cân bằng cho môi trường và xã hội. Cụ thể, tiêu dùng xanh gắn với sản xuất và phân phối, sử dụng và thải bỏ các sản phẩm đồng thời cung cấp các dịch vụ và phương tiện xem xét lại vòng đời của chúng với mục đích là đảm bảo các nhu cầu cơ bản của cộng đồng toàn cầu, giảm thiểu sự tiêu dùng quá mức và tránh thiệt hại về môi trường. Do đó, tiêu dùng xanh là một yếu tố không thể tách rời của phát triển bền vững. Trong những giải pháp để bảo vệ môi trường, thì người tiêu dùng biết đến việc thay thế các sản phẩm nhựa bằng các sản phẩm giấy là thân thiện với sức khỏe của con người và môi trường của cộng đồng.

Khi xã hội ngày càng phát triển và hội nhập thì hơn ai hết, sinh viên, người trưởng thành đang chiếm một số lượng lớn người dân của cả nước, những con người nắm giữ chìa khóa thành công cho cả một quốc gia. Họ là những con người ở độ tuổi trẻ trung, năng động, dễ dàng học hỏi những điều mới, dễ dàng thay đổi nhận thức. Đây là bộ phận quan trọng nền tảng tới thế hệ sau này nên việc nhận thức về thay đổi hành vi sử dụng sản phẩm ô nhiễm tới môi trường là rất quan trọng. Nhằm mang lại cái nhìn khách quan về hiện trạng tiêu dùng xanh của sinh viên và tìm ra một số giải pháp thúc đẩy cộng đồng tiêu dùng bền vững để từ đó có thể nhân rộng ra cho người dân trên toàn

thành phố Hà Nội áp dụng, chúng tôi đã lựa chọn đề tài “Hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội - Nghiên cứu tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay sản phẩm nhựa của sinh viên” để tiến hành nghiên cứu.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Trong bối cảnh xu hướng tiêu dùng xanh của người tiêu dùng đang ngày càng gia tăng, thêm vào đó sản phẩm xanh cần có điều kiện tốt hơn để phát triển và đi vào đời sống người dân tại Việt Nam mang lại lợi ích cho cộng đồng xã hội.

Đề tài nhằm tìm hiểu thực trạng sử dụng sản phẩm xanh và đánh giá một số yếu tố ảnh hưởng đến tình huống thay đổi sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy của sinh viên trên địa bàn Hà Nội. Từ đó đề tài đề xuất một số giải pháp khuyến nghị nhằm thúc đẩy việc thay đổi hành vi sử dụng sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy giúp bảo vệ môi trường.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu thứ cấp kết hợp nghiên cứu sơ cấp thông qua khảo sát bằng bảng hỏi với hơn 300 sinh viên trên địa bàn Hà Nội.

Những thông tin thu thập được sẽ được sử dụng để đánh giá thực trạng về hành vi tiêu dùng xanh và các yếu tố ảnh hưởng đến tình huống thay đổi sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy của sinh viên trên địa bàn Hà Nội.

Để thu thập số liệu sơ cấp, nhóm sử dụng phương pháp nghiên cứu bằng bảng hỏi kết hợp với khảo sát thực địa. Mẫu bảng câu hỏi chi tiết áp dụng cho điều tra cáp hộ gia đình được trình bày ở Phụ lục 1. Bảng bao gồm 24 câu hỏi tập trung cho 2 nội dung chính cần điều tra là nhận thức và thói quen tiêu dùng xanh, nhằm tìm hiểu hiện trạng tiêu dùng xanh của sinh viên tại các trường Đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội.

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Hành vi tiêu dùng xanh

Hành vi người tiêu dùng là lĩnh vực nghiên cứu các cá thể, tập thể hay tổ chức và tiến trình họ sử dụng để lựa chọn, gắn bó, sử dụng, và thải hồi các sản phẩm, dịch vụ, trải nghiệm, hay ý tưởng để thỏa mãn các nhu cầu và những tác động của các tiến trình này lên người tiêu dùng và xã hội. Để hiểu được mong muốn của mọi người, nó

nghiên cứu đặc điểm của các cá nhân mua hàng như nhân khẩu học và các biến đổi trong hành vi mua hàng.

Hành vi tiêu dùng là nghiên cứu những phản ứng của các cá nhân khi nghe, nhìn, tiếp xúc, sử dụng các sản phẩm hoặc dịch vụ và những phản ứng của họ đối với các phương thức tiếp thị sản phẩm đó. Những phản ứng này phải được nghiên cứu trong bối cảnh có sự tác động của tâm lý bên trong cùng với ảnh hưởng của đặc điểm cá nhân và môi trường xã hội bên ngoài.

2.1.2. Sản phẩm xanh

Theo định nghĩa của Ủy ban Liên minh Châu Âu (2001) đã định nghĩa sản phẩm xanh là một loại sản phẩm sử dụng ít tài nguyên, có tác động rất ít, rủi ro thấp đối với môi trường và ngăn chặn phát sinh chất thải. Theo Dangelico & Pontrandolfo (2010) cũng chỉ ra rằng sản phẩm xanh là “những sản phẩm có tác động tốt và chúng giúp giảm thiểu ảnh hưởng xấu từ các sản phẩm đi kèm”. Như vậy, sản phẩm xanh không nhất thiết bẩn thân sản phẩm phải xanh mà nhiều yếu tố khác như bao bì, đóng gói, vận chuyển... hay các yếu tố phụ trợ tạo nên sản phẩm, đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng theo hướng thân thiện với môi trường. McDonagh & Prothero (1997) chỉ ra rằng có vô vàn cách tiếp cận để xác định định nghĩa “xanh”, như thân thiện sinh học, chính trị, trách nhiệm xã hội, trao đổi công bằng, bảo tồn, phi lợi nhuận, cách tiêu dùng mới, sự bền vững, bình đẳng. Sản phẩm xanh tiếp cận ở nhiều khía cạnh vô cùng đa dạng, tuy nhiên, còn nhiều sự nhầm lẫn về những thành phần tạo thành một sản phẩm thân thiện với môi trường (Baumann & cộng sự, 2002; Berchicci & Bodewes, 2005). Hiện nay, các công ty xây dựng nhiều biện pháp với mục tiêu “xanh hóa” sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu và cơ hội từ thị trường do nguyên nhân từ luật pháp, cạnh tranh và trách nhiệm sinh thái (Shrivastava & Hart, 1995; Bansal & Roth, 2000; González-Benito & González-Benito, 2006; Murillo-Luna & cộng sự, 2008); dẫn đến phát triển bền vững thân thiện môi trường trở thành một trong những chiến lược kinh doanh và cạnh tranh trên thị trường (Unruh & Ettenson, 2010).

Trong ngành thực phẩm, sản phẩm xanh được định nghĩa theo nhiều hướng, một trong số đó có thể kể đến như: không dùng thuốc trừ sâu, sản phẩm hữu cơ, quy trình chăm sóc, bao bì đóng gói... Như vậy, sản phẩm xanh trong thực phẩm có thể dễ dàng

chứng nhận thông qua nhiều thành phần cấu tạo nhằm mục tiêu hướng đến thị hiếu và sự quan tâm của người tiêu dùng đến môi trường.

2.1.3. Sản phẩm giấy

Sản phẩm giấy là những sản phẩm được sử dụng hàng ngày như ly giấy, ống hút giấy, bát giấy... Những sản phẩm được làm bằng giấy này vốn dĩ là tiện ích đơn giản nhưng lại ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của người sử dụng. Bởi vậy, tiến trình cung ứng ly giấy vẫn phải thông qua những quy định nghiêm ngặt trong việc chế tạo, trong đó ly được cấu tạo từ PE trong giai đoạn chế tạo nên càng cần phải có kiểm tra, kiểm soát chất lượng đạt chuẩn an toàn sức khỏe theo quy định.

Sản phẩm giấy là sản phẩm được sản xuất từ bột giấy tinh, có thể chứa thức uống nóng lạnh, rất bắt mắt, với những hình ảnh độc đáo và sang trọng và hơn thế nữa những chiếc ly giấy an toàn đảm bảo an toàn tuyệt đối cho sức khỏe người dùng.

Hiện nay, các sản phẩm giấy được sử dụng rộng rãi ở mọi nơi. Sản phẩm giấy là một trong những sản phẩm được sản xuất từ bột giấy tinh và nhựa PE dùng để đựng các loại nước uống, đồ ăn...

2.1.4. Tiêu dùng xanh

Khái niệm tiêu dùng xanh đầu tiên xuất hiện vào những năm 1970 ở Hoa Kỳ. Tiêu dùng xanh xuất hiện trong học thuật tiếp thị thông qua các tài liệu đã được đề cập đến như của Fisk (1974); Harper & Row, Henion và Kinnear (1976); Kardash WJ (1976)...

Tiêu dùng xanh là một phần cấu thành của tiêu dùng bền vững, trong đó nhấn mạnh chủ yếu đến yếu tố môi trường. Tiêu dùng xanh là mua các sản phẩm thân thiện với môi trường và tránh các sản phẩm gây hại cho môi trường. Chan cho rằng, thông qua việc lựa chọn các sản phẩm thân thiện với môi trường, có cách tiêu dùng và sử lý rác thải hợp lý, tiêu dùng xanh thể hiện trách nhiệm đối với việc bảo vệ môi trường. Sisira cũng đưa ra định nghĩa khá toàn diện về tiêu dùng xanh với quan điểm đây là một quá trình thông qua những hành vi xã hội như: mua các loại thực phẩm sinh học, tái chế, tái sử dụng, hạn chế dùng thùng và sử dụng hệ thống giao thông thân thiện.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng định nghĩa của Lee [9]: Tiêu dùng xanh là hành vi tiêu dùng các sản phẩm có thể bảo quản, có ích đến môi trường và đáp ứng được các mối quan tâm về môi trường. Đó là các sản phẩm tạo điều kiện thuận lợi cho mục tiêu dài hạn về bảo vệ và bảo tồn môi trường. Tiêu dùng xanh không chỉ liên quan đến việc người tiêu dùng không sử dụng hàng hóa gây tổn hại đến môi trường tự nhiên, mà còn quyết định mua các sản phẩm thân thiện với môi trường và sản phẩm tái chế.

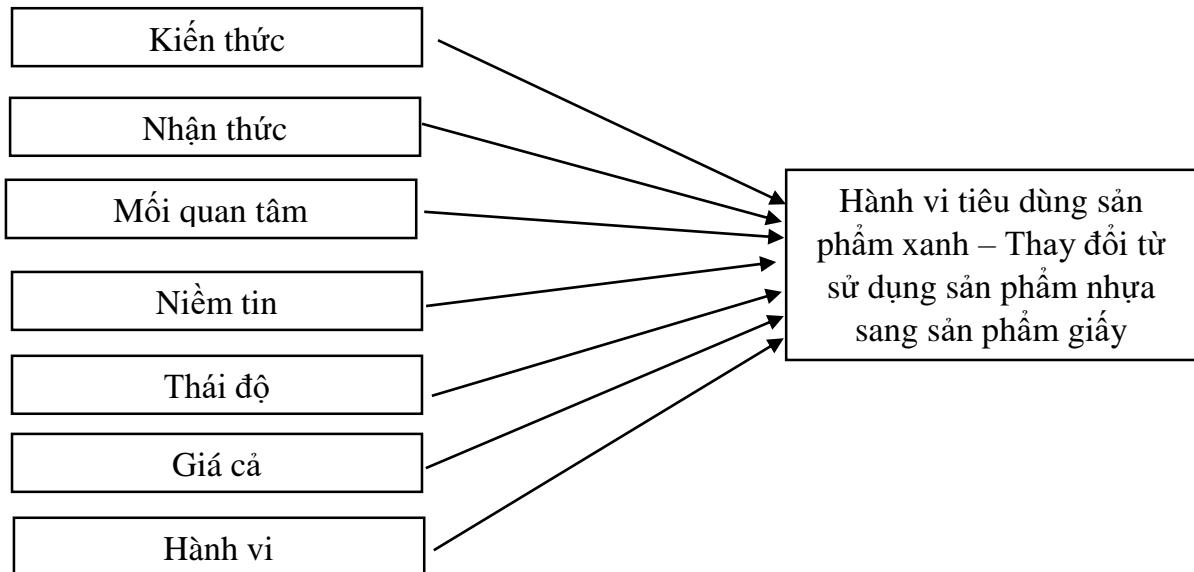
2.2. Đề xuất khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới thái độ và ý định mua xanh

Thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reason Action) cho thấy ý thức thực hiện hành vi quyết định hành vi. Trong đó, thái độ của một cá nhân được đo lường bằng niềm tin và sự đánh giá đối với kết quả của hành vi đó. Ajzen (1991, tr.188) định nghĩa chuẩn chủ quan (Subjective Norms) là nhận thức của những người ảnh hưởng sẽ nghĩ rằng cá nhân đó nên thực hiện hay không thực hiện hành vi.

Sự ra đời của thuyết hành vi dự định TPB (Theory of Planned Behavior) xuất phát từ giới hạn của hành vi mà con người có ít sự kiểm soát. Nhận tố thứ ba mà Ajzen cho là có ảnh hưởng đến ý định của con người là yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi. Theo thuyết hành vi hoạch định, thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi tác động trực tiếp đến ý định và từ đó tác động trực tiếp đến hành vi. Nhận thức kiểm soát hành vi có thể vừa là nhân tố ảnh hưởng tới ý định vừa là nhân tố tác động tới hành vi tiêu dùng thực tế.

Mô hình hành vi của người tiêu dùng (Philip Kotler, 1999) đưa ra quá trình của người tiêu dùng quyết định mua sản phẩm và hành vi sau khi mua. Dựa trên ba mô hình lý thuyết trên, nhóm nghiên cứu đề xuất khung lý thuyết phân tích sẽ gồm 7 yếu tố là: Kiến thức, Nhận thức, Mối quan tâm, Niềm tin, Thái độ, Giá cả, Hành vi - ảnh hưởng tới Hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội - tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay sản phẩm nhựa của sinh viên tại thành phố Hà Nội.

Khung phân tích gồm 8 cấu phần được mô tả cụ thể như sau:



Hình 1: Mô hình giả định các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh-tình huống thay đổi từ sử dụng sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp và đề xuất

2.2.1. Kiến thức

Kiến thức là tri thức cá nhân người tiêu dùng trang bị về sản phẩm, là tiền đề của quá trình đánh giá và ra quyết định. Các nghiên cứu trước đã khẳng định kiến thức có ảnh hưởng lớn đến việc hình thành niềm tin vào sản phẩm xanh. Kiến thức là nền tảng của niềm tin, hình thành thái độ và dự đoán hành vi (Fishbein & cộng sự, 2011). Ngoài ra, một số học giả khác đã chỉ ra sự tương quan giữa kiến thức và ý định mua xanh, hành vi của người tiêu dùng (Biswas, 2015).

Nghiên cứu trước đã tìm ra nhận thức giá trị và nhận thức rủi ro chịu ảnh hưởng lớn nhất từ kiến thức về chất lượng và giá cả so với kiến thức xanh (Wang & cộng sự, 2016). Thông qua kiến thức của mình và đánh giá những tiêu chí môi trường của sản phẩm, người tiêu dùng có thể nhận rõ được giá trị sản phẩm.

Sản phẩm xanh thường có một mức giá khá cao nếu so sánh với các sản phẩm nhựa. Vì vậy, để nhận định được phần giá trị gia tăng, người tiêu dùng phải có kiến thức nhất định về các sản phẩm xanh, tri thức là tiền đề để khiến người tiêu dùng tin và sau đó ra quyết định (Thøgersen, 2000).

2.2.2. Nhận thức

Nhận thức giá trị được là sự nhìn nhận đánh giá tổng thể của khách hàng về giá trị của sản phẩm hay dịch vụ dựa trên những quan điểm về những gì họ thấy được và những gì hàng hóa thể hiện ra (Sweeney & cộng sự, 1997; Zeithalm & cộng sự, 1988). Theo nghiên cứu của Crosby (1987) và Furman (2010), nhận thức giá trị là yếu tố tiên quyết thể hiện sự hài lòng của khách hàng. Nhận thức giá trị sản phẩm xanh không chỉ dựa trên chấp nhận chung của khách hàng khi sản phẩm đáp ứng được những quy định nghiêm ngặt về môi trường và tính phổ biến của tiêu dùng (Chen & Chang, 2012).

2.2.3. Mối quan tâm

Trong phần cơ sở lý luận đã đề cập đến xu hướng mới trong chi tiêu, hoạt động của người tiêu dùng hướng đến sản phẩm thân thiện hơn vì mục tiêu phát triển bền vững và duy trì môi trường sống hòa hợp với tự nhiên. Trước sự thay đổi biến chuyển nhanh chóng của khí hậu, môi trường sống và tính cấp bách tái tạo thiên nhiên; thông qua các phương tiện truyền thông, cá nhân người dân tiếp cận với nhiều thông tin và tri thức tốt về môi trường hình thành hành vi, hành động xanh và chú trọng hơn đến sản phẩm, lối sống thân thiện. Nhãn sinh thái hình thành dựa trên mục tiêu sống xanh và sự khác biệt trong tư duy của mỗi con người tạo nên những cách tiếp cận nhãn khác nhau (Bickart & Ruth, 2012). Nhìn chung, sự quan tâm của người tiêu dùng đến môi trường đang trở nên rộng rãi, chú trọng hơn dưới nhiều góc nhìn cá nhân hóa, tuy vậy đều hướng đến những yêu cầu quan trọng là phục vụ mong muốn, nguyện vọng là góp sức bảo vệ nhằm cải thiện môi trường. Những mối quan tâm về môi trường có ảnh hưởng tích cực đến ý định mua xanh (Hartmann & Apaolaza -Ibáñez, 2012).

2.2.4. Niềm tin

Niềm tin có chức năng mục tiêu trong đó hướng và chuyên hóa kiến thức thành Ý định mua xanh (Vicente Molina & cộng sự, 2013). Thái độ bắt nguồn từ niềm tin và sự đánh giá ở kết quả hành vi. Thái độ nhãn sinh thái được hình thành qua niềm tin, sự quan tâm đến môi trường, giá trị đem lại phát triển ý định mua xanh (Schultz & cộng sự, 2004).

Ngoài ra, một số nghiên cứu khác về tác động nêu niềm tin còn được đánh giá qua sự can thiệp của chính phủ lên nhãn. Sønderskov & cộng sự (2011) khảo sát tại Đan Mạch, Thụy Điển, Anh, Mỹ với các thẻ chế chính sách tác động lên nhãn và sự góp mặt của nhân tố tư nhân thẩm định nhãn đã chứng minh chính phủ càng can thiệp lớn vào đánh giá và cấp nhãn sẽ góp phần làm tăng niềm tin người tiêu dùng.

2.2.5. Thái độ

Các học giả nghiên cứu về thái độ tiêu dùng xanh với như một nhân tố trung gian nhằm giải thích cho ý định mua xanh từ rất sớm. Các đề tài của Chan (2001) hay Atkinson & Rosenthal (2014); Paul & cộng sự (2016) lựa chọn thái độ là yếu tố trực tiếp lên hành vi thanh toán vì chính người tiêu dùng chưa thể phân tích những thuộc tính xanh từ sản phẩm mà thông qua dấu hiệu nhận biết từ nhãn, hình tượng hóa thông qua thương hiệu hay những minh chứng cụ thể khác (đơn vị cấp nhãn: chính phủ hay tư nhân). Thái độ tích cực sẽ gia tăng ý định thanh toán, thêm vào đó, các công trình còn chỉ ra sự quan tâm đến môi trường từ người mua tác động lên thái độ của người đó. Dưới khía cạnh khác là thái độ từ các doanh nghiệp, các công ty thể hiện rõ mục tiêu bền vững qua việc sử dụng nhãn vì môi trường làm tăng Ý định mua hàng người tiêu dùng (Cho, 2015). Một nghiên cứu khác của Bickart & Ruth (2012) xác định thái độ qua quảng cáo và thương hiệu từ nhãn hay mã sinh thái có tác động tích cực lên ý định thanh toán sản phẩm xanh.

Hướng tiếp cận thứ hai lên ý định mua hàng là thái độ đối với việc bảo vệ môi trường là một biến độc lập và trực tiếp tác động (Rashid, 2009; Mei & cộng sự, 2012; Chekima & cộng sự, 2016; Khan & Mohsin, 2017). Kết quả từ những nghiên cứu trên chỉ ra rằng thái độ môi trường ảnh hưởng đáng kể tới ý định mua xanh.

2.2.6. Giá cả

Giá cả với tư cách là một phạm trù kinh tế khách quan.

Theo quan điểm của các nhà kinh tế học cổ điển (Adam Smith và Ricacdo), giá trị hiện thực mà ngày nay chúng ta gọi là giá cả, là sự biểu hiện bằng tiền giá trị của hàng hóa.

Theo quan điểm của Các Mác, giá cả là sự biểu hiện bằng tiền giá trị xã hội của một hàng hóa nhất định. Giá cả là hình thức biểu hiện giá trị xã hội của hàng hóa thông qua phương tiện là tiền tệ.

Theo quan điểm của các nhà kinh tế thị trường hiện đại, giá cả là sự biểu hiện bằng tiền của giá trị sử dụng của hàng hóa, đồng thời cũng là biểu hiện một cách tổng hợp các mối quan hệ lớn trong nền kinh tế quốc dân như: quan hệ tích lũy với tiêu dùng, quan hệ giữa công nghiệp với nông nghiệp, quan hệ giữa các ngành, các vùng, giữa các tầng lớp dân cư với nhau.

2.2.7. Hành vi

Đứng trên góc độ của khoa học hành vi, các học giả cho rằng: Hành vi người tiêu dùng là một quá trình của người tiêu dùng trong đó họ hình thành các phản ứng đáp lại đối với một nhu cầu. Theo Philip Kotler (Marketing căn bản, 1999), những yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng bị tác động chính bởi 2 nhóm yếu tố:

Các nhóm yếu tố bên ngoài: Gia đình, Nhóm khảo sát, Nền văn hóa, Tầng lớp xã hội, Vai trò và địa vị xã hội.

Các nhóm yếu tố bên trong: Yếu tố cá nhân (Tuổi tác, Nghề nghiệp, Hoàn cảnh kinh tế, Cá tính), Yếu tố tâm lý (Động cơ, Nhận thức, Trí thức, Niềm tin và thái độ).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Thông qua việc kiểm định các giả thiết đưa ra bằng các hàm hồi quy. Kết luận thu được là hàm hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng của sinh viên trên địa bàn Hà Nội, trong đó các biến Sự quan tâm về giá và Mối quan tâm đến môi trường là các biến có ảnh hưởng nhiều nhất đến hành vi tiêu dùng của sinh viên, cụ thể trong tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay thế sản phẩm nhựa. Trong tất cả các biến mà nhóm nghiên cứu đề xuất chỉ thể hiện 2 nhóm Sự quan tâm về giá và Mối quan tâm đến môi trường là có ảnh hưởng thuận với hành vi tiêu dùng của sinh viên. Kết luận nghiên cứu đã khẳng định mức độ tác động của từng yếu tố vào hành vi của sinh viên trên địa bàn Hà Nội. Đặc biệt là trong các yếu tố có ảnh hưởng nhiều nhất thì yếu tố Sự quan tâm về giá có ảnh hưởng mạnh nhất đến hành vi tiêu dùng của sinh viên. Từ đó có thể thấy rằng, giá cả của các sản phẩm xanh, cụ thể là sản phẩm giấy ảnh hưởng rất lớn đến việc thay đổi hành vi tiêu dùng của sinh viên trong tiêu dùng hàng ngày.

4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC VÀ KẾT LUẬN

Vấn đề “tiêu dùng xanh” của sinh viên không chỉ đóng vai trò quan trọng với chất lượng cuộc sống của các cá nhân sinh viên đó mà còn giúp nâng cao ý thức bảo vệ môi trường của cộng đồng.

Về khoa học, nhóm nghiên cứu đã nêu ra những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh - cụ thể trong tình huống sử dụng sản phẩm giấy thay thế sản phẩm nhựa. Qua đó đưa ra một số giải pháp hiệu quả hỗ trợ, khuyến nghị nhằm thúc đẩy việc thay đổi hành vi sử dụng sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy giúp bảo vệ môi trường.

Về mặt thực tiễn, bài nghiên cứu đã nêu ra được những yếu tố cụ thể ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Hà Nội. Trong đó, giá thành của các sản phẩm xanh - cụ thể là sản phẩm giấy ảnh hưởng rất lớn đến việc thay đổi hành vi tiêu dùng của sinh viên từ sản phẩm nhựa sang sản phẩm giấy trong tiêu dùng hàng ngày.

Bài nghiên cứu vẫn còn một số điểm đáng hạn chế: phạm vi nghiên cứu còn hạn hẹp ở một khu vực đối tượng nhất định. Đối tượng nghiên cứu là sinh viên đang theo học tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội. Các con số thống kê, tài liệu tham khảo chỉ mang tính chất tạm thời tại thời điểm nghiên cứu. Các số liệu nghiên cứu sẽ thay đổi theo từng năm, vì thế bài nghiên cứu chỉ mang giá trị tại thời điểm nhất định.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. J. Connolly, A. Proth, *Green consumption: life-politics, risk and contradictions, Journal of consumer culture*, vol. 8, pp. 117-145.
2. L. Steg, C. Vlek (2009), *Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda*, Journal of environmental psychology, vol. 29, pp. 309-317.
3. M. Ertz, F. Karakas, E. Sarigollu (2016), *Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors*, Journal of business research, vol. 69, no. 10, pp. 3971-3980.
4. P. C. Stern (2000), *Toward a coherent theory of environmentally significant behavior*, Journal of social issues, vol. 53, no.3, pp. 407-424.

5. M. Ertz, F. Karakas, E. Sarigollu (2016), *Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors*, Journal of business research, vol. 69, no. 10, pp. 3971-3980.
6. P. C. Stern (2000), *Toward a coherent theory of environmentally significant behavior*, Journal of social issues, vol. 53, no.3, pp. 407-424.
7. M. Ertz, F. Karakas, E. Sarigollu (2016), *Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors*, Journal of business research, vol. 69, no. 10, pp. 3971-3980.
8. E. Olli, G. Grendstad, D. Wollebaek (2001), *Correlates of environmental behaviors: Bringing back social context*, *Environment and Behavior*, vol. 33, no. 2, pp. 181-208.
9. M. Ertz, F. Karakas, E. Sarigollu (2016), *Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors*, Journal of business research, vol. 69, no. 10, pp. 3971-3980.
10. Afzaal Ali & Israr Ahmad (2012), “*Environment Friendly Products: Factors that Influence the Green, Purchase Intentions of Pakistani Consumers.*”
11. Patrick Hartmann, Vanessa Apaolaza-Ibáñez (2012), “*Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern*” .
12. Ooi Jen Meil, Kwek Choon Ling & Tan Hoi Piew, “*The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers*”.
13. Hoàng Phê (Chủ biên) (2018), “*Từ điển Tiếng Việt*”, NXB Hồng Đức.
14. Nguyễn Thé Khải và Nguyễn Thị Lan Anh, “*Nghiên cứu ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh*”.
15. Nguyễn Ngọc Quang, “*Phương pháp định tính trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng Việt Nam về sản phẩm xe máy*”.
16. Lê Ngọc Hùng “*Lý thuyết và phương pháp tiếp cận mạng lưới xã hội: trường hợp tìm kiếm việc làm của sinh viên*”.
17. Nguyễn Thu Hà, Lê Trung Hiếu, Vũ Trà My (tháng 9/2019), “*Ảnh hưởng của nhận sinh thái tới thái độ và ý định mua xanh sản phẩm nông nghiệp*” .

18. Hoàng Trọng Hùng, Huỳnh Thị Thu Quyên, Huỳnh Thị Nhi, “*Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Huế*”.
19. Bùi Thị Hồng Hạnh, “*Thay thế thói quen xã hội trong việc sử dụng túi nilon túi vải*”, *Điều*cứu tại khu phố 7, phường 15, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh.

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Khoa Tài chính Ngân hàng

**VAI TRÒ PHÒNG VỆ RỦI RO VỀ GIÁ CỦA
HỢP ĐỒNG TƯƠNG LAI: NGHIÊN CỨU
TRƯỜNG HỢP CÀ PHÊ ROBUSTA VIỆT NAM**

Nguyễn Như Ngân, Trần Thị Hồng, Nguyễn Đình Cường

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)
E-mail: rces.info@gmail.com
Website: rces.info
Facebook: facebook.com/RCES.info

VAI TRÒ PHÒNG VỆ RỦI RO VỀ GIÁ CỦA HỢP ĐỒNG TƯƠNG LAI: NGHIÊN CỨU TRƯỞNG HỢP CÀ PHÊ ROBUSTA VIỆT NAM

Nguyễn Như Ngân*, Trần Thị Hồng, Nguyễn Đình Cường

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội,

144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Tháng 7 năm 2018, Sở Giao dịch Hàng hóa Việt Nam (Mercantile Exchange of Vietnam - MXV) chính thức được thành lập nhằm giúp người tham gia phòng ngừa rủi ro về giá thông qua các hợp đồng tương lai trên sàn giao dịch quốc tế. Nghiên cứu nhằm đánh giá thực trạng hiệu quả của việc sử dụng các hợp đồng tương lai Robusta trên Sở giao dịch hàng hóa quốc tế ICE EU dưới góc độ phòng vệ rủi ro về giá đối với cà phê Robusta Việt Nam. Bên cạnh đó, nghiên cứu xác định hệ số phòng vệ tối ưu và số lượng hợp đồng tối ưu đối với các hợp đồng tương lai thực hiện tốt vai trò phòng vệ. Bằng việc sử dụng mô hình VECM, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: (i) Hợp đồng tương lai kỳ hạn tháng 1, tháng 3 và tháng 5 thực hiện tốt vai trò phòng vệ rủi ro biến động giá còn hợp đồng tương lai kỳ hạn tháng 7, 9 và tháng 11 không thực hiện được vai trò phòng vệ này đối với cà phê Robusta Việt Nam; (ii) Hợp đồng tương lai Robusta kỳ hạn tháng 1 là công cụ phòng vệ rủi ro tốt nhất cho cà phê Robusta Việt Nam; (iii) Hệ số phòng vệ tối ưu của hợp đồng tương lai Robusta vào khoảng 39%, thấp hơn nhiều so với kết quả nghiên cứu tại các quốc gia khác trên thế giới.

Từ khóa: Phòng vệ rủi ro, hợp đồng tương lai, công cụ phái sinh, hàng hóa nông sản, cà phê Việt Nam.

1. GIỚI THIỆU

Từ năm 2000, với nỗ lực định hướng phát triển nền kinh tế thị trường, chính phủ đã cam kết phát triển thị trường nông sản thông qua việc phát triển các Sở giao dịch hàng hóa đối với một số nông sản quan trọng như cà phê, gạo và cao su, điển hình là Trung tâm Giao dịch cà phê Buôn Ma Thuột (BCEC) và Sở Giao dịch hàng hóa Việt Nam (VNX). Tuy nhiên sản lượng cà phê giao dịch trên và số lượng người

* Tác giả liên hệ: SĐT: 0965816132

Email: nhungan2299@gmail.com

tham gia giao dịch trên BCEC và VNX là rất thấp, chưa thể hiện được vai trò, sứ mệnh của mình (Nguyễn Thị Nhung, 2017). Để khắc phục những hạn chế của mô hình tổ chức thị trường trước đây, ngày 08/06/2018, Bộ Công Thương chính thức cấp giấy phép số 486/GP-BCT, cho phép Sở Giao dịch Hàng hóa Việt Nam MXV hoạt động kinh doanh. Vào ngày 17/08/2018, MXV đã chính thức đi vào vận hành, tạo cơ hội phòng ngừa rủi ro cho người tham gia Việt Nam thông qua giao dịch các hợp đồng tương lai trên sàn quốc tế.

Cà phê là một trong những mặt hàng nông sản có sản lượng sản xuất lớn nhất ở nước ta, chỉ đứng sau lúa gạo. Xuất khẩu cà phê từ lâu đã đóng vai trò quan trọng đối với nền kinh tế nước ta, là một trong những nguồn thu quan trọng của ngân sách nhà nước, tạo ra nhiều công ăn việc làm và thu nhập cho người dân, đặc biệt là dân cư ở nông thôn, trung du và miền núi. Tuy nhiên, cà phê Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức lớn, đặc biệt là vấn đề phòng vệ trước những rủi ro về giá. Từ thực tiễn trên đã thôi thúc nhóm nghiên cứu kiểm định liệu hợp đồng tương lai cà phê Robusta trên sàn Intercontinental Exchange Futures Europe (ICE EU) có làm tốt vai trò phòng vệ rủi ro về giá cho cà phê Robusta Việt Nam hay không. Trong trường hợp các hợp đồng tương lai này là các công cụ phòng ngừa rủi ro thực sự hữu ích cho các nhà sản xuất, doanh nghiệp Việt Nam thì hệ số phòng vệ tối ưu và số lượng hợp đồng tối ưu sẽ được xác định. Nghiên cứu áp dụng mô hình Vector hiệu chỉnh sai số - VECM nhằm kiểm định mối quan hệ dài hạn giữa giá hợp đồng tương lai và giá cà phê Robusta tại Việt Nam, xác định hợp đồng nào là công cụ phòng vệ tối ưu nhất. Bên cạnh đó, nghiên cứu dựa trên khung lý thuyết phát triển bởi John Hull (2015) nhằm ước tính hệ số phòng vệ và số lượng hợp đồng tối ưu.

Theo hiểu biết của nhóm nghiên cứu, đây là nghiên cứu định lượng đầu tiên cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò phòng vệ rủi ro về giá của hợp đồng tương lai hàng hóa cho cà phê – một trong những mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam. Những kết quả quan trọng này sẽ là cơ sở nhằm tăng tính hiệu quả trong việc phòng vệ rủi ro về giá cho các mặt hàng nông sản.

Nghiên cứu gồm 5 phần: Phần 1: Giới thiệu, Phần 2: Phương pháp nghiên cứu, Phần 3: Kết quả nghiên cứu, Phần 4: Thảo luận kết quả nghiên cứu và Phần 5: Kết luận.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Thiết kế nghiên cứu

Cấu trúc nghiên cứu gồm 3 bước chính. Thứ nhất, nghiên cứu tập trung vào việc kiểm định vai trò phòng vệ rủi ro về giá của hợp đồng tương lai thông qua mối quan hệ trong dài hạn giữa giá hợp đồng tương lai Robusta trên sàn ICE EU và giá cà phê Robusta giao ngay. Thứ hai, nghiên cứu ước tính hệ số phòng vệ tối ưu đối với các hợp đồng làm tốt vai trò phòng vệ này. Cuối cùng, nghiên cứu sẽ thảo luận kết quả nghiên cứu để từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm tăng cường tính hiệu quả của vai trò phòng vệ rủi ro đối với giao dịch hợp đồng tương lai cho mặt hàng cà phê Robusta.

2.2. Dữ liệu thu thập

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp, bao gồm giá giao ngay cà phê Robusta tại thị trường Việt Nam và giá giao dịch hàng ngày của các hợp đồng tương lai cà phê Robusta các kỳ hạn khác nhau trên sàn giao dịch ICE EU. Trong đó bao gồm 6 hợp đồng tương lai có thời điểm đáo hạn trong năm 2020, ngày đáo hạn tại các tháng: Tháng 1, Tháng 3, Tháng 5, Tháng 7, Tháng 9 và Tháng 11 [Bảng 1]. Toàn bộ dữ liệu thứ cấp nêu trên được thu thập từ dữ liệu của Thomson Reuters Datastream. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng dữ liệu thứ cấp là các báo cáo của Hiệp hội cà phê Việt Nam (VICOFA), Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Bảng 1: Thông tin các loại hợp đồng tương lai mặt hàng Robusta

Loại hợp đồng	Thời gian	Số lượng quan sát
LIFFE – Robusta Coffee Jan 2020	01/06/2018 – 27/01/2020	432
LIFFE – Robusta Coffee Mar 2020	26/07/2018 – 25/03/2020	435
LIFFE – Robusta Coffee May 2020	25/09/2018 – 22/05/2020	434
LIFFE – Robusta Coffee Jul 2020	27/11/2018 – 29/05/2020	394
LIFFE – Robusta Coffee Sep 2020	28/01/2019 – 29/05/2020	350
LIFFE – Robusta Coffee Nov 2020	29/03/2019 – 29/05/2020	306

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Thomson Reuters Datastream

2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Kiểm định mối quan hệ giữa giá giao ngay và giá hợp đồng tương lai cà phê Robusta

Nghiên cứu ước tính mối quan hệ giữa giá giao ngay và giá hợp đồng tương lai thông qua 6 bước được thể hiện trong Hình 1.

Bước 1: Kiểm định tính dừng thông qua kiểm định nghiệm đơn vị (Unit Root Test)

Nghiên cứu áp dụng kiểm định Dickey-Fuller mở rộng nhằm kiểm định tính dừng của dữ liệu. Kiểm định Dickey-Fuller có 3 mô hình hồi quy cơ bản:

- Chuỗi không có hằng số, không có xu hướng: $\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^k \emptyset_j \Delta y_{t-j} + u_t$
- Chuỗi có hằng số, không có xu hướng: $\Delta Y_t = \alpha + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^k \emptyset_j \Delta y_{t-j} + u_t$
- Chuỗi có hằng số, có xu hướng: $\Delta Y_t = \alpha + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^k \emptyset_j \Delta y_{t-j} + \lambda_t + u_t$

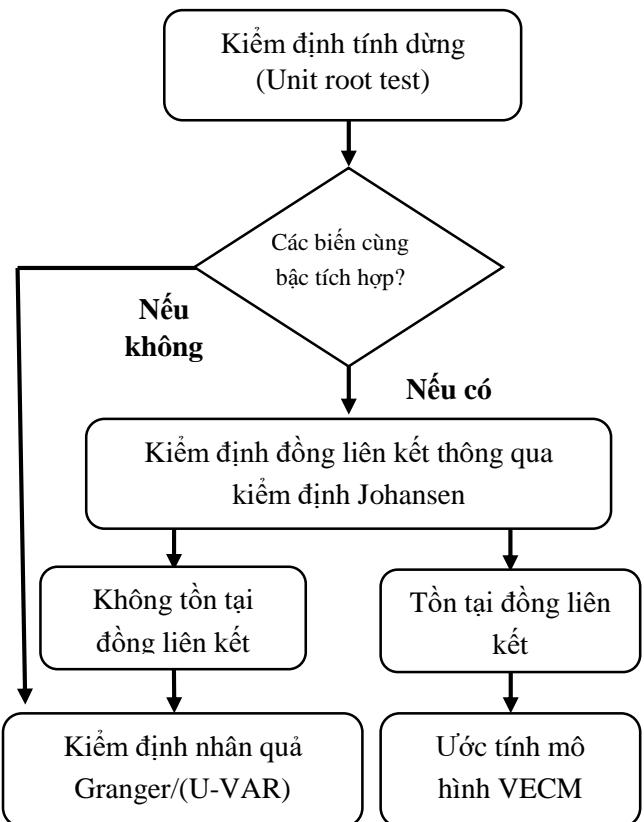
Trong đó:

- α : hằng số
- k : chiều dài độ trễ
- u_t : nhiễu trắng
- λ_t : Biến xu hướng về thời gian

Hai giả thuyết kiểm định:

- $H_0: \delta = 0$ (tức $\rho = 1$, Y_t là chuỗi dữ liệu không dừng)
- $H_1: \delta < 0$ (tức $\rho < 1$, Y_t là chuỗi dữ liệu dừng)

Nếu giá trị tuyệt đối của t-Statistic lớn hơn (hoặc nhỏ hơn) so với giá trị tuyệt đối của giá trị τ tới hạn trên bảng Mackinnon, giả thuyết H_0 sẽ bị bác bỏ (hoặc chấp nhận), tức chuỗi dữ liệu có tính dừng (hoặc không có tính dừng).



Hình 1: Quy trình của mô hình nghiên cứu

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

(i) Bước 2: Xác định độ trễ tối ưu

Để xác định độ trễ tối ưu, nghiên cứu sử dụng tất cả các tiêu chí khác nhau như tiêu chuẩn thông tin Akaike (AIC), tiêu chuẩn thông tin Schwarz (SC), tiêu chuẩn FPE (final prediction error) và tiêu chuẩn thông tin Hannan Quinn (HQ) và sau đó chọn kết quả của tiêu chí nào có giá trị thông kê thấp nhất làm độ trễ tối ưu của chuỗi dữ liệu.

(ii) Bước 3: Kiểm định tính đồng liên kết

Để kiểm định mối quan hệ đồng liên kết (cointegration, hay còn gọi là đồng kết hợp), nghiên cứu áp dụng kiểm định Johansen Co-integration. Kết quả kiểm định đồng liên kết Johansen rất nhạy cảm với độ trễ được chọn, nhóm nghiên cứu sử dụng độ trễ sau khi được ước lượng tại Bước 2. Ta cần kiểm định hai giả thuyết sau:

- H_0 : Không đồng liên kết
- H_1 : Có mối quan hệ đồng liên kết

Các giả thuyết này được kiểm định thông qua hai tiêu chuẩn kiểm định là giá trị Eigenvalues tối đa và kiểm định thống kê Trace. Nếu giá trị Trace và Eigenvalues lớn hơn 5% giá trị tới hạn thì giả thuyết H_0 sẽ bị loại bỏ và chấp nhận giả thuyết H_1 . Trong trường hợp những hợp đồng tương lai nào không có mối quan hệ đồng liên kết với giá giao ngay, nghiên cứu sẽ thực hiện thêm bước 6: Kiểm định nhân quả Granger nhằm xem xét mối quan hệ nhân quả trong ngắn hạn giữa giá hợp đồng tương lai và giá giao ngay tại Việt Nam.

(iii) Bước 4: Ước lượng mô hình Vector hiệu chỉnh sai số (Vector Error Correction Model – VECM)

Nghiên cứu sử dụng mô hình VECM nhằm phân tích mối quan hệ của các chuỗi thời gian trong dài hạn. Mô hình VECM có dạng như sau:

$$\Delta P_{j,t} = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i \Delta P_{j,t-1} + \sum_{i=1}^n \delta_i \Delta P_{0,t-1} + \omega \mu_{t-1} + v_t \quad [1]$$

Phương trình đồng liên kết (trong mô hình dài hạn):

$$\mu_{t-1} = ETC_{t-1} = P_{j,t-1} - \beta_0 - \beta_1 P_{0,t-1} \quad [2]$$

Trong đó:

- $P_{0,t}$: Giá giao ngay mỗi mặt hàng tại thị trường nội địa tại mỗi thời điểm t.

- $P_{j,t}$: Giá hợp đồng tương lai của mỗi mặt hàng trên sàn giao dịch quốc tế tại mỗi thời điểm t.
- Δ : Chênh lệch của giá.
- μ_{t-1} : giá trị độ trễ trong thuật ngữ “hiệu chỉnh sai số” của mô hình VECM.
- v_t : giá trị nhiễu trắng

Phương trình [1] mô tả cả hai mối tương quan ngắn hạn và dài hạn giữa giá giao ngay và giá tương lai. Phương trình [2] tập trung vào mối tương quan dài hạn. $P_{0,t}$ và $P_{j,t}$ có mối tương quan dài hạn khi hệ số của phương trình đồng liên kết có giá trị nằm trong khoảng từ -1 đến 0 ở mức có ý nghĩa thống kê. Trong trường hợp cần phải sai phân các chuỗi thời gian để đảm bảo tính dừng, ta sẽ sử dụng các giá trị của chuỗi sau khi sai phân thay vì chuỗi giá ban đầu.

Tính năng chính của mô hình vector hiệu chỉnh sai số (VECM) là khả năng sửa lỗi cho bất kỳ sự mất cân bằng nào có thể gây sốc cho hệ thống theo thời gian. Thuật ngữ sửa lỗi tìm ra được sự mất cân bằng như vậy và điều hướng các biến của hệ thống trở lại trạng thái cân bằng. Ngoài ra, giá trị tuyệt đối của ω càng lớn thì hiện khả năng điều chỉnh trước một sự thay đổi của biến phụ thuộc càng nhanh.

(iv) Bước 5: Kiểm định tính ổn định của mô hình VECM

Nghiên cứu thực hiện các kiểm định nhằm đảm bảo tính ổn định và thỏa mãn các yêu cầu của mô hình VECM thông qua kiểm định gốc nghịch đảo của đa thức đặc trưng AR. Tiếp theo nghiên cứu tiếp tục các kiểm định sau ước lượng đảm bảo các yêu cầu của VECM về phần dư như kiểm định CUSUM dựa trên tổng tích lũy của phần dư đệm quy. Bên cạnh đó, nghiên cứu thực hiện kiểm định hiện tượng tự tương quan chuỗi của phần dư được thực hiện thông qua kiểm định tương quan chuỗi LM. Nhóm nghiên cứu sử dụng kiểm định VEC Residual Serial Correlation LM Tests trên phần mềm Eviews 10. Nếu kết quả thể hiện giá trị $p-value$ tại độ trễ h nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%, ta chấp nhận giả thuyết H_0 : Không có hiện tượng tương quan chuỗi tại độ trễ h .

(v) Bước 6: Kiểm định nhân quả Granger

Trong trường hợp những hợp đồng tương lai không tồn tại mối quan hệ đồng liên kết với giá giao ngay cà phê Robusta, nghiên cứu sẽ thực hiện kiểm định nhân quả Granger. Kiểm định nhân quả Granger nhằm xác định mối quan hệ nhân quả trong ngắn hạn giữa hai chuỗi giá giao ngay và giá hợp đồng tương lai. Ta có phương trình:

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \cdots + \alpha_l Y_{t-l} + \beta_1 X_{t-1} + \cdots + \beta_l X_{t-l} + \varepsilon_t \quad [3]$$

$$X_t = \alpha_0 + \alpha_1 X_{t-1} + \cdots + \alpha_l X_{t-l} + \beta_1 Y_{t-1} + \cdots + \beta_l Y_{t-l} + u_t \quad [4]$$

Ước tính Hệ số phòng vệ tối ưu và Số lượng hợp đồng tối ưu

Theo John Hull (2015), hệ số phòng vệ có phương sai tối thiểu (hay còn gọi là hệ số phòng vệ tối ưu) phụ thuộc vào mối tương quan giữa sự thay đổi của giá giao ngay và sự thay đổi của giá hợp đồng tương lai. Công thức tính hệ số phòng vệ h^* được cho bởi công thức:

$$h^* = \rho \frac{\sigma_s}{\sigma_f} = \frac{\text{Covariance of spot and futures price}}{\text{variance of futures price}}$$

Trong đó:

- ρ : Hệ số tương quan giữa giá hợp đồng tương lai và giá giao ngay.
- σ_s : Độ lệch chuẩn của chuỗi dữ liệu giá giao ngay.
- σ_f : Độ lệch chuẩn của chuỗi dữ liệu giá hợp đồng tương lai.

Về số lượng hợp đồng tối ưu, theo John Hull (2015) số lượng hợp đồng tối ưu được sử dụng trong việc phòng vệ rủi ro về giá được tính bởi công thức: $N^* = \frac{h^* Q_A}{Q_F}$

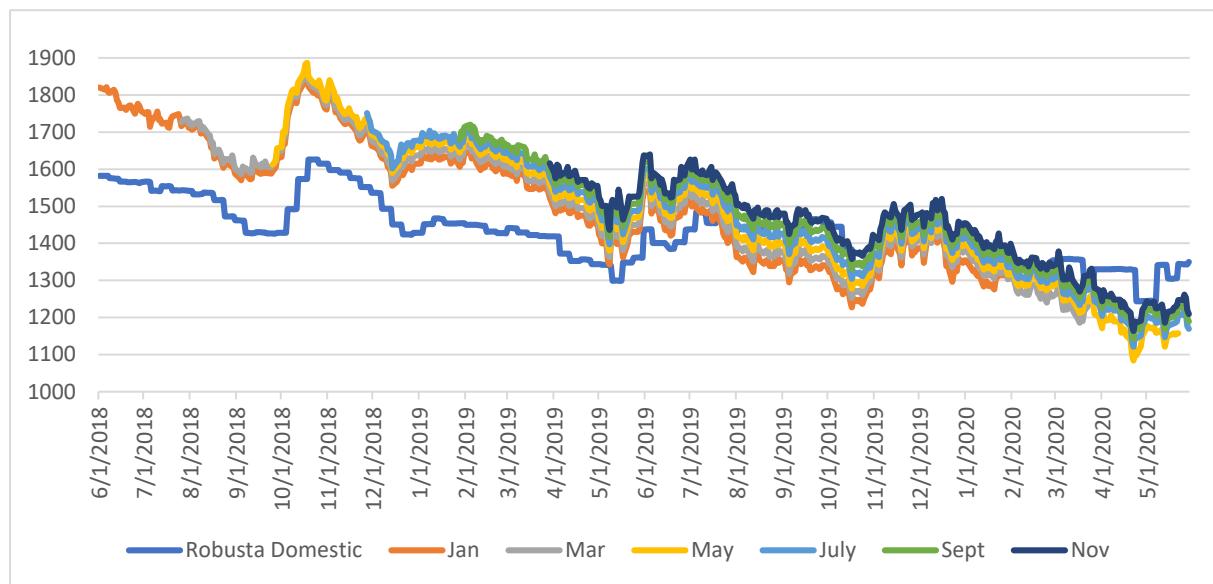
Trong đó:

- Q_A : Kích thước hợp đồng của vị thế được phòng vệ (đơn vị)
- Q_F : Kích thước của một hợp đồng tương lai (đơn vị)
- N^* : Số lượng hợp đồng tối ưu được sử dụng để phòng vệ rủi ro về giá.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Mô tả dữ liệu

Hình 2 thể hiện giá cà phê Robusta trên thị trường nội địa tại Việt Nam và giá hợp đồng tương lai cà phê trên sàn ICE EU. Có thể thấy rõ xu hướng giảm của cả giá cà phê Robusta giao ngay và tương lai trong giai đoạn từ 2018 đến 2020.



**Hình 2: Biến động giá giao ngay Robusta tại Việt Nam và giá hợp đồng
tương lai Robusta trên sàn ICE EU**

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp từ Thomson Reuteurs Datastream

Đối với giá giao ngay cà phê Robusta tại Việt Nam, dữ liệu thu thập được có đơn vị là Việt Nam Đồng/ Kilogam . Vì vậy nhóm nghiên cứu thực hiện chuyển đổi đơn vị giá giao ngay từ Việt Nam Đồng/ Kilogam thành USD/ tấn để phù hợp hơn đối với giá giao dịch hợp đồng tương lai trên sàn ICE EU. Tỷ giá hối đoái được cung cấp bởi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và tác giả thu thập trên Thomson Reuteurs Datastream. Sau khi chuyển đổi đơn vị, kết quả thống kê mô tả dữ liệu thu thập được trình bày tại Bảng 2. Có thể thấy rõ rằng giá trị tối đa, giá trị trung bình và độ lệch chuẩn của giá giao ngay luôn nhỏ hơn so với giá hợp đồng tương lai được giao dịch trên ICE EU.

Bảng 2: Thông kê mô tả về giá hợp đồng tương lai và giá giao ngay của cà phê Robusta

Hợp đồng	Lớn nhất	Nhỏ nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
LIFFE-ROBUSTA COFFEE JAN 2020 (\$)	1,861.00	1,227.00	1,528.93	161.57
LIFFE-ROBUSTA COFFEE MAR 2020 (\$)	1,875.00	1,186.00	1,499.53	160.72
LIFFE-ROBUSTA COFFEE MAY 2020 (\$)	1,887.00	1,084.00	1,470.37	180.79
LIFFE-ROBUSTA COFFEE JUL 2020 (\$)	1,751.00	1,121.00	1,453.33	153.62
LIFFE-ROBUSTA COFFEE SEPT 2020 (\$)	1,720.00	1,143.00	1,445.67	138.37
LIFFE-ROBUSTA COFFEE NOV 2020 (\$)	1,640.00	1,163.00	1,434.21	117.60
DOMESTIC SPOT (\$)	1,626.54	1,243.98	1,431.98	82.81

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tính toán tổng hợp từ Thomson Reuteurs Datastream

3.2. Kết quả kiểm định mô hình Vector hiệu chỉnh sai số VECM

Sau khi hồi quy theo hệ số chặn c và @Trend, kết quả cho thấy chuỗi giá trị giá giao ngay tại Việt Nam và giá hợp đồng tương lai của các kỳ hạn đều có xu hướng và hệ số chặn (Trend and intercept). Kết quả kiểm định ADF chỉ ra tất cả các chuỗi dữ liệu giá đều không thỏa mãn tính dừng ở mức ý nghĩa 5%. Vì vậy nghiên cứu khắc phục chuỗi này bằng cách sai phân bậc 1. Sau khi sai phân, tất cả các chuỗi này đều cho kết quả là chuỗi không có xu hướng và không có điểm chặn. Kết quả kiểm định ADF đối với các chuỗi sau khi sai phân bậc 1 đều thỏa mãn tính dừng ở mức ý nghĩa 5%. Giá giao ngay cà phê Robusta tại Việt Nam và giá hợp đồng tương lai Robusta tất cả các kỳ hạn đều chỉ ra độ trễ tối ưu là 1. Do đó các chuỗi sau khi sai phân sẽ có độ trễ là 0 và được sử dụng khi ước lượng VECM trên phần mềm Eviews 10.

Kiểm định Trace và Max-Eigenvalue chỉ ra rằng tồn tại một mối quan hệ đồng liên kết (có mối quan hệ dài hạn) ở mức ý nghĩa 5% giữa: Giá giao ngay cà phê Robusta tại Việt Nam với từng chuỗi giá hợp đồng tương lai Robusta tất cả các kỳ hạn (đáo hạn năm 2020). Vì vậy tại bước tiếp theo nghiên cứu sẽ không cần thực hiện kiểm định nhân quả Granger mà sẽ tiếp tục thực hiện ước lượng mô hình VECM. Bảng 3 tổng hợp các kết quả của mô hình VECM, bao gồm mối quan hệ tổng thể cũng như mối quan hệ dài hạn

giữa sự biến động giá hợp đồng tương lai kỳ hạn các tháng 1, tháng 3, tháng 5, tháng 7, tháng 9 và tháng 11 với sự biến động giá giao ngay cà phê Robusta tại Việt Nam.

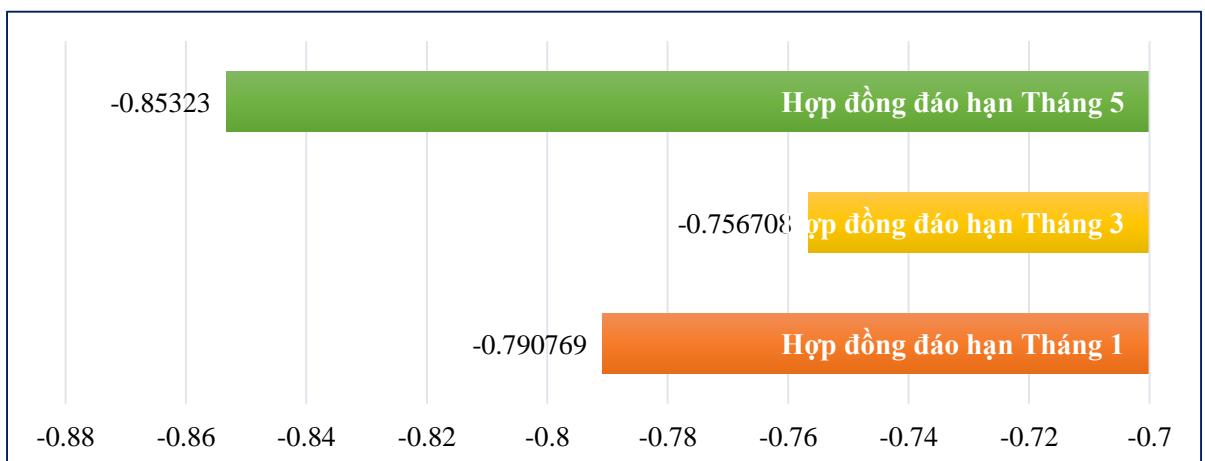
Bảng 3: Mô hình VECM tổng thể và mối quan hệ dài hạn giá hợp đồng tương lai cà phê Robusta trên sàn ICE EU và giá giao ngay cà phê Robusta tại Việt Nam

	Mô hình VECM tổng thể	Phương trình đồng liên kết (dài hạn)
Hợp đồng đáo hạn Tháng 1	$\Delta y_t = -0.790769x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.927838 x_{t-1}$ + 0.708002
		$D(D1ROBUSTA_JAN) = -0.790769*(D1ROBUSTA_JAN(-1) - 0.927838430646*D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 0.708001854768)$
Hợp đồng đáo hạn Tháng 3	$\Delta y_t = -0.756708x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.938281 x_{t-1}$ + 0.587050
		$D(D1ROBUSTA_MAR) = -0.756708*(D1ROBUSTA_MAR(-1) - 0.938281034071*D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 0.587050128004)$
Hợp đồng đáo hạn Tháng 5	$\Delta y_t = -0.853230x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.628096 x_{t-1} + 0.943125$
		$D(D1ROBUSTA_MAY) = -0.853230*(D1ROBUSTA_MAY(-1) - 0.628096013177*D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 0.943125978876)$
Hợp đồng đáo hạn Tháng 7	Δy_t $= -1.085671x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.123730 x_{t-1} + 1.386891$
		$D(D1ROBUSTA_JUL) = -1.085671*(D1ROBUSTA_JUL(-1) - 0.123730332415*D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 1.3868916694)$
Hợp đồng đáo hạn Tháng 9	$\Delta y_t = -1.092066x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.095564 x_{t-1}$ + 1.436328
		$D(D1ROBUSTA_SEP) = -1.092066*(D1ROBUSTA_SEP(-1) - 0.0955639848409*D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 1.43632768576)$
Hợp đồng đáo hạn Tháng 11	$\Delta y_t = -1.087745x ETC_{t-1}$	$\mu_{t-1} = ETC_{t-1}$ $= y_{t-1} - 0.092798 x_{t-1}$ + 1.239527

Mô hình VECM tổng thể	Phương trình đồng liên kết (dài hạn)
	$D(D1ROBUSTA_NOV) = -1.087745 * (D1ROBUSTA_NOV(-1) - 0.0927980887009 * D1ROBUSTA_DOMESTIC(-1) + 1.23952732281)$

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tính toán

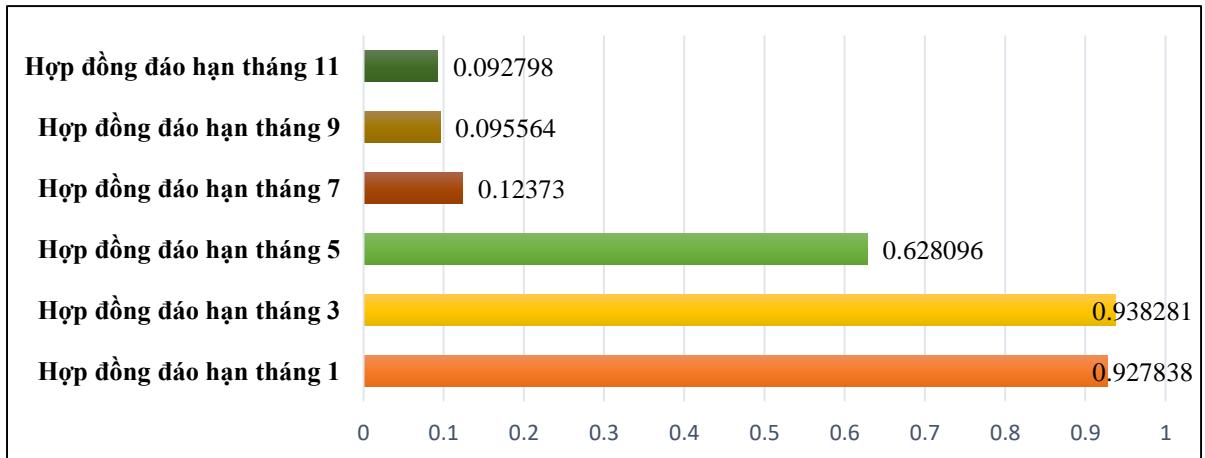
Tính năng chính của mô hình vector hiệu chỉnh sai số (VECM) là khả năng sửa lỗi cho bất kỳ sự mất cân bằng nào có thể gây sốc cho hệ thống theo thời gian. Thuật ngữ sửa lỗi tìm ra được sự mất cân bằng như vậy và điều hướng các biến của hệ thống trở lại trạng thái cân bằng. Kết quả cho thấy hệ số ω của các hợp đồng đáo hạn tháng 1, tháng 3 và tháng 5 không quá chênh lệch nhau và đều quanh mức -0.8, thỏa mãn điều kiện từ -1 đến 0. Như vậy các hợp đồng tương lai đáo hạn tháng 1, tháng 3, tháng 5 làm tốt vai trò phòng vệ rủi ro về giá cho cà phê Robusta giao ngay tại Việt Nam.



Hình 2: Hệ số ETC (ω) trong phương trình VECM tổng thể

Nguồn: Nhóm nghiên cứu

Tuy nhiên hệ số ω của các hợp đồng đáo hạn tháng 7, tháng 9 và tháng 11 đều có trị tuyệt đối lớn 1 (không thỏa mãn). Điều này một phần được giải thích bởi hệ số tương quan trong phương trình VECM giữa các hợp đồng tương lai này và cà phê Robusta Việt Nam là rất thấp (Hình 4).



Hình 4: Hệ số tương quan trong phương trình đồng liên kết của mô hình VECM

Nguồn: Liên kết mô hình VECM

Đối với các kiểm định tính ổn định của mô hình VECM, Kết quả kiểm định nghiệm đặc trưng AR đối với tất cả mô hình VECM đều cho thấy: tất cả các nghiệm của đa thức đặc trưng có mô đun nhỏ hơn 1 và nằm trong vòng tròn đơn vị. Điều này phản ảnh tất cả mô hình VECM nghiên cứu thực hiện đều đảm bảo tính ổn định và bền vững. Kết quả kiểm định CUSUM cũng cho thấy chuyển động của đường tổng tích lũy luôn nằm bên trong khu vực giữa hai đường thẳng thể hiện giá trị tối hạn 5%, chứng tỏ sự ổn định của hệ số trong mô hình VECM. Ngoài ra, kết quả kiểm định hiện tượng tự tương quan chuỗi LM tất cả các hợp đồng tương lai khác nhau cho thấy tất cả giá trị p-value đều nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%, cho thấy không có hiện tượng tự tương quan chuỗi phần dư của mô hình VECM.

3.3. Hệ số phòng vệ tối ưu và Số lượng hợp đồng tối ưu

Nghiên cứu ước tính hệ số tương quan trên phần mềm EViews 10. Áp dụng công thức được phát triển bởi John Hull (2015), hệ số phòng vệ tối ưu của các hợp đồng đáo hạn Tháng 1, Tháng 3 và Tháng 5 như sau:

- Hợp đồng tương lai tháng 1:

$$h_1^* = \rho \frac{\sigma_s}{\sigma_F} = 0.765342 * \frac{82.8146}{161.5660} = 0.3923$$

- Hợp đồng tương lai tháng 3:

$$h_3^* = \rho \frac{\sigma_s}{\sigma_F} = 0.759237 * \frac{82.8146}{160.7206} = 0.3912$$

- Hợp đồng tương lai tháng 5:

$$h_5^* = \rho \frac{\sigma_s}{\sigma_F} = 0.797687 * \frac{82.8146}{180.7887} = 0.3654$$

Trong đó h^* và Q_F đã được tính sẵn đối với mỗi hợp đồng, Số lượng hợp đồng tối ưu phụ thuộc vào khối lượng hợp đồng của vị thế đang được phòng vệ (Qa: Đơn vị tấn) là:

- Số lượng hợp đồng tương lai đáo hạn tháng 1 tối ưu:

$$N_1^* = h_1^* \frac{Q_A}{Q_F} = 0.03923 Q_A$$

- Số lượng hợp đồng tương lai đáo hạn tháng 3 tối ưu:

$$N_3^* = h_3^* \frac{Q_A}{Q_F} = 0.03912 Q_A$$

- Số lượng hợp đồng tương lai đáo hạn tháng 5 tối ưu:

$$N_5^* = h_5^* \frac{Q_A}{Q_F} = 0.03654 Q_A$$

4. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thứ nhất, bằng việc sử dụng mô hình VECM, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng hợp đồng tương lai kỳ hạn tháng 1, tháng 3 và tháng 5 thực hiện tốt vai trò phòng vệ rủi ro biến động giá, còn hợp đồng tương lai kỳ hạn tháng 7, tháng 9 và tháng 11 không thực hiện được vai trò phòng vệ này đối với cà phê Robusta Việt Nam. Điều này khẳng định hiệu quả phòng vệ rủi ro bằng hợp đồng tương lai với cà phê Robusta tại Việt Nam là không đồng nhất. Hay nói cách khác, hợp đồng tương lai cà phê Robusta trên sàn ICE EU chưa thực sự có thể thực hiện tốt vai trò phòng vệ rủi ro về giá cho cà phê Robusta Việt Nam. Kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu của Hudson và các cộng sự (1996), Wang và Chidmi (2011), Nicolau và Palomba (2015).... Cụ thể các nghiên cứu trên đều cho thấy ít nhất một mặt hàng không thể thực hiện tốt vai trò phòng vệ của mình. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu này trái ngược với một số nghiên cứu khác – các nghiên cứu phản ánh được khả năng thực hiện phòng vệ rủi ro về giá của các hợp đồng trên thị trường tương lai như Janet (1995), Yang và các cộng sự (2005), Kumar và các cộng sự (2008), Choudhry (2009), Wang và Chidmi (2011), Buddi Wibowo (2017),

Arfaoui (2018)... Điều này được giải thích do quan hệ tương tác động giữa giá giao ngay và giá tương lai phụ thuộc đáng kể vào đặc thù của mỗi thị trường hàng hóa (Nicolau và Palomba, 2015). Nói cách khác, các kết quả nghiên cứu là không giống nhau giữa các quốc gia khác nhau, có nền văn hóa, kinh tế khác nhau.

Thứ hai, hợp đồng tương lai cà phê Robusta đáo hạn Tháng 1 là công cụ phòng vệ rủi ro tốt nhất đối với cà phê Robusta Việt Nam. Hợp đồng đáo hạn Tháng 1 có hệ số phòng vệ tối ưu cao nhất (39.23%), có hệ số ETC cao và hệ số tương quan trong phương trình đồng liên kết cao, lần lượt là -0.79 và 0.93, cho thấy nó có mối quan hệ trong dài hạn với cà phê Robusta Việt Nam. Những phát hiện này hoàn toàn phù hợp với tình hình sản xuất cà phê Robusta tại Việt Nam. Ở nước ta, các tỉnh thuộc khu vực Tây Nguyên như Gia Lai, KonTum, Đăk Lăk, Đăk Nông là các vùng chủ yếu trồng cà phê Robusta. Mùa vụ thu hoạch đối với loại cà phê này thường diễn ra từ tháng 10 đến tháng 12 dương lịch, nơi chậm hơn thì thu hoạch sau khoảng 1 tháng, từ tháng 11 đến tháng 1 dương lịch. Ngay sau khi thu hoạch là khoảng thời gian mà nguồn cung cà phê Robusta trên thị trường nội địa đang dồi dào và theo thời gian sẽ giảm dần. Trong khi một số nhà sản xuất lớn có thể chờ giá cao hơn bằng cách tạm trữ, thì hầu hết nông dân phải bán ngay cho các doanh nghiệp, đại lý thu gom mua cà phê để lấy tiền trả nợ và tiền công sản xuất, thu hái. Như vậy, trong giai đoạn đầu năm giá trị xuất khẩu cà phê Robusta Việt Nam luôn ở mức rất cao (*Hình 5*).



Hình 5: Sản lượng sản xuất cà phê Việt Nam từng tháng năm 2019 (tấn)

Thứ ba, hệ số phòng vệ tối ưu ở mức quanh mức 39% đối với hợp đồng tương lai Robusta đáo hạn tháng 1, tháng 3 và tháng 5. Kết quả này thấp hơn nhiều so với các

nghiên cứu trước đây trên Thế giới (Bảng 4). Đây là hệ quả của thực tế về mối quan hệ “lỏng” giữa giá cà phê nội địa và giá cà phê tương lai. Bản thân các nhà sản xuất cà phê Việt Nam chưa có “tiếng nói” trong các giao dịch cà phê kỳ hạn nói chung và giao dịch cà phê tương lai nói riêng. Trên thực tế chỉ có một số ít người Việt Nam tham gia giao dịch trên thị trường này. Điều này xuất phát từ một số nguyên nhân như: (i) Người dân thiếu kiến thức về công cụ phái sinh và năng lực thực hiện các chiến lược phòng vệ rủi ro của các tổ chức trung gian còn hạn chế; (ii) Kích thước hợp đồng tương lai giao dịch trên sàn quốc tế chưa phù hợp; (iii) và các vấn đề liên quan đến tỷ giá hối đoái (Phuong, 2013).

Bảng 4: Hệ số phòng vệ tối ưu của các nghiên cứu trước

STT	Tác giả/ Nhóm tác giả	Mô hình	Quốc gia	Hedge Ratio
1	Janet (1995)	Phân tích trung bình - phương sai (mean-variance framework)	Hoa Kỳ	Hơn 50%
2	Yang và các cộng sự (2005)	OLS, VAR, VECM và GARCH đa biến	Úc	Quanh mức 70%
3	Kumar và các cộng sự (2008)	OLS, VAR và VECM	Ấn Độ	Hơn 90%
4	Wang và Chidmi (2011)	OLS	Nhiều quốc gia trên thế giới	Hoa Kỳ: 58% Úc: 73% Trung Quốc: 42%
		Var		Hoa Kỳ: 60% Úc: 83% Trung Quốc: 48%
		VECM		Hoa Kỳ: 67% Úc: 52%

STT	Tác giả/ Nhóm tác giả	Mô hình	Quốc gia	Hedge Ratio
				Trung Quốc: 97%
5	Buddi Wibowo (2017)	OLS, VECM và TARCH	Indonesia	Hơn 70%

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

Kết quả nghiên cứu cho thấy cà phê Robusta Việt Nam không được phòng vệ hoàn toàn bởi các hợp đồng tương lai trên sàn ICE EU, hệ số phòng vệ tối ưu ở mức thấp so với các quốc gia như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Úc, Ấn Độ và Indonesia. Mặt khác, việc thành lập Sở giao dịch hàng hóa nội địa có thể mang lại nhiều lợi ích đáng kể, như hạn chế rủi ro cơ sở, loại bỏ rủi ro tỷ giá hối đoái, khả năng thiết kế hợp đồng tương lai phù hợp với nhu cầu và sản xuất trong nước... (Nguyễn Thị Nhụng, 2017). Tuy nhiên thực tế cho thấy không dễ để thành lập một sàn giao dịch hàng hóa trong nước vì nó đòi hỏi các điều kiện nghiêm ngặt về biến động giá cả, minh bạch thông tin, cơ sở hạ tầng và nền tảng công nghệ.

Trong quá khứ, giao dịch kỳ hạn qua các ngân hàng thương mại đã được biết đến từ năm 2004 và chính thức được vận hành thông qua Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam (VNX) năm 2010 và Trung tâm giao dịch cà phê Buôn Ma Thuột (BCEC) năm 2011. Tuy nhiên, Tuy nhiên sản lượng cà phê giao dịch trên và số lượng người tham gia giao dịch trên BCEC và VNX là rất thấp. Nguyễn Thị Nhụng đã chỉ ra 4 nguyên nhân sâu xa của tình trạng này, bao gồm: (i) Các quy định của Việt Nam về giao dịch kỳ hạn còn một số bất cập; (ii) Giao dịch trên VNX và BCEC không mang lại nhiều lợi ích hoặc cơ hội đầu tư cho người tham gia; (iii) Các trung gian tài chính chưa thể hiện được vai trò quan trọng trên thị trường vốn thông qua xây dựng hệ thống thanh toán bù trừ đáng tin cậy trên VNX và BCEC; (iv) Cơ sở hạ tầng của Việt Nam chưa đủ hoàn thiện. Điều này tạo ấn tượng không tốt khiến người tham gia không có sự tin tưởng vào các sở giao dịch hàng hóa trong nước, dẫn tới tính thanh khoản rất thấp, trong khi đây là yếu tố quan trọng nhất để đảm bảo sự thành công của hợp đồng tương lai. Bên cạnh đó, khung pháp lý hiện hành và điều kiện về kho bảo quản, tạm trữ cà phê tại Việt Nam chưa thực sự

đủ tốt. Chính vì vậy, Chính phủ đã quyết định đóng cửa hai sàn giao dịch trên sau một thời gian ngắn đi vào hoạt động. Tháng 7 năm 2018, MXV được thành lập, là trung gian giao dịch thị trường hàng hóa cấp quốc gia duy nhất tại Việt Nam. Mặc dù vậy, với những kết quả trên, chúng ta cần suy nghĩ nghiêm túc về vấn đề phòng vệ rủi ro về giá cà phê cho người nông dân Việt Nam. Cho đến nay, họ vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc sử dụng các công cụ phái sinh trên cả thị trường trong và ngoài nước. Xét về dài hạn, trên cơ sở những lợi ích, sự thuận tiện và mức độ tiếp cận, Việt Nam nên xây dựng cho mình một thị trường phái sinh hàng hóa nội địa, giống như kinh nghiệm từ các quốc gia Ấn Độ, Châu Phi và Mỹ Latinh. Cà phê Việt Nam là mặt hàng luôn xếp ở vị trí rất cao trên Thế giới về giá trị xuất khẩu. Trong tương lai nhu cầu về một thị trường tương lai hàng hóa nông sản chắc chắn sẽ tăng lên đi cùng với quá trình phát triển kinh tế của đất nước. Khi đó, việc phát triển các Sở giao dịch hàng hóa nội địa sẽ là xu hướng tất yếu khách quan tại Việt Nam khi chúng ta đang cần một tổ chức đứng ra quản lý và điều tiết giá cả hàng hóa trên thị trường.

5. KẾT LUẬN

Sự thành lập của Sở Giao dịch Hàng hóa Việt Nam (MXV) vào tháng 7 năm 2018 đánh dấu sự xuất hiện của thị trường hàng hóa tập trung cấp quốc gia tại Việt Nam. Đây là một tín hiệu tốt cho sự phát triển của thị trường tài chính quốc gia. Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm đầu tiên về vai trò phòng vệ rủi ro về giá của hợp đồng tương lai trên sàn ICE EU, được giao dịch thông qua MXV đối với người tham gia Việt Nam trong giai đoạn 2018 đến 2020. Bằng việc sử dụng mô hình Vector hiệu chỉnh sai số VECM, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chỉ có mối quan hệ dài hạn giữa giá giao ngay cà phê Robusta Việt Nam và giá hợp đồng tương lai Robusta kỳ hạn Tháng 1, Tháng 3 và Tháng 5 trên ICE EU, cho thấy Hợp đồng tương lai cà phê Robusta trên sàn ICE EU chưa thực sự thực hiện tốt vai trò phòng vệ rủi ro về giá cho cà phê Robusta Việt Nam. Từ đó, nghiên cứu góp phần làm phong phú các bằng chứng thực nghiệm về vai trò phòng vệ rủi ro của hợp đồng tương lai đối với các mặt hàng nông sản. Kết quả nghiên cứu là rất quan trọng trong bối cảnh thị trường hợp đồng tương lai vẫn chưa phổ biến đối với người tham gia Việt Nam.

Tuy nhiên, dù cỡ mẫu được sử dụng để nghiên cứu đã thỏa mãn cỡ mẫu tối thiểu theo yêu cầu nghiên cứu định lượng, nhưng xét về tổng thể, nghiên cứu mới sử dụng dữ liệu với 6 Hợp đồng tương lai cà phê Robusta đáo hạn trong năm 2020 và chỉ tập trung vào vai trò quan trọng nhất là phòng vệ rủi ro. Điều này là do Sở Giao dịch Hàng hóa Việt Nam MXV mới chỉ thành lập và đi vào hoạt động được hơn 1 năm. Vì vậy nghiên cứu chưa thể đánh giá được tổng thể sự phát triển của thị trường hàng hóa Việt Nam, cần nghiên cứu thêm trong tương lai nhằm đánh giá một cách tốt nhất, đặc biệt là tính khả thi của việc phát triển giao dịch hợp đồng tương lai đối với cà phê tại thị trường nội địa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arfaoui, M. (2018), *On the spot-futures relationship in crude-refined petroleum prices: New evidence from an ARDL bounds testing approach*, Journal of Commodity Markets, 11, 48-58.
2. Bergfjord, O. (2007), *Is there a future for salmon futures? An analysis of the prospects of a potential futures market for salmon*, Journal Aquaculture Economics & Management, 11, 113-132.
3. Black, D. (1986), *Success and failure of futures contracts: Theory and empirical evidence*, Monograph Series in. Finance and Economics, 86-1.
4. Brorsen, B. W., & Fofana, N. Z. F. (2001), *Success and failure of agricultural futures contracts*. Journal of Agribusiness, 19(345-2016-15191), 129-145.
5. Choudhry, T. (2009), *Short-run deviations and time-varying hedge ratios: Evidence from agricultural futures markets*, International Review of Financial Analysis, 58-65.
6. Dinh Xuan, C., & Nguyen Quoc, T. (2016), *Derivatives as the Price Fluctuation Risk Management for Vietnamese Coffee Exporters*, Research in World Economy. doi:10.5430/rwe.v7n1p59.
7. Larson, D. F., Varangis, P., Yabuki, N. (1998), *Commodity Risk Management and Development*, Washington. doi:10.1596/1813-9450-1963.

8. Herrmann, R. (1993), *International Commodity Policy: A Quantitative Analysis* (Commodities Series), Routledge.
9. Hudson, D. et al. (1996), *Price Information in Producer Markets: An Evaluation of Futures and Spot Cotton Price Relationships in the Southwest Region Using Cointegration*, Agribusiness, 363-369.
10. Hull, J. (2015). *Options, Futures, and Other Derivatives*.
11. Jackson, T., & Woodruff, B. (2016), *African Coffee Market Efficiency and International Hedging Viability: Evidence from Uganda*, From <https://ssrn.com/abstract=2759609>.
12. Janet, S. (1995), *The Effect of Futures Markets and Corners on Storage and Spot Price Variability*, American Agricultural Economics Association, 182-193.
13. Kumar và các cộng sự. (2008), *Hedging Effectiveness of Constant and Time Varying Hedge Ratio in Indian Stock and Commodity Futures Markets*, SSRN Electronic Journal. doi:10.2139/ssrn.1206555.
14. Morgan. (2000), *Commodity Futures Markets in LDCs: A Review and Prospects*, Centre for Research in Economic Development and International Trade. University of Nottingham.
15. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2013), *Quản trị rủi ro giá nông sản nhìn từ thị trường cà phê Việt Nam*.
16. Nguyễn Lê Tường Vy. (2007), *Sử dụng hợp đồng tương lai và quyền chọn để phòng ngừa rủi ro biến động giá nguyên liệu cà phê tại công ty cà phê Trung Nguyên*.
17. Nguyễn Lương Thanh. (2010), *Sự hình thành thị trường hàng hóa giao sau cho một số nông sản ở Việt Nam*.
18. Nguyễn Phước Kinh Kha. (2014), *Giao dịch phái sinh hàng hóa tại BM&F, Brazil và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam*. Công nghệ Ngân hàng, 96, 58-62.
19. Nguyễn Thị Ngọc Trang. (2011), *Khảo sát rủi ro biến động giá cả trong hoạt động sản xuất doanh nghiệp*. Phát triển kinh tế.

20. Nguyễn Thị Nhunnel. (2017), *Sổ giao dịch hàng hóa tại Việt Nam: Trường hợp giao dịch kỳ hạn cà phê*. Chuyên san Kinh tế và Kinh doanh (ĐHKT-ĐHQGHN), Số 3/2017.
21. Nguyễn Văn Phúc, & Tô Thị Kim Hồng. (2014), *Kiểm định đồng liên kết giữa giá cà phê Việt Nam xuất khẩu và giá cà phê thế giới giai đoạn 2008-2014*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP.HCM, 4 (37).
22. Nguyễn Thị Nhunnel, & Trần Thị Thanh Tú. (2017), *Sổ giao dịch dành cho các mặt hàng nông sản: Kinh nghiệm của các quốc gia và hàm ý cho Việt Nam*. Tạp chí ngân hàng, Số 12 – 06/2017.
23. Nicolau và Palomba. (2015), *Dynamic relationships between spot and futures prices. The case of energy and gold commodities*. Resources Policy, 45, 130-143. doi:10.1016/j.resourpol.2015.04.004.
24. OECD. (2015), *Chính sách nông nghiệp Việt Nam*.
25. Pennings, J. M., & Leuthold, R. M. (1999), *Commodity futures contract viability: a multidisciplinary approach*. Office for Futures and Options Research (OFOR), 99-02. doi:10.2139/ssrn.176769.
26. Pennings, J., & Meulenberg, M. (1998), *New Futures Markets in Agricultural Production Rights: Possibilities and Constraints for the British and Dutch Milk Quota Markets*. Journal of agricultural economics, 49(01), 50-66.
27. Phương Thảo. (2019), *Cà phê Việt Nam xuất khẩu sang 80 quốc gia và vùng lãnh thổ*. From Department Of Crop Production - Ministry Of Agriculture & Rural Development.
28. Rutten, L. (1998). *The feasibility of an international tropical plywood futures contract*. University Library of Munich, Germany.
29. Hosseini-Yekani, S. A., Zibaei, M., & Allen, D. E. (2009), *The choice of feasible commodities for futures trading: a study of Iranian agricultural commodities*, African J. Agr. Res, 4(3), 193-199.

30. Tashjian, E. (1995), *Optimal futures contract design*, The Quarterly Review of Economics and Finance, 35, 153-162. doi:10.1016/1062-9769(95)90012-8
31. Tô Thị Kim Hồng. (2016), *Sự biến động giá và khả năng cạnh tranh của cà phê Việt Nam xuất khẩu trên thị trường thế giới*, Van Hien University Journal of Science, 4.
32. General Statistics Office of Vietnam (2018), *Tình hình kinh tế - xã hội năm 2018*. From General Statistics Office of Vietnam.
33. Tran Thi, G. (2015), *Establishing agricultural commodity futures exchanges in Vietnam*.
34. Trương Hồng. (2018), *Diện tích cà phê già cỗi Việt Nam có xu hướng ngày càng tăng*, From Western Highlands Agriculture & Forestry Science Institute.
35. Wang, Q., & Chidmi, B. (2011), *Cotton Hedging: A Comparison across Developing and Developed Countries*, Modern Economy, 654-666. doi:10.4236/me.2011.24073.
36. Wibowo, B. (2017), *Hedging Ratio Measurement Methods and Hedging Effectiveness in Jakarta Futures Exchanges*. doi:10.23917/jep.v18i1.3473.
37. Wulandari, A. E., Harianto, H., Arifin, B., & Suwarsinah, H. K. (2019), *The impact of futures price volatility to spot market: case of coffee in Indonesia*, Jurnal Organisasi dan Manajemen, 15(1), 1-15.
38. Yang, J., & Awokuse, T. (2003), *Asset storability and hedging effectiveness in commodity futures markets*, Applied Economics Letters, 487-491.
39. Yang, J., Bessler, D. A., & Leatham, D. J. (2001), *Asset storability and price discovery in commodity futures markets: A new look*. Journal of Futures Markets, 279–300.
40. Yang, W., & Allen, D. E. (2005), *Multivariate GARCH hedge ratios and hedging effectiveness in Australian futures markets*, Accounting and Finance, 301–321. doi:10.1111/j.1467-629x.2004.00119.

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Khoa Kế toán Kiểm toán

**TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN TRỊ CÔNG TY
ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC
CÔNG TY NIÊM YẾT VIỆT NAM**

Nguyễn Đức Phong

1974

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)
E-mail: rces.info@gmail.com
Website: rces.info
Facebook: facebook.com/RCES.info

TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT VIỆT NAM

Nguyễn Đức Phong*

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội,

144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Mục đích của bài nghiên cứu là đánh giá tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết Việt Nam. Thực trạng quản trị công ty của các công ty niêm yết Việt Nam được phân tích và đánh giá dựa trên thẻ điểm quản trị công ty năm 2018. Trên cơ sở dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo của công ty, bài viết sử dụng phương pháp phân tích hồi quy để đánh giá tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, được chọn mẫu nghiên cứu. Kết quả phân tích cho thấy có tồn tại sự tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính với các biến có ý nghĩa thống kê bao gồm: tính độc lập của Hội đồng quản trị, đơn vị kiểm toán độc lập, quy mô Hội đồng quản trị, đòn bẩy tài chính và doanh thu. Trên cơ sở đó, nghiên cứu sẽ đề xuất các khuyến nghị cho các công ty niêm yết nhằm nâng cao chất lượng hoạt động quản trị công ty và cải thiện hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp.

Từ khóa: Quản trị công ty, hội đồng quản trị, hiệu quả tài chính, công ty niêm yết.

1. GIỚI THIỆU

Hiện nay, thị trường chứng khoán Việt Nam đã có nhiều bước tiến và hoạt động như một kênh huy động vốn trung và dài hạn giúp cho phát triển kinh tế cả nước. Sự phát triển này đã làm gia tăng số lượng các công ty niêm yết, giúp đa dạng dòng vốn được luân chuyển trong thị trường chứng khoán. Tuy nhiên, mâu thuẫn giữa các chủ sở hữu công ty và người quản lý điều hành công ty vẫn luôn tồn tại. Nguyên nhân là do với công ty niêm yết, các chủ sở hữu sẽ không tham gia hết vào hội đồng quản trị để điều hành công ty. Do vậy, cần phải tiến hành thuê ngoài các quản lý, các nhà điều hành để vận hành công ty vì họ có chuyên môn hơn. Tuy nhiên, đây lại là mấu chốt dẫn đến

* Tác giả liên hệ: SĐT: (+84)708.407698
Email: phongnguyenlaw98@gmail.com

xung đột bởi vì các quản lý, nhà điều hành nhiều khả năng sẽ sử dụng quyền quản lý và điều hành của mình để thực hiện những giao dịch tư lợi. Điều này làm ảnh hưởng đến lợi ích của công ty và cả các cổ đông. Xuất phát từ những mâu thuẫn đó, quản trị công ty ra đời để hài hòa hóa lợi ích của các bên, giúp công ty phát triển bền vững.

Có thể dễ dàng nhận thấy, nếu không xử lý tốt công tác quản trị công ty thì khi có tranh chấp giữa chủ tịch hội đồng quản trị và giám đốc hoặc tranh chấp giữa các nhóm cổ đông,... có thể sẽ dẫn đến những hậu quả pháp lý như kiện tụng, khiếu nại. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh thường nhật của công ty mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh, thương hiệu của công ty. Điển hình như các sự kiện mới xảy ra gần đây tại công ty cổ phần bóng đèn phích nước Rạng Đông (mã chứng khoán: RAL) là những biểu hiện của việc quản trị công ty kém hiệu quả. Thể hiện thông qua trách nhiệm giải trình của ban lãnh đạo công ty chưa cao khi đã công bố thông tin sai sự thật về các chất có trong bóng đèn.

Xét về tổng thể, trong nhiều năm liền, các công ty niêm yết Việt Nam liên tục đứng cuối trong các kỳ đánh giá Thẻ điểm quản trị công ty khu vực ASEAN. Cụ thể, trong sáu thành viên ASEAN được đánh giá trong Thẻ điểm quản trị công ty bao gồm Singapore, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines và Việt Nam, các doanh nghiệp Việt Nam đã liên tục phải đứng chót về đánh giá năng lực quản trị công ty trong nhiều năm. Tuy có tiến bộ qua từng năm nhưng điểm số quản trị công ty của Việt Nam thường ở mức rất thấp, có khoảng cách lớn so với các nước còn lại. Chẳng hạn, kết quả thẻ điểm năm 2015-2016 cho thấy, 55 doanh nghiệp niêm yết của Việt Nam chỉ đạt điểm trung bình 36,75, một con số rất khiêm tốn nếu so với Indonesia (62,68), Philippines (73,09), Malaysia (76,91), Singapore (78,14) và kém rất xa so với Thái Lan (87,53).

Luật doanh nghiệp 2014 đã có những bước tiến lớn trong việc tiệm cận đến các thông lệ quốc tế về quản trị công ty và sự ra đời của Nghị định 71/2017/NĐ-CP về hướng dẫn quản trị công ty áp dụng đối với công ty đại chúng. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều điểm cần được phân tích, xem xét để cải thiện như vai trò và trách nhiệm của “giám đốc giàu mặt” và “giám đốc thực quyền”. Giám đốc giàu mặt chính là các cổ đông, tuy nhiên chiến lược họ đề ra sẽ được các nhà quản lý thực thi. Do vậy, mâu thuẫn phát sinh khi các nhà quản lý thực thi công việc, nhiệm vụ của mình có những hoạt động tư lợi làm

ảnh hưởng đến lợi ích của các cổ động. Từ đó hoạt động quản trị công ty ra đời để điều hòa mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể để giúp công ty đạt được tiếng nói chung trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, hoạt động quản trị công ty không chỉ có tác dụng điều hòa, giảm thiểu mâu thuẫn mà còn có những tác động đến hiệu quả tài chính của công ty. Khi công ty có hoạt động quản trị công ty tốt, công ty sẽ hoàn toàn phối hợp hiệu quả các nguồn lực, giảm thiểu hành vi tư lợi của ban lãnh đạo hay đảm bảo quyền lợi của các bên có liên quan sẽ giúp cho công ty phát triển bền vững hơn. Về dài hạn, công ty không chỉ phúc lợi tốt cho nhân viên mà thu hút thêm các đối tác và hoàn thành tốt trách nhiệm xã hội. Do đó, cần có một nghiên cứu về tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết để đánh giá thực trạng thực thi pháp luật quản trị công ty và tìm hiểu sự tác động của hoạt động đó đến với hiệu quả tài chính công ty.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Các nghiên cứu trong nước

Năm 2017, Phạm Thị Kiều Trang đã phân tích tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của 187 công ty niêm yết phi tài chính trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Phạm Thị Kiều Trang đã tiến hành khảo sát 5 biến độc lập gồm: sự kiêm nhiệm giữa hai chức vụ chủ tịch hội đồng quản trị và tổng giám đốc điều hành, quy mô hội đồng quản trị, thành viên nữ trong hội đồng quản trị, tính độc lập của thành viên ban kiểm soát và sự sở hữu của cổ đông lớn (nước ngoài, Nhà nước, tư nhân trong nước và của ban giám đốc). Biến kiểm soát bao gồm: quy mô công ty, đòn bẩy tài chính và yếu tố lạm phát. Biến phụ thuộc được đo lường thông qua chỉ số ROA và Tobin's Q. Kết quả cho thấy, biến thành viên nữ trong hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm, quy mô của hội đồng quản trị, đòn bẩy tài chính và yếu tố lạm phát có tác động tiêu cực đến biến ROA còn biến tính độc lập của thành viên ban kiểm soát và sự sở hữu của cổ đông lớn có tác động tích cực đến biến ROA. Kết quả tương tự cũng xảy ra với biến Tobin's Q, duy chỉ có biến kiểm soát quy mô công ty cũng có tác động tiêu cực với loại chỉ số này.

Bên cạnh đó còn có Huỳnh Thị Vân Anh với nghiên cứu về ảnh hưởng của quản trị công ty đến hiệu quả hoạt động của các công ty thuộc ngành hàng tiêu dùng trên thị

trường chứng khoán Việt Nam. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 49 công ty niêm yết có trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong năm 2016. Huỳnh Thị Vân Anh đã sử dụng 5 biến độc lập: quy mô hội đồng quản trị, mức độ độc lập của thành viên hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm của giám đốc điều hành và chức danh chủ tịch hội đồng quản trị, tỷ lệ nữ giới trong hội đồng quản trị, tỷ lệ thành viên có chuyên môn về tài chính kế toán trong hội đồng quản trị, tỷ lệ sở hữu vốn trong hội đồng quản trị, sự tham gia của thành viên tổ chức trong hội đồng quản trị. Biến phụ thuộc được đo lường bằng biến ROA, ROE và Tobin's Q. Kết quả cho thấy quy mô hội đồng quản trị, sự tham gia nữ giới trong hội đồng quản trị và mức độ độc lập của thành viên hội đồng quản trị không tác động đến ROA. Biến sự kiêm nhiệm, tỷ lệ sở hữu vốn trong hội đồng quản trị có tác động tiêu cực đến biến ROA tại mức ý nghĩa 5%. Biến thành viên có chuyên môn về tài chính kế toán, sự tham gia của thành viên là tổ chức trong hội đồng quản trị có tác động tích cực đến ROA với mức ý nghĩa 5%.

2.2. Các nghiên cứu nước ngoài

Năm 2013, nghiên cứu về tác động quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của Priyanka Aggarwal được thực hiện với quy mô mẫu nghiên cứu gồm 20 công ty trên S&P CNX Nifty 50 index. Quản trị công ty được đo lường thông qua biến độc lập gồm: quy mô hội đồng quản trị, tính độc lập hội đồng quản trị, sự tách bạch giữa hai chức danh giám đốc và chủ tịch hội đồng quản trị, chuyên môn của giám đốc, số cuộc họp hội đồng quản trị, vai trò kiểm toán viên bên ngoài, các ủy ban của hội đồng quản trị (ủy ban kiểm toán, ủy ban thù lao, ủy ban đề cử). Biến hiệu quả tài chính được đo lường bằng 4 biến ROA, ROE, ROCE và PBT. Kết quả cho thấy, quản trị công ty có tác động thuận chiều đến hiệu quả hoạt động tài chính đối với cả 4 biến phụ thuộc với mức ý nghĩa 5%.

Igor Todorovic tìm hiểu tác động của quản trị công ty lên sự hiệu quả của hoạt động kinh doanh trong một nghiên cứu năm 2013. Nghiên cứu khảo sát mức độ thực hiện quản trị công ty của các công ty từ Cộng hòa Srpska. Mức độ quản trị công ty sẽ được thể hiện thông qua thẻ điểm quản trị công ty với mẫu 19 công ty trên sở giao dịch chứng khoán Banja Luka, kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ thực hiện quản trị công ty đạt 53.46%. Bên cạnh đó, Igor Todorovic thực hiện so sánh kết quả thu được với mức

độ quản trị công ty của các công ty được niêm yết trên Sàn giao dịch chứng khoán Vienna (Áo) để xác định tác động của quản trị công ty đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Kết quả sau khi so sánh có thể thấy, các công ty từ Cộng hòa Srpska có mức độ thực thi các nguyên tắc quản trị, tỷ suất lợi nhuận ròng, thu nhập trên mỗi cổ phiếu thấp hơn các công ty đến từ Áo. Một kết quả khác cho thấy, các công ty có mức độ thực thi các nguyên tắc quản trị công ty cao hơn sẽ có biên lợi nhuận ròng và thu nhập trên cổ phiếu cao hơn và ngược lại. Do vậy, quản trị công ty có tác động thuận chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Một nghiên cứu được thực hiện vào năm 2013 của Pooja Gupta và Aarti Mehta Sharma đã nghiên cứu thực tiễn sự tác động quản trị công ty đến hiệu suất kinh doanh của các công ty Ấn Độ và Hàn Quốc. Nghiên cứu đã chỉ ra tầm quan trọng của quản trị công ty đến trách nhiệm của công ty và tính minh bạch trong văn hóa doanh nghiệp. Đối với biến quản trị công ty, nghiên cứu đã khảo sát 5 công ty Ấn Độ và 5 công ty Hàn Quốc từ năm 2005 đến năm 2013 theo nội dung của quản trị công ty bao gồm: cấu trúc hội đồng quản trị (tổng số giám đốc, số lượng giám đốc điều hành, số lượng không điều hành), Ủy ban kiểm toán và công bố thông tin (hoạt động bồi thường của hội đồng quản trị, các giao dịch tư lợi, mức độ thực hiện các nguyên tắc quản trị công ty, lợi nhuận đã được kiểm toán). Đối với biến hiệu suất kinh doanh nghiên cứu đã đo lường dựa trên ROA và ROE, kết quả cho thấy đối với công ty Ấn Độ, trong số 5 công ty khảo sát, có 2 công ty Infosys và Videocon quản trị công ty tốt sẽ cho hiệu suất kinh doanh tốt. Ngoại lệ có công ty Bharti là công ty có quản trị công ty tốt trên báo cáo khảo sát nhưng sau khi phân tích lại cho những cảnh báo khác. Đối với các công ty Hàn Quốc, nghiên cứu chỉ ra không có ảnh hưởng của quản trị công ty đến hiệu suất kinh doanh của công ty và công ty Posco là điển hình.

Năm 2015, G. Madan Mohan và Marimuthu đã công bố nghiên cứu về sự tác động của quản trị đến hiệu quả tài chính. Với quy mô mẫu 30 công ty niêm yết Ấn Độ trên sàn Sở giao dịch Chứng khoán Bombay (Bombay Stock Exchange BSE), nghiên cứu đã sử dụng 5 biến độc lập để khảo sát, bao gồm: Quy mô hội đồng quản trị (số lượng giám đốc trong hội đồng quản trị), sự kiêm nhiệm (biến giả), thù lao của ban giám đốc, thành viên độc lập trong hội đồng quản trị (số lượng giám đốc không điều hành),

quyền sở hữu của hội đồng quản trị, tính đối ngẫu của hội đồng quản trị. Biến phụ thuộc để diễn giải cho kết quả hoạt động kinh doanh là biến ROA. Dữ liệu được nhóm tác giả thu thập từ 01/4/2019 đến 31/3/2014, bằng việc sử dụng phần mềm phân tích kinh tế lượng, kết quả nghiên cứu cho thấy quyền sở hữu của hội đồng quản trị và tính đối ngẫu có tác động đến ROA với mức ý nghĩa 5%, trong đó quyền sở hữu của hội đồng quản trị có tác động thuận chiều, tính đối ngẫu có tác động nghịch chiều.

Năm 2015, ODIWO Williams Omokhudil và cộng sự đã thực hiện nghiên cứu về tác động của quản trị doanh nghiệp đến hiệu quả của các công ty sản xuất tại Nigeria. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 30 công ty sản xuất trong giai đoạn 2010 đến 2014. Bằng phương pháp phân tích tương quan, nghiên cứu cho thấy cổ phần của giám đốc điều hành có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động với mức ý nghĩa 5%. Trong khi đó, cổ phần của giám đốc có tác động tiêu cực với mức ý nghĩa 1%. Quy mô của hội đồng quản trị có tác động tích cực với hiệu quả hoạt động tại mức ý nghĩa 1%. Giới tính trong hội đồng quản trị tác động tiêu cực nhưng không đáng kể.

Muhammad Ali trong một nghiên cứu về tác động của quản trị công ty và hiệu suất của công ty đã thực hiện với công ty Hoa Kỳ (quốc gia phát triển) và Pakistan (quốc gia đang phát triển). Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát với quy mô mẫu 100 công ty niêm yết trên hai Sở giao dịch Chứng khoán Karachi và New York trong giai đoạn 1/1/2010 đến 31/12/2015. Biến độc lập được sử dụng là quyền sở hữu của hội đồng quản trị, hiệu quả của hội đồng quản trị, quy mô và cấu trúc, tính độc lập, tính đối ngẫu của giám đốc và giáo dục, kinh nghiệm của Hội đồng quản trị. Biến phụ thuộc được đo lường bằng ROA và ROE. Kết quả cho thấy, quản trị công ty hiện được sự quan tâm ở cả hai quốc gia, tuy nhiên, hoạt động ở quốc gia phát triển vẫn tốt hơn. Ở Pakistan, hầu hết các công ty có mô hình sở hữu gia đình, do vậy ít tồn tại xung đột giữa các chủ sở hữu. Các biến quyền sở hữu, giáo dục và kinh nghiệm, hiệu quả và tính đối ngẫu của giám đốc có quan hệ tích cực với hiệu suất của công ty. Tuy nhiên biến quy mô công ty lại có tác động tiêu cực và không có bằng chứng thể hiện mối quan hệ giữa tính độc lập với hiệu suất của công ty.

Năm 2018, nghiên cứu về tác động của quản trị công ty đến hiệu suất doanh nghiệp được thực hiện bởi nhóm tác giả Aswathy Mohan và Chandramohan. Nghiên

cứu sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất bằng bằng việc khảo sát mẫu gồm 30 công ty niêm yết trên Sàn Chứng khoán Bombay. Trong đó, biến phụ thuộc gồm ROE, tỷ lệ P/B và biến độc lập gồm: thành phần hội đồng quản trị, tín đối ngẫu của giám đốc. Bên cạnh đó gồm các biến kiểm soát: đòn bẩy, doanh thu và tăng trưởng trong bán hàng. Kết quả cho thấy, tính đối ngẫu của giám đốc có tác động tiêu cực đáng kể đến hiệu suất của công ty trong khi thành phần hội đồng quản trị không có tác động. Sự tách bạch của giám đốc điều hành và chủ tịch có tác động thuận chiều đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Biến kiểm soát cũng cho thấy đòn bẩy công ty và doanh thu tài sản tác động tích cực đến hiệu quả của công ty.

2.3. Khoảng trống nghiên cứu

Các nghiên cứu về tác động của quản trị công ty đến hiệu quả hoạt động tài chính của các công ty niêm yết tại Việt Nam vẫn còn khá hiếm. Trong quá trình nghiên cứu và tổng quan, có hai nghiên cứu của Phạm Thị Kiều Trang (2017) và Huỳnh Thị Vân Anh (2016) cũng có mối quan tâm về đề tài này. Tuy nhiên, góc độ quan sát và cách đặt vấn đề của các nghiên cứu là khác nhau. Nếu như Phạm Thị Kiều Trang nghiên cứu tổng thể các công ty không phân loại các nhóm ngành thì nghiên cứu của Huỳnh Thị Vân Anh lại đi vào một nhóm ngành cụ thể là ngành hàng tiêu dùng. Cả hai nghiên cứu này lại nghiên cứu ở giai đoạn 2016 – 2017, giai đoạn này chưa có sự ra đời và có hiệu lực của nghị định số 71/2017/NĐ-CP về hướng dẫn về quản trị công ty áp dụng cho công ty đại chúng. Nghị định số 71/2017 này ra đời nhằm thay thế thông tư 121/2012/TT-BTC quy định về quản trị công ty áp dụng cho công ty đại chúng. Nghị định 71/2017 là bước tiến cho văn bản pháp luật Việt Nam về quản trị công ty cho các công ty đại chúng Việt Nam. Nghị định này đã cập nhật những thông lệ quốc tế tốt nhất về quản trị công ty của OECD và giá trị thực thi và thi hành của văn bản này cao hơn so với thông tư 121/2012/TT-BTC. Vì vậy rất cần thiết có các nghiên cứu về tác động quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trong giai đoạn các quy định về quản trị công ty đại chúng ở Việt Nam đã và đang cập nhật thông lệ quốc tế tốt nhất về quản trị công ty theo OECD, cụ thể là từ năm 2018 trở lại đây.

Trái ngược với số lượng nghiên cứu trong nước, các nghiên cứu về tác động của hoạt động quản trị công ty đến hiệu quả hoạt động tài chính tại nước ngoài đã được sự

chú ý và quan tâm từ nhiều nhà nghiên cứu đến từ nhiều quốc gia như Priyanka Aggarwal (2013), Igor Todorovic (2013), Pooja Gupta và Aarti Mehta Sharma (2013), G. Madan Mohan và Marimuthu (2015), ODIWO Williams Omokhudil và cộng sự (2015), Muhammad Ali (2016), Aswathy Mohan và Chandramohan (2018). Tuy nhiên, các tác giả này cũng chưa có sự phân chia nhóm ngành để quan sát thực trạng quản trị công ty. Các nghiên cứu chú trọng đến phương pháp hồi quy tương quan mà chưa thực sự chú trọng đến phương pháp thống kê mô tả để quan sát thực trạng quản trị công ty đặc biệt là về hội đồng quản trị. Có thể nói, hội đồng quản trị là cầu phàn quyết định việc thực thi hoạt động quản trị của công ty. Hội đồng quản trị là nơi phát sinh các mâu thuẫn về lợi ích, là nơi đưa ra các quyết sách chiến lược... do vậy nghiên cứu về quản trị công ty cần có sự quan tâm nhất định đến cơ quan này. Đây là vấn đề thu hút sự quan tâm ở Việt Nam vì mâu chốt phát sinh mâu thuẫn, phát sinh hành vi tư lợi là do kết cấu của hội đồng quản trị.

Do vậy, để bù đắp các khoảng trống trên, nghiên cứu đã tiến hành nghiên cứu tại thời điểm mà nghị định 71/2017 có hiệu lực và các công ty tiến hành hoạt động quản trị theo nghị định này. Đây là yếu tố đảm bảo tính cập nhật của khóa luận đối với tình hình thực tế của các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã tiến hành phân chia nhóm ngành để đánh giá thực trạng quản trị công ty giúp đưa ra các khuyến riêng cho từng nhóm ngành. Nghiên cứu đã tiến hành thu thập thông tin thứ cấp từ các báo cáo để đánh giá hoạt động thực thi quản trị công ty của hội đồng quản trị.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên tổng quan nghiên cứu và các lý thuyết về tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính, các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

- Giả thuyết H1: Công ty có tỷ lệ thành viên không điều hành trong hội đồng quản trị lớn hơn sẽ tác động tích cực đến hiệu quả tài chính hơn.
- Giả thuyết H2: Công ty có đơn vị kiểm toán thuộc Big Four sẽ tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của công ty.

- Giả thuyết H3: Công ty không có sự tách biệt vị trí giữa chủ tịch hội đồng quản trị và giám đốc thì sẽ tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động tài chính.
- Giả thuyết H4: Công ty có số lượng nữ giới trong hội đồng quản trị lớn hơn sẽ có hiệu quả tài chính cao hơn.
- Giả thuyết H5: Công ty có số lượng thành viên hội đồng quản trị lớn hơn thì có hiệu quả hoạt động tài chính cao hơn.
- Giả thuyết H6: Công ty có độ tuổi trung bình cao hơn sẽ có hiệu quả tài chính thấp hơn.
- Giả thuyết H7: Công ty có doanh thu cao hơn sẽ có hiệu quả tài chính cao hơn.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Mô hình hồi quy thể hiện tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính có thể mô tả được như sau:

$$\text{ROA} = \beta_0 + \beta_1 \text{HDQT} + \beta_2 \text{DVKT} + \beta_3 \text{SKN} + \beta_4 \text{SLNG} + \beta_5 \text{SLTV} + \beta_6 \text{DBTC} + \beta_7 \text{DT} + \varepsilon.$$

Trong đó:

β_0 : hằng số (constant term).

β_{1-7} : hệ số các biến giải thích.

ε : sai số ngẫu nhiên.

Bảng 1: Tổng hợp các biến độc lập và thang đo

TT	Biến độc lập	Kí hiệu	Thang đo	Dấu kỳ vọng
	Tính độc lập của hội đồng quản trị	HDQT	Số thành viên của hội đồng quản trị không điều hành/ tổng số thành viên của hội đồng quản trị	+
	Đơn vị kiểm toán	DVKT	Biến giả: Bằng 1 khi công ty kiểm toán thuộc Big Four và bằng 0 khi công ty kiểm toán không thuộc Big Four	+

	Sự kiêm nhiệm	SKN	Biến giả: Bằng 1 khi chủ tịch hội đồng quản trị kiêm giám đốc và bằng 0 khi chủ tịch hội đồng quản trị không có sự kiêm nhiệm	-
	Số lượng nữ giới trong hội đồng quản trị	SLNG	Số lượng nữ giới trong hội đồng quản trị tính bằng số người	+
	Quy mô hội đồng quản trị	SLTV	Số lượng thành viên của hội đồng quản trị tính bằng số người	+
	Đòn bẩy tài chính	DBTC	Nợ phải trả/ Nguồn vốn chủ sở hữu	-
	Doanh thu	DT	Logarit(Tổng doanh thu)	+

Nguồn: Tác giả đề xuất

3.3. Mẫu nghiên cứu và thu thập thông tin

3.3.1. Mẫu nghiên cứu

Tại thời điểm thu thập số liệu, các doanh nghiệp niêm yết chưa công bố Báo cáo kiểm toán năm 2019. Do vậy, nghiên cứu đã sử dụng số liệu nghiên cứu từ các Báo cáo kiểm toán năm 2018. Mẫu nghiên cứu gồm 485 công ty niêm yết trên cả hai sàn chứng khoán HNX và HOSE. 485 công ty niêm yết thuộc toàn bộ danh mục chỉ số VNX Allshare kỳ tháng 4/2018 – đảm bảo các tiêu chí về vốn hóa, tỷ lệ chuẩn nhượng và thanh toán. Việc lựa chọn toàn bộ doanh nghiệp trong VNX Allshare là phù hợp với thông lệ, mục đích cung cấp cơ sở phản ánh hình ảnh chất lượng quản trị của các công ty niêm yết tại Việt Nam.

Theo như lý thuyết, cỡ mẫu tối thiểu phải đạt được của Tabachnick và Fidell công bố năm 1996 có công thức tính: $N = 50 + 8*m$ (với m là số nhân tố độc lập). Do đó, cỡ mẫu tối thiểu của bài nghiên cứu là 106 (do có 7 biến độc lập).

Mẫu gồm 485 công ty niêm yết tính đến kỳ tháng 4/2018: phân nhóm theo quy mô vốn hóa (gồm 50 doanh nghiệp), nhóm quy mô vừa (gồm 150 doanh nghiệp), và nhóm quy mô nhỏ (gồm 285 doanh nghiệp). Tổng giá trị vốn hóa 485 công ty niêm yết tại thời điểm 23/4/2018 là 2.895.009 tỷ đồng, chiếm 91% tổng giá trị vốn hóa của toàn bộ doanh nghiệp trên hai sở giao dịch chứng khoán HNX và HOSE.

3.3.2. Thu thập thông tin

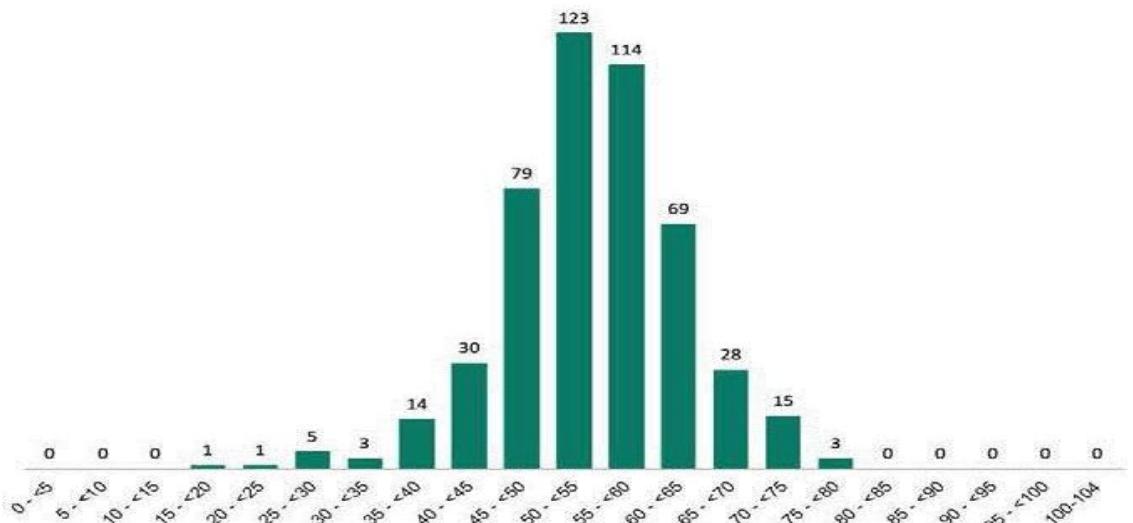
Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu của mô hình nghiên cứu. Số liệu thu thập các biến độc lập và biến phụ thuộc được lấy thu thập từ:

- Báo cáo thường niên 2018,
- Báo cáo tài chính 2018 (đã kiểm toán),
- Báo cáo quản trị công ty 2018,
- Tài liệu đại hội đồng cổ đông thường niên 2018,
- Biên bản Đại hội đồng cổ đông 2018,
- Nghị quyết đại hội đồng cổ đông thường niên 2018,
- Nghị quyết hội đồng quản trị 2018,
- Báo cáo phát triển bền vững 2018,
- Trang thông tin điện tử của công ty, của Sở, Ủy ban chứng khoán,
- Các nội dung công bố thông tin khác của doanh nghiệp.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Thực trạng quản trị công ty của các công ty niêm yết

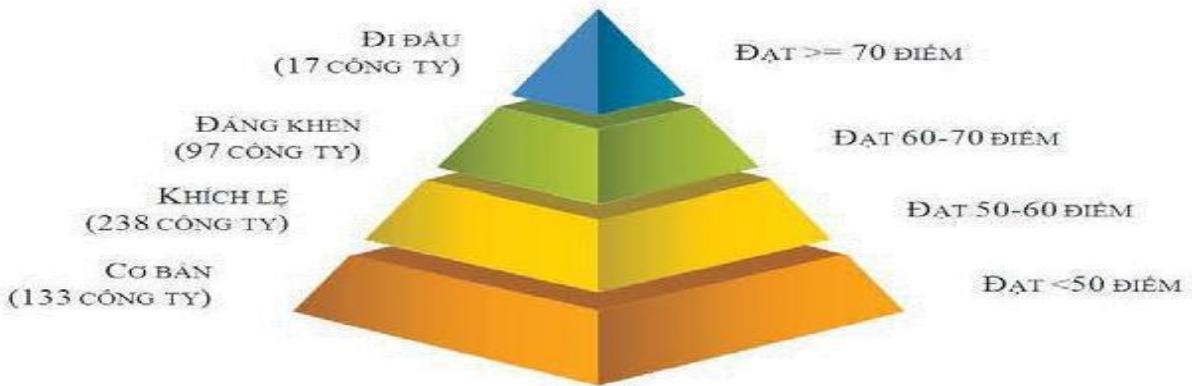
Hiện nay, để khảo sát về tình hình thực thi hoạt động quản trị công ty tại các công ty niêm yết có thể kể đến đơn vị VietNam Listed Company Awards đưa ra báo cáo đánh giá hoạt động quản trị công ty của các công ty niêm yết. Do vậy, thực trạng quản trị công ty của các công ty niêm yết sẽ được thể hiện thông qua thẻ điểm quản trị công ty, cụ thể được phân bổ như sau:



Hình 1: Phân bổ điểm quản trị công ty của các công ty niêm yết Việt Nam năm 2018

Nguồn: Báo cáo đánh giá quản trị công ty của các doanh nghiệp niêm yết 2018

Đối với sự phân bổ điểm quản trị trên, ta có thể thấy hình dạng xu hướng của phân bổ điểm quản trị công ty có sự phân cấp (xu hướng đồ thị dạng bậc hai hướng bè lõm lên trên). Do vậy, phổ điểm có sự tập trung tại những điểm đỉnh đồ thị. Nhìn kĩ hơn có thể thấy phổ điểm từ 50 – 55 và từ 55 – 60 có sự tập trung của số lượng công ty là lớn nhất với tổng số công ty có mức điểm từ 50 – 60 là 237 công ty (chiếm xấp xỉ 49% số lượng công ty khảo sát). Sự phân bố của mức điểm được tản khá đều quanh hai bên trục đối xứng. Phổ điểm được trải dài từ 15 – 80 điểm. Có sự phân hóa mạnh giữa các công ty có điểm số thấp và những công ty có điểm số tương đối cao khi công ty có mức điểm thấp từ 15 – 20 điểm có 1 công ty và những công ty có điểm từ 75 – 80 có 3 công ty. Mặc dù số điểm tương đối cao nhưng khoảng điểm từ 75 – 80 vẫn còn có khoảng cách khá lớn đối với mức điểm tuyệt đối 104 điểm. Do vậy, hiện nay mức độ quản trị công ty của các công ty niêm yết cần có nhiều sự nỗ lực để đạt được mức điểm cao hơn của Thủ điểm quản trị.



Hình 2: Tháp quản trị công ty theo nhóm cấp độ

Nguồn: Báo cáo đánh giá quản trị công ty của các doanh nghiệp niêm yết 2018

Hiện tại, quản trị công ty được phân theo 4 cấp bậc, gồm: đi đầu (từ 70 điểm trở lên), đáng khen (từ 60 – 70 điểm), khích lệ (từ 50 – 60 điểm) và cơ bản (dưới 50 điểm). Hiện tại có 17 công ty được xếp hạng nhóm công ty dẫn đầu chiếm 3.5% trên tổng số công ty khảo sát. Điểm quản trị công ty của nhóm này đã hoàn thành 67% - 77% so với số điểm tối đa. Tuy nhiên điều cần lưu ý hơn, có tới 133 công ty (chiếm tới 25%) thuộc nhóm cơ bản chỉ đạt số điểm dưới 50 điểm (dưới 50% tiêu chí không được hoàn thành). Đây là một trong những chỉ báo để thấy được mức độ quản trị công ty hiện tại ở Việt Nam đang đứng ở đâu để có những kiến nghị nâng cao mức độ quản trị công ty.

4.2. Thực trạng quản trị công ty đứng trên góc nhìn từ hội đồng quản trị

Nghiên cứu về hoạt động quản trị công ty thì chắc chắn phải nghiên cứu về hội đồng quản trị vì hội đồng quản trị là cầu phàn trung tâm, chịu trách nhiệm chủ đạo trong hoạt động quản trị công ty. Hội đồng quản trị có đầy đủ quyền lực để thực thi tốt hoạt động quản trị công ty. Cơ quan này cũng là nơi xuất phát các mâu thuẫn giữa lợi ích cá nhân với lợi ích công ty và giữa lợi ích của các nhân với nhau. Do vậy việc nghiên cứu đặc điểm của hội đồng quản trị trong công ty là một trong những hoạt động quan trọng khi nghiên cứu hoạt động quản trị tại các công ty niêm yết Việt Nam.

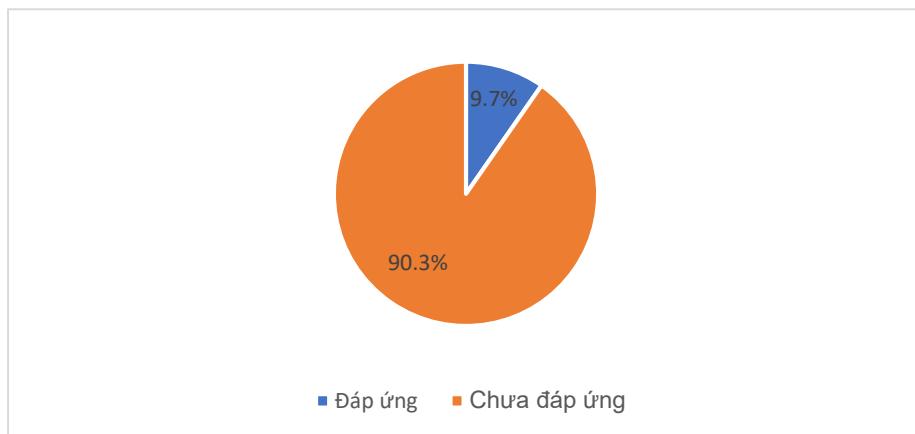
Đặc điểm của hội đồng quản trị sẽ quyết định đến hoạt động quản trị công ty tốt được nghiên cứu: tính độc lập của thành viên hội đồng quản trị, tính đa dạng của hội đồng quản trị, cân đối giới tính trong hội đồng quản trị, sự kiêm nhiệm của chức danh

chủ tịch và tổng giám đốc, chủ tịch là thành viên độc lập và hội đồng quản trị có các tiểu ban chuyên trách.

4.2.1. Tính độc lập của thành viên hội đồng quản trị

Tính độc lập, khách quan của hội đồng quản trị đóng một vai trò quan trọng, bởi đây là tiền đề để hội đồng quản trị thực hiện việc giám sát có hiệu quả, ngăn ngừa xung đột lợi ích và tăng cường năng lực cạnh tranh công ty. Một trong những yếu tố cơ bản để đảm bảo tính khách quan của hội đồng quản trị là duy trì một tỷ lệ thành viên hội đồng quản trị độc lập hiện diễn trong hội đồng quản trị để đảm bảo tính khách quan và độc lập của hội đồng quản trị.

Theo yêu cầu luật định, khoản 5 điều 13 nghị định 71/2017/NĐ-CP về hướng dẫn về quản trị công ty áp dụng cho công ty đại chúng, yêu cầu cơ cấu hội đồng quản trị phải đạt tối thiểu 1/3 số thành viên là thành viên độc lập. Qua quá trình khảo sát, hiện chỉ có 47 công ty (chiếm gần 10%) đạt được yêu cầu này. Mặc dù nghị định 71/2017 đã có hiệu lực kể từ ngày 8/2017, tuy nhiên mức độ hoàn thành của đa số doanh nghiệp là chưa đạt.



Hình 3: Mức độ đáp ứng yêu cầu 1/3 số thành viên trong hội đồng quản trị là thành viên độc lập

Nguồn: Khảo sát dữ liệu thứ cấp từ báo cáo quản trị của các công ty niêm yết năm 2018

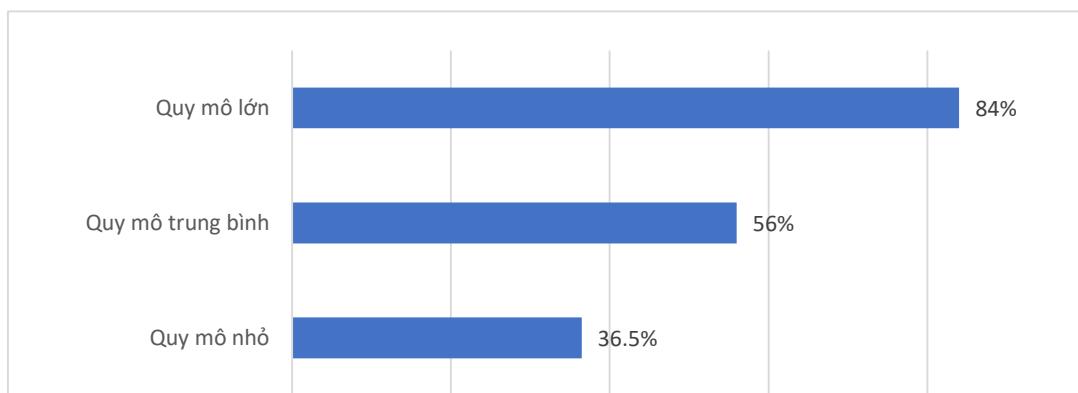
Đối với luật doanh nghiệp năm 2005 thì không quy định về Thành viên Hội đồng quản trị mà chỉ quy định về Ban kiểm soát. Tuy nhiên, Ban kiểm soát trong luật doanh nghiệp 2005 lại đối mặt với việc không có thực quyền. Nguyên nhân do, Ban kiểm soát

lại không thuộc hội đồng quản trị, do vậy hoạt động kiểm soát, kiểm tra, xử lý nhiều khi bị lấn lướt bởi hội đồng quản trị. Điều này, đã dẫn đến thực trạng Ban kiểm soát chỉ có quyền trên giấy tờ. Để cải thiện thực trạng trên, luật doanh nghiệp 2014 đã mở rộng sự lựa chọn mô hình thành có thể có Ban kiểm soát hoặc nếu không có thì cần có thành viên độc lập trong hội đồng quản trị. Và khuyến nghị của quản trị công ty nên đi theo thành viên độc lập hội đồng quản trị vì vừa đảm bảo được tính độc lập mà vẫn đảm bảo được quyền lực để thực thi tốt hoạt động của mình.

Từ thực trạng trên, có thể thấy cần có cách nhìn nhận đúng hơn về thành viên độc lập trong hội đồng quản trị để có được sự đối trọng và kìm hãm lẫn nhau trong hội đồng quản trị, giúp giảm thiểu mâu thuẫn và có những quyết sách đúng đắn.

4.2.2. Sự kiêm nhiệm giữa hai chức danh giám đốc và chủ tịch hội đồng quản trị

Theo khoản 2 điều 12 Nghị định 71/2017/NĐ-CP, kể từ tháng 8/2020 công ty đại chúng không được có sự kiêm nhiệm giữa hai chức danh chủ tịch và tổng giám đốc. Yêu cầu này là hợp lý vì nếu không có sự tách bạch giữa hai chức danh này sẽ dễ dẫn đến lạm quyền trong hoạt động quản trị công ty, một người khi có nhiều quyền lực thì họ sẽ nghĩ đến việc sử dụng quyền lực đó để thu lại các lợi ích cá nhân. Mà chắc chắn lợi ích cá nhân đó sẽ ảnh hưởng đến lợi ích công ty. Do vậy, cần tách bạch hai chức danh này để đảm bảo quyền và lợi ích của các cổ đông khác trong công ty cũng như phát triển đúng mục tiêu của công ty là tối đa hóa giá trị cổ phần phổ thông của công ty.



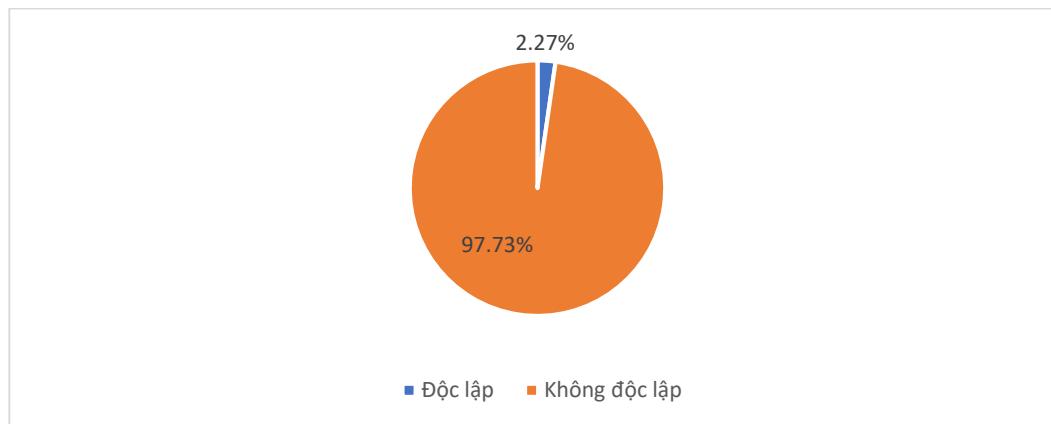
Hình 4: Mức độ hoàn thành yêu cầu tách bạch giữa hai chức danh giám đốc và chủ tịch hội đồng quản trị theo quy mô công ty

Nguồn: Khảo sát dữ liệu thứ cấp từ báo cáo quản trị của các công ty niêm yết năm 2018

Có thể nhận thấy xu hướng chuẩn bị trước theo quy định của pháp luật của các công ty đang được thể hiện rõ ràng bởi số lượng công ty có sự tách bạch giữa hai chứng danh chủ tịch và tổng giám đốc. Xét về tổng thể, hiện có 356 công ty đã tách bạch giữa hai chức danh này và chiếm tỷ lệ đến 73% số lượng công ty được khảo sát. Bên cạnh đó, các công ty lớn có xu hướng chuyển dịch mạnh mẽ nhất với tỷ lệ hoàn thành yêu cầu 84%. Không chênh lệch nhiều, tỷ lệ hoàn thành của các công ty trung bình đạt 80% và tỷ lệ hoàn thành của các công ty nhỏ là 68%. Đây là chỉ điểm đáng vui đón với hoạt động quản trị công ty của các công ty niêm yết Việt Nam.

4.2.3. Tính độc lập của chủ tịch hội đồng quản trị

Đối với các công ty có thành viên hội đồng quản trị đại diện các cổ đông lớn, hoặc có tỷ lệ thành viên độc lập thấp thì việc chủ tịch là thành viên độc lập sẽ giúp gia tăng đối trọng quan điểm của các nghị quyết của đại hội đồng quản trị, đặc biệt trong các vấn đề giao dịch liên quan và các vấn đề khác có tiềm năng xung đột lợi ích. Chủ tịch hội đồng quản trị là thành viên độc lập sẽ giúp tránh các hoạt động lạm quyền của chủ thể này. Nguyên nhân do thẩm quyền của chủ tịch hội đồng quản trị là đưa ra quyết định, quyết sách và chiến lược trong khoảng thời gian khẩn cấp, nhanh chóng. Nếu không đảm bảo tính độc lập thì nhiều trường hợp vì lợi ích cá nhân sẽ làm cho hoạt động quản trị công ty không hiệu quả, gây hậu quả bất lợi cho lợi ích công ty.



Hình 5: Khảo sát tình độc lập của chủ tịch hội đồng quản trị

*Nguồn: Khảo sát dữ liệu thứ cấp từ báo cáo quản trị
của các công ty niêm yết năm 2018*

Chỉ có 11 công ty có chủ tịch là thành viên độc lập chiếm 2.27% số lượng công ty được khảo sát. Mặc dù đây không phải là yêu cầu bắt buộc, tuy nhiên thông lệ quốc tế tốt đều khuyến khích các doanh nghiệp cân nhắc áp dụng. Nguyên nhân là do tính độc lập của chủ tịch hội đồng quản trị sẽ dẫn đến tính đối trọng và đưa ra quyết định về các vấn đề nội bộ công ty kỹ lưỡng, chu toàn hơn và tránh các xung đột lợi ích liên quan. Xét về thực trạng sau khảo sát, có thể đánh giá mức độ quan tâm về tính độc lập của thành viên hội đồng quản trị trong các công ty niêm yết là kém. Mặc dù các công ty niêm yết có đầy đủ tiềm lực và điều kiện để bảo đảm tính độc lập này so với những loại hình công ty khác, tuy nhiên mức độ quan tâm đến vấn đề này hiện đang ở mức đáng báo động.

4.3. Kết quả của mô hình hồi quy

Để tìm hiểu tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết, nghiên cứu đã sử dụng phương pháp kiểm định hồi quy giả thuyết. Bằng việc sử dụng phần mềm định lượng Eviews 10.0 để hồi quy tương quan bộ dữ liệu chéo với 485 quan sát, trong đó có 7 biến độc lập. Dưới đây là kết quả mô hình hồi quy:

$$\begin{aligned} \text{ROA} = & 0.03 + 0.02 \text{ DVKT} + 0.06 \text{ HDQT} - 0.01 \text{ SKN} - 0.02 \text{ SLNG} + 0.01 \text{ SLTV} \\ & - 0.01 \text{ DBTC} - 0.01 \text{ DT} \\ (0.92) & (1.99) (2.40) (-1.16) (-0.41) (3.23) \\ & (-4.87) (-2.26) \end{aligned}$$

Từ kết quả trên, có thể thấy, p-value của 2 biến SLNG, SKN có giá trị lớn hơn 0.05, các biến còn lại đều có giá trị nhỏ hơn 0.05, do vậy, biến SLNG, SKN không có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%. 5 biến còn lại là: DVKT, HDQT, SKN, SLTV, DBTC, DT đều có giá trị p-value nhỏ hơn 0.05. Do vậy, 5 biến trên đều có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%.

Năm biến độc lập DVKT, HDQT, SKN, SLTV, DBTC đều có kết quả phù hợp với dấu kỳ vọng của hệ số hồi quy được đưa ra ở trên. Có hai biến trái ngược với dấu kỳ vọng là biến: SLNG và DT. Đối với biến SLNG, do có p-value 0.6873, nên chắc chắn biến SLNG không có bất kể một tác động nào đến biến phụ thuộc ROA. Còn biến

DT, có dấu âm nguyên nhân là do, ROA được tạo thành bởi lợi nhuận sau thuế chia cho tổng tài sản. Mặc dù doanh thu của các công ty lớn thường cao hơn nhưng giá trị tổng tài sản cũng cao theo. Tuy nhiên, mức độ gia tăng lợi nhuận sau thuế chậm hơn mức độ tăng tổng tài sản, do vậy có thể đó là nguyên nhân mà doanh thu tăng có thể làm cho ROA giảm. Bên cạnh đó còn có nhiều doanh nghiệp có doanh thu lớn, nhưng các chi phí không được sử dụng hiệu quả. Điều này dẫn đến lợi nhuận sau thuế của các công ty này không cao, do đó cũng khiến cho ROA của các công ty này thấp hơn so với các công ty nhỏ.

Do biến SLNG có p-value là 0.6873, do vậy nghiên cứu sẽ loại bỏ biến này và tiến hành hồi quy kiểm định sau khi loại biến để quan sát kết quả. Do đó, phương trình hồi quy được mô tả như sau:

$$\begin{aligned} \text{ROA} = & 0.03 + 0.02 \text{ DVKT} + 0.06 \text{ HDQT} - 0.01 \text{ SKN} + 0.01 \text{ SLTV} - 0.01 \text{ DBTC} \\ & - 0.01 \text{ DT} \\ (0.96) & \quad (1.97) \quad (2.40) \quad (-1.16) \quad (3.23) \quad (-4.88) \\ & \quad \quad \quad (-2.26) \end{aligned}$$

Hệ số xác định R^2 điều chỉnh (sau loại biến) là 53.93%. Do đó các biến độc lập trong mô hình hồi quy sau loại biến sẽ giải thích được 53.93% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Bên cạnh đó, R^2 điều chỉnh sau loại biến là 53.93%, cao hơn R^2 điều chỉnh (chưa loại biến). Do đó, có thể kết luận rằng, sau khi loại biến thì mô hình hồi quy với biến phụ thuộc ROA tốt hơn. Vì vậy, kết quả này sẽ được sử dụng để thảo luận nghiên cứu.

Tác động của biến HDQT đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động thuận chiều. Khi công ty có tỷ lệ thành viên không điều hành trong hội đồng quản trị lớn hơn sẽ tác động tích cực đến hiệu quả tài chính hơn. *Chắp nhận giả thuyết H1.*

Tác động của biến DVKT đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động thuận chiều. Khi công ty được kiểm toán từ các công ty thuộc Big Four sẽ tác động tích cực đến hiệu quả tài chính hơn. *Chắp nhận giả thuyết H2.*

Tác động của biến SKN đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động ngược chiều. Khi công ty không có sự tách bạch giữa hai chức danh giám đốc và chủ tịch hội đồng quản trị sẽ tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động tài chính. *Chap nhận giả thuyết H3.*

Tác động của biến SLTV đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động thuận chiều. Khi công ty có số lượng thành viên trong hội đồng quản trị lớn sẽ tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động tài chính của công ty. *Chap nhận giả thuyết H5.*

Tác động của biến DBTC đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động ngược chiều. Khi công ty có đòn bẩy tài chính cao hơn sẽ tác động tiêu cực đến hiệu quả tài chính công ty. *Chap nhận giả thuyết H6.*

Tác động của biến DT đến biến biến phụ thuộc ROA là tác động ngược chiều. Khi công ty có doanh thu cao hơn sẽ có hiệu quả tài chính thấp hơn. *Bác bỏ giả thuyết H7.*

5. KHUYẾN NGHỊ CHO CÔNG TY NIÊM YẾT

Thông qua thực trạng đã phân tích, để các công ty niêm yết thực thi tốt pháp luật quản trị công ty thì phải tìm ra được các điểm chưa tốt còn yếu kém để tìm hiểu nguyên nhân và đưa ra các chiến lược khắc phục điểm yếu đó. Có thể thấy hiện nay, tính độc lập của hội đồng quản trị đang được thi thi chưa tốt. Mặc dù khoản 5, điều 13 nghị định 71/2017 đã yêu cầu cơ cấu hội đồng quản trị công ty niêm yết phải đạt tối thiểu 1/3 số thành viên là thành viên độc lập, tuy nhiên hiện mới có 10% công ty thực hiện quy định này. Do vậy, các công ty niêm yết cần tìm hiểu nguyên nhân không đáp ứng đầy đủ số lượng thành viên độc lập. Có thể do thiếu nguồn nhân lực hay do công ty có tình không thực hiện được... Từ đó sẽ xác định phương án giải quyết cho vấn đề trên.

Mặc dù các công ty được khảo sát đều là những công ty thuộc chỉ số All-share, tuy nhiên còn nhiều điểm mà việc thực thi pháp luật quản trị công ty còn yếu kém: tính đa dạng về chuyên môn, lĩnh vực của hội đồng quản trị, hay như tính độc lập của chủ tịch công ty hoặc là hội đồng quản trị có các tiểu ban chuyên trách, .. Những hoạt động này đều được các thông lệ quốc tế ghi nhận: nếu thực hiện sẽ tác động rất tốt đến công tác thực thi pháp luật quản trị công ty. Do đó các công ty niêm yết cần có các biện pháp khắc phục để cải thiện những hoạt động này.

Ở một góc nhìn khác, dựa trên kết quả của mô hình hồi quy, các công ty niêm yết nên cải thiện những nhân tố tác động để cải thiện hiệu quả tài chính. Như đã phân tích, hiện tại luật doanh nghiệp 2014 đang quy định hai mô hình: mô hình có sự xuất hiện của ban kiểm soát và mô hình không có sự xuất hiện của ban kiểm soát mà thay vào đó là thành viên độc lập trong hội đồng quản trị. Mô hình mà có thành viên độc lập trong hội đồng quản trị được khuyến nghị bởi nhiều tổ chức quốc tế hàng đầu như Ngân hàng Thế giới (World Bank), Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD),... Lý do mô hình thành viên độc lập sẽ nằm trong hội đồng quản trị và sẽ nắm bắt thông tin tốt hơn, cũng như không bị che giấu thông tin và đảm bảo quyền giám sát tốt hơn. Mô hình có ban kiểm soát sẽ có hạn chế về mức độ thông tin tiếp cận và trong nhiều trường hợp, thành viên ban kiểm soát lại do hội đồng quản trị trả lương. Điều này càng làm削弱 lực của ban kiểm soát giảm xuống và không hoàn thành được nhiệm vụ được giao. Do vậy, khóa luận khuyến nghị các công ty nên sử dụng mô hình có thành viên độc lập trong hội đồng quản trị để đảm bảo việc phát hiện và xử lý sai phạm của hội đồng quản trị.

Thứ hai, các công ty cũng cần thuê những đơn vị kiểm toán độc lập uy tín để nâng cao trách nhiệm cho các thành viên trong hội đồng quản trị. Các đơn vị kiểm toán uy tín có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kiểm toán các loại hình công ty, có quy trình kiểm toán rõ ràng, chuyên nghiệp để đảm bảo việc phát hiện những yếu tố chưa hợp lý của các báo cáo công ty. Đây là động lực khiến cho các thành viên hội đồng quản trị luôn luôn cẩn trọng trong quá trình ra quyết định để đảm bảo vị trí và tránh những chênh lệch tài sản.

Thứ ba, các công ty đều cần có sự tách bạch giữa hai chức danh giám đốc và chủ tịch hội đồng quản trị. Khi có sự tách bạch về quyền hạn và nghĩa vụ sẽ giảm đi sự lạm quyền tại vị trí đó. Đây là khuyến nghị được nhiều tổ chức quốc tế đưa ra và có xu hướng luật định tại luật doanh nghiệp cũng như các văn bản hướng dẫn về vấn đề này.

Thứ tư, đảm bảo sự hiện diện của nữ giới trong hội đồng quản trị. Hiện tại cũng đang dần có những bằng chứng về sự hiện diện của nữ giới sẽ giúp cho công ty phát triển bền vững, quản trị công ty tốt hơn. Nhưng chắc chắn, khi công ty có sự hiện diện của nữ giới sẽ phần nào đó giúp cho quá trình bình đẳng giới được thực thi. Khi tiến hành khảo sát 485 công ty, có thể thấy rõ sự mất cân bằng về giới của thành viên trong hội đồng quản trị. Bất kể những nguyên nhân chủ quan hay khách quan, nhưng khi công

ty có sự hiện diện của nữ giới thì chắc chắn hội đồng quản trị sẽ có thêm những tư duy mới khác biệt hơn hiện nay.

Thứ năm, đối với những công ty lớn nên đảm bảo số lượng thành viên trong hội đồng quản trị đủ lớn. Để đảm bảo được điều đó thì cần có ủy ban về lương thưởng, ủy ban về tuyển dụng để có sự tính toán lương thưởng và tiêu chí tuyển dụng thành viên trong hội đồng quản trị. Đối với công ty trung bình và nhỏ cần có sự tính toán giữa chi phí và lợi ích về quy mô của thành viên trong hội đồng quản trị.

6. KẾT LUẬN

Dựa trên phương pháp thu thập thông tin, phân tích, đối chiếu và sử dụng mô hình định lượng nghiên cứu đã đưa ra thực trạng thực quản trị công ty theo góc nhìn tổng quát của thẻ điểm quản trị công ty. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã sử dụng phương pháp hồi quy tương quan để chỉ ra sự tác động của quản trị công ty đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết. Kết quả này càng cung cấp thêm các luận điểm đã có sẵn về việc tuân thủ quy định quản trị công ty giúp sự phát triển lợi nhuận là bền vững và đồng thời phủ định quan điểm giảm thiểu chi phí quản trị công ty để gia tăng lợi nhuận công ty.

Mặc dù bài nghiên cứu đã có những đóng góp về mặt khoa học cũng như đóng góp về mặt thực tế, tuy nhiên vẫn còn tồn tại hạn chế như sau: tại thời điểm nghiên cứu, khóa luận chưa thể thu thập được số liệu của thẻ điểm quản trị công ty gần nhất (do chưa hết năm 2019) và chưa báo cáo đánh giá quản trị công ty, do đó số liệu vẫn còn hạn chế về mặt cập nhật.

Hướng nghiên cứu tiếp theo của tác giả sẽ về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thông qua những thông tin mà các công ty công bố. Hướng nghiên cứu này sẽ kế thừa những kết quả về tình hình quản trị công ty hiện nay của các công ty niêm yết và mở rộng ra đối với các bên liên quan như: công đồng địa phương, môi trường, văn hóa và xã hội,...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Tài Chính (2015), *Thông tư 155/2015/TT-BTC* ban hành ngày 06 tháng 10 năm 2015 về hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán, Hà Nội.

2. Bộ Tài Chính (2017), *Thông tư số 95/2017/TT-BTC ban hành ngày 22 tháng 9 năm 2017 về hướng dẫn một số điều của nghị định 71/2017/NĐ-CP*, Hà Nội.
3. Chính Phủ (2017), *Nghị định số 71/ 2017/NĐ – CP ban hành ngày 06 tháng 6 năm 2017 về hướng dẫn quản trị công ty áp dụng đối với công ty đại chúng*, Hà Nội.
4. Phạm, T. K. T. (2017), *Phân tích tác động của quản trị công ty tới hiệu quả tài chính của các công ty phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Bảo vệ tại trường Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
5. Huỳnh, T. V. A. (2018), *Nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị công ty đến hiệu quả hoạt động các doanh nghiệp ngành hàng tiêu dùng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ kế toán, Bảo vệ tại trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng.
6. Viet Nam listed company awards. (2018), *Báo cáo đánh giá quản trị công ty của các doanh nghiệp niêm yết Việt Nam năm 2018*, Hà Nội.
7. Quốc Hội (2005), *Luật phá sản*, Hà Nội.
8. Quốc Hội (2006), *Luật chứng khoán*, Hà Nội.
9. Quốc Hội (2014), *Luật doanh nghiệp*, Hà Nội.
10. Quốc Hội (2018), *Luật cạnh tranh*, Hà Nội.
11. Asian Development Bank (2016), *Asean corporate governance scorecard country reports and assessments 2015 – 2016*.
12. Aswathy, M., Chandramohan, S (2018), *Impact of corporate governance on firm performance: Empirical evidence from India*, International Journal of Research in Humanities, Arts and Literature, 6(2), 209 – 218.
13. Gillan S.L, Starks L.T. (1998), *A survey of Shareholders activism: Motivation and Empirical Evidence*”, Tập san Contemporary Finance Digest, 2(3), 10 – 34.
14. Muhammad, A. (2018), *Impact Of Corporate Governance On Firm's Financial Performance (A Comparative Study Of Developed And Non Developed Markets)*, Journal of Business Management and Economic Research, 2(1), 15 – 30.
15. OECD. (2004), *Các nguyên tắc Quản trị Công ty của OECD*.

16. Odiwo, W. O., Rev, F, C, C, S., Kifordu, A, A. (2016), *The Impact of Corporate Governance on the Performance of Manufacturing Firms in Nigeria*, International Journal of Science and Research, 924 - 933.
17. Priyanka, A. (2013), *Impact of Corporate Governance on Corporate Financial Performance*, Journal of Business and Management, 13(3), 1 – 5.
18. Pooja, G., Aarti, M, S. (2014), *A study of the impact of corporate governance practices on firm performance in Indian and South Korean companies*, Procedia - Social and Behavioral Sciences 133, 4 – 11.
19. Mohan, M, G., Marimuthu. (2015), *A study on the impact of corporate governance on financial*, Journal on management studies, 30 – 33.
20. Igor, T. (2013), *Impact of corporate governance on performance on of companies*, Montenegrin Journal of economics, 9(2), 47 – 53.
21. Shleifer, A., Robert, W, V. (1997), *A survey of Corporate Governance*, The Journal of Finance, LII(2), 736 – 783.

**CHUYÊN MỤC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐHQGHN**

Số 02.2020

Khoa Kinh tế Quốc tế

**ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH
ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN
THÁI BÌNH DƯƠNG - CPTPP TỐI XUẤT
KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM:
CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH SMART**

**Nguyễn Công Diệu Phương, Lê Thị Vân Anh,
Vũ Ngọc Bảo**

1974

Cộng Đồng Sinh Viên Kinh Tế Nghiên Cứu Khoa Học (RCES)
E-mail: rces.info@gmail.com
Website: rces.info
Facebook: facebook.com/RCES.info

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG – CPTPP TÓI XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH SMART

Nguyễn Công Diệu Phương*, Vũ Ngọc Bảo, Lê Thị Vân Anh

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, 144

Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt: Thông qua việc phân tích và đánh giá về tác động của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương – CPTPP tới xuất khẩu hàng Dệt may của Việt Nam với cách tiếp cận từ mô hình SMART, cùng với đó là chỉ ra những cơ hội, thách thức từ Hiệp định CPTPP, nghiên cứu nhằm mục đích đưa ra các hàm ý cho ngành Dệt may của Việt Nam.

Từ khóa: Tác động của FTA, hiệp định CPTPP, cắt giảm thuế quan, xuất khẩu, dệt may, mô hình SMART.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Là một trong những hiệp định thương mại tự do có mức mở cửa mạnh nhất từ trước tới nay, đồng thời cũng bao gồm các tiêu chuẩn cao bao trùm nhiều khía cạnh, tham gia CPTPP một mặt mang lại cho Việt Nam nhiều lợi ích và cơ hội, kỳ vọng mang tới những tác động tích cực cho thương mại và đặc biệt là ngành dệt may. Từ khi còn là hiệp định TPP đã có rất nhiều các nghiên cứu đánh giá mức độ tác động của TPP đối với ngành dệt may của Việt Nam, tuy nhiên khi Mỹ rút khỏi TPP và hiệp định CPTPP được hình thành. Chắc hẳn những tác động của hiệp định sẽ có những thay đổi nhiều. Nhận thấy việc nghiên cứu về tác động của CPTPP là vô cùng quan trọng đối với ngành dệt may trong khi còn hạn chế, vì vậy nhóm tác giả chọn đề tài “Đánh giá tác động của CPTPP tới xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam” để giải quyết bài toán làm sao để biến những thách thức thành những cơ hội, từ đó đưa ra những giải pháp kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu ngành dệt may Việt Nam trong năm 2019 và những năm sau.

2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

* Tác giả liên hệ: 033 559 0729
Email: 219.dieuphuong@gmail.com

Bài nghiên cứu nhằm phân tích tác động của hiệp định CPTPP đặc biệt là việc cắt giảm thuế quan tới hoạt động xuất khẩu dệt may của Việt Nam. Trên cơ sở phân tích đặc điểm, nội dung chính của Hiệp định, cơ hội và thách thức từ đó dự báo triển vọng phát triển của ngành dệt may Việt Nam khi tham gia hiệp định. Từ đó đưa ra các giải pháp và kiến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của ngành dệt may Việt Nam.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đối với bài nghiên cứu này nhóm chúng tôi sử dụng mô hình SMART để tập trung đánh giá tác động của cắt giảm thuế quan đến xuất khẩu dệt may Việt Nam. Ưu điểm của mô hình là số liệu đầu vào đơn giản hơn mô hình CGE và đánh giá tốt tác động của sự thay đổi thuế đến các giá trị về tạo lập thương mại và chênh hướng thương mại. Hơn thế nữa, ưu điểm nữa của mô hình là giúp tập trung quan sát, đưa ra những nhận định về thay đổi thương mại trong từng mặt hàng hay cụ thể là, nhận diện các cơ hội, thách thức cho doanh nghiệp trong một ngành. Nhược điểm của mô hình là không tính đến sự tác động qua lại giữa các thị trường và các yếu tố sản xuất.

4. CƠ SỞ LÝ LUẬN

Cơ sở lý luận về tác động của Hiệp định thương mại tự do

Khái niệm, phân loại, nội dung của Hiệp định thương mại tự do

4.1.1.1. Khái niệm Hiệp định thương mại tự do (FTA)

Khái niệm truyền thống

Hiệp định thương mại tự do (FTA) là một thỏa thuận giữa hai hay nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ nhằm mục đích tự do hóa thương mại về một hoặc một số nhóm mặt hàng nào đó bằng việc cắt giảm thuế quan, có các quy định tạo thuận lợi cho trao đổi hàng hóa, dịch vụ và đầu tư giữa các thành viên.

Khái niệm hiện đại

Hiệp định thương mại tự do hiện đại (FTA hiện đại) hay Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTA thế hệ mới) thường đi xa hơn phạm vi loại bỏ thuế quan, hàng rào phi thuế quan và bao gồm nhiều vấn đề rộng hơn cả cam kết trong khuôn khổ GATT/WTO cũng như một loạt vấn đề thương mại mới mà WTO chưa có quy định.

Phân loại Hiệp định thương mại tự do (FTA)

Không có tiêu chí thống nhất hay định nghĩa chính xác để phân loại các FTA. Trên thực tế, việc phân loại các FTA được thực hiện theo các tiêu chí thông dụng như số lượng thành viên. Căn cứ vào số lượng các thành viên tham gia, gồm: FTA song phương, FTA khu vực, FTA hỗn hợp, FTA đa phương. Ngoài ra, FTA còn được phân chia thành: FTA Bắc - Bắc; FTA Bắc - Nam và FTA Nam - Nam.

Nội dung của Hiệp định thương mại tự do (FTA)

Thương mại hàng hóa

- Ưu đãi thuế quan (thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu): thường là một Danh mục liệt kê các dòng thuế được loại bỏ và lộ trình loại bỏ thuế (loại bỏ ngay hay sau một số năm)
- Quy tắc xuất xứ: bao gồm các cam kết về điều kiện xuất xứ để được hưởng ưu đãi thuế quan và thủ tục chứng nhận xuất xứ
- Loại bỏ hoặc cắt giảm các hàng rào phi thuế quan: gồm các cam kết ràng buộc, hạn chế các biện pháp hạn chế/cấm xuất nhập khẩu, giấy phép xuất khẩu, hàng rào kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm, chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ

Các nội dung khác của Hiệp định thương mại tự do (FTA)

Các FTA hiện đại còn thêm các cam kết về một số lĩnh vực khác như thương mại dịch vụ, đầu tư, mua sắm chính phủ, sở hữu trí tuệ, chính sách cạnh tranh, phát triển bền vững, lao động và môi trường.

Tác động của Hiệp định thương mại tự do tới xuất khẩu

Tác động tinh

Tạo lập thương mại (Trade Creation) hay Tác động Tạo lập thương mại (Trade Creation Effect) có thể hiểu là sự gia tăng thương mại giữa các quốc gia thành viên của các khối thương mại, khi khối thương mại được hình thành hay mở rộng.

Chuyển hướng thương mại là một thuật ngữ kinh tế liên quan đến kinh tế quốc tế, trong đó thương mại được chuyển hướng từ nhà cung cấp hay nhà xuất khẩu hiệu quả hơn bên ngoài FTA, sang nhà cung cấp, nhà xuất khẩu kém hiệu quả hơn trong FTA bằng cách hình thành hiệp định thương mại tự do hoặc liên minh thuế quan.

Tác động động

Tác động động của FTA chủ yếu nhất của FTA gồm:

- Tăng năng suất trên cơ sở khai thác tính kinh tế của quy mô
- Cạnh tranh, chuyên môn hóa sản xuất và tính hiệu quả
- Thúc đẩy đầu tư
- Các tác động khác: thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm và phát triển bền vững; tạo ra cơ hội hài hoà hóa các chính sách kinh tế vĩ mô; tạo sức ép cải cách, hoàn thiện hệ thống pháp lý

Cam kết cắt giảm thuế quan đối với hàng Dệt may trong Hiệp định CPTPP

Trong tổng thể, các cam kết thuế quan đối với dệt may của các nước được phân theo 03 nhóm:

- Xóa bỏ thuế quan ngay khi CPTPP có hiệu lực với phần lớn các dòng thuế quan đối với dệt may ngay sau khi CPTPP có hiệu lực
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế quan theo lộ trình với một số sản phẩm dệt may nhất định (từ 3-16 năm tùy sản phẩm, tùy đối tác)
- Không cam kết thuế quan - giữ nguyên ở mức thuế MFN (đại diện Nhật Bản, với 05 sản phẩm dệt may)

Cam kết thuế quan của Australia và New Zealand

Trong CPTPP, Australia có cam kết thuế quan với các mặt hàng dệt may của Việt Nam như sau:

- Xóa bỏ thuế quan ngay khi CPTPP có hiệu lực với 745/911 (tương đương khoảng 81,8%) dòng thuế dệt may của Việt Nam
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 3-4 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 166 dòng thuế còn lại, cụ thể:
 - Lộ trình 3 năm với 22/911 dòng thuế (quần áo đồng bộ từ sợi tổng hợp, áo jacket và áo khoác thể thao, các loại áo ngủ và bộ pyjama, bộ quần áo thể thao từ bông hoặc sợi tổng hợp...).
 - Lộ trình 4 năm với 144/911 dòng thuế, chủ yếu thuộc các mặt hàng may mặc.

Trong CPTPP, New Zealand có cam kết thuế quan với các mặt hàng dệt may của Việt Nam như sau:

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi CPTPP có hiệu lực với 851/1045 (tương đương khoảng 81,4%) dòng thuế dệt may của Việt Nam.
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 5-7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 194 dòng thuế còn lại, cụ thể:
 - Lộ trình 5 năm với 58/1045 dòng thuế ví dụ như len lông cừu bán lẻ có tỷ trọng lông cừu 85% trở lên; sản phẩm dệt từ sợi filament nhân tạo có trọng lượng trên 25 g/m² nhưng không quá 70 g/m²; thảm lông cừu hoặc lông động vật loại mịn, không có cấu tạo vòng lông, chưa hoàn thiện; vải dệt ngâm tẩm với poly;...
 - Lộ trình 7 năm với 134/1045 dòng thuế ví dụ như len lông cừu chải thô dùng để sản xuất thảm; các loại vải dệt phủ tường; áo jacket và áo khoác thể thao; áo váy dài; các loại váy và quần váy; quần dài, quần ông chẽn và quần soóc từ bông; áo phông;...
 - NZ-Parts với 2 dòng thuế mã HS 6117.90.00 (các chi tiết của cà vạt, nơ con bướm và caravat) và 6217.90.00 (các chi tiết của quần áo hoặc của hàng may mặc phụ trợ, trừ các loại thuộc nhóm 62.12) - áp dụng mức thuế và lộ trình như thành phẩm sử dụng các nguyên liệu này

Cam kết thuế quan của Canada

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi CPTPP có hiệu lực với 1068/1203 (tương đương khoảng 88,8%) dòng thuế dệt may của Việt Nam.
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 4-6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 135 dòng thuế còn lại, cụ thể:
 - Lộ trình 4 năm với 107/1203 dòng thuế, chủ yếu thuộc về mặt hàng may mặc
 - Lộ trình 6 năm với 28/1203 dòng thuế (thảm và các loại hàng dệt trải sàn)

Cam kết thuế quan của Brunei, Malaysia, Singapore

Trong CPTPP, Singapore cam kết xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực đối với tất cả các sản phẩm dệt may của Việt Nam.

Trong CPTPP, Brunei có cam kết thuế quan với dệt may Việt Nam như sau:

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu với 1027/1079 (tương đương khoảng 95,2%) dòng thuế dệt may của Việt Nam ngay khi CPTPP có hiệu lực

- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 52 dòng thuế còn lại (Thảm và hàng dệt trải sàn khác...)

Trong CPTPP, Malaysia có cam kết thuế quan với các mặt hàng dệt may của Việt Nam như sau:

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu với 1019/1025 (tương đương 99,4%) dòng thuế dệt may của Việt Nam ngay khi CPTPP có hiệu lực
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 6 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 6 dòng thuế (chỉ khâu làm từ xơ staple tổng hợp hoặc tái tạo...)

Cam kết thuế quan của Chile

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu với 828/952 (tương đương khoảng 87%) dòng thuế dệt may của Việt Nam ngay khi CPTPP có hiệu lực
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 4-8 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 124 dòng thuế còn lại

Cam kết thuế quan của Mexico

Mexico chỉ xóa bỏ thuế quan ngay đối với khoảng trên 1/4 tổng số dòng thuế, còn lại xóa bỏ theo lộ trình dài, hầu hết là 10 đến 16 năm. Cụ thể:

- Xóa bỏ thuế quan ngay khi CPTPP có hiệu lực đối với 345/1251 (tương đương 27,6%) dòng thuế, hầu hết là các sản phẩm dệt và nguyên liệu dệt may
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế quan theo lộ trình 5-16 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 906 (tương đương 72,4%) dòng thuế còn lại

Cam kết của Peru

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi CPTPP có hiệu lực với 128/964 (tương đương 13,3%) dòng thuế dệt may của Việt Nam
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 6-16 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 836 dòng thuế (tương đương 86.7%), cụ thể:
 - Lộ trình 6 năm với 108/964 dòng thuế Lộ trình 11 năm với 173/964 dòng thuế Lộ trình 16 năm với 555/964 dòng thuế
 - Lộ trình 11 năm với 173/964 dòng thuế
 - Lộ trình 16 năm với 555/964 dòng thuế

Hiện Peru chưa phê chuẩn CPTPP, vì vậy các cam kết này chưa có hiệu lực.

Cam kết thuế quan của Nhật Bản

- Xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi CPTPP có hiệu lực với 1946/1975 (tương đương 98,5%) dòng thuế dệt may của Việt Nam
- Cắt giảm và xóa bỏ thuế theo lộ trình 11 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực với 24/1975 dòng thuế thuộc các Chương 61, 62 (tơ tằm kén, các chi tiết của quần áo, tơ obi...)
- Giữ nguyên mức thuế MFN với 5/1975 dòng thuế có mã HS 500100.010, 500200.211, 500200.215, 500200.216, 500200.217 thuộc 02 Phân nhóm kén tơ tằm và tơ tằm thô (chưa se)

Lộ trình cắt giảm thuế quan thực tế của các nước Thành viên đã phê chuẩn CPTPP

Để xác định mức thuế tối đa và lộ trình cắt giảm thuế bắt buộc của từng nước thành viên CPTPP cần căn cứ vào thời điểm có hiệu lực chung của CPTPP (thời điểm đủ 6 nước thành viên ban đầu phê chuẩn CPTPP), thời điểm có hiệu lực của CPTPP với từng nước phê chuẩn sau, và thỏa thuận giữa nước phê chuẩn ban đầu với nước phê chuẩn sau.

Cụ thể, tính đến ngày 30/10/2019 đã có 07 nước phê chuẩn CPTPP, trong đó:

- 06 nước phê chuẩn ban đầu là Australia, Canada, New Zealand, Nhật Bản, Mexico, Singapore: CPTPP chính thức có hiệu lực đối với các nước này từ ngày 30/12/2018.
- Việt Nam là nước thứ 7 phê chuẩn CPTPP: Hiệp định có hiệu lực đối với Việt Nam từ ngày 14/01/2019.

Cam kết CPTPP sẽ chưa áp dụng đối với các nước Thành viên chưa phê chuẩn CPTPP (và CPTPP chưa có hiệu lực với các nước này).

5. ĐÁNH GIÁ TÁCH ĐỘNG CỦA CPTPP ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH SMART

Mô hình SMART được dùng để đánh giá xem việc cắt giảm thuế quan trong CPTPP tác động đến giá xuất khẩu dệt may Việt Nam như thế nào. Ở bài nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu sẽ sử dụng kịch bản là thuế mặt hàng dệt may giữa các nước sẽ về 0% khi tham gia CPTPP.

Bảng 1: Tổng quan sự thay đổi trong xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam với các nước CPTPP

Tên	Giá trị
Giá trị xuất khẩu ban đầu (Nghìn USD)	6.431.659
Giá trị xuất khẩu khi thuế về 0% (Nghìn USD)	6.931.642
Tổng giá trị xuất khẩu thay đổi (Nghìn USD)	499.983
Tạo lập thương mại (Nghìn USD)	233.341
Chêch hướng thương mại (Nghìn USD)	266.642
Tăng xuất khẩu (%)	7,8
Giá trị tạo lập/Tổng giá trị xuất khẩu thay đổi (%)	46,67

Nguồn: Tính toán của tác giả từ kết quả mô hình SMART

Khi thuế quan mặt hàng dệt may về 0%, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt 693,1642 triệu USD tăng 7,8%. Sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu này có thể lý giải bởi 2 nguyên nhân chính. Một là hàng dệt may của Việt Nam thường rẻ hơn so với những quốc gia khác.Thêm vào đó khi thuế xuất khẩu giảm đi sẽ càng làm giá hàng dệt may của chúng ta giảm đi và từ đó hàng hóa của chúng sẽ có tính cạnh tranh cao hơn với và có thể thay thế hàng hóa của nước nhập khẩu (tạo lập thương mại) cũng như là hàng hóa từ các nước khác (chêch hướng thương mại). Nhìn từ bảng 6.1, xuất khẩu dệt may Việt Nam sẽ tạo ra 233,341 triệu USD giá trị tạo lập thương mại chiếm 46,47 tổng tác động, cũng như 266,642 triệu USD giá trị chêch hướng thương mại.

Bảng 2: Sự thay đổi trong xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam theo quốc gia

STT	Quốc gia	Tổng thay đổi xuất khẩu (Nghìn USD)	Tỷ trọng trong tổng thay đổi xuất khẩu (%)	Tốc độ phát triển (%)
1	Australia	11546,52	2,31	3,5
2	Brunei	0	0	0

3	Canada	322276,085	64,46	34,4
4	Chile	1781,194	0,36	1,9
5	Japan	0	0	0
6	Malaysia	22934,38	4,59	11,5
7	Mexico	123208,9	24,64	41,4
8	New Zealand	5590,623	1,19	12,9
9	Peru	12645,22	2,45	30,8
10	Singapore	0	0	0
	Tổng	499983	100	7,08

Nguồn: Tính toán của tác giả từ kết quả mô hình SMART

Xét trên phương diện quốc gia, chúng ta sẽ được hưởng lợi nhiều nhất từ việc xuất khẩu sang Canada và Mexico với tổng tỷ trọng chiếm đến 91,1% trong tổng giá trị xuất khẩu thay đổi với lần lượt mỗi nước là 332,276 triệu USD và 123,208 triệu USD. Trong khi đó theo kết quả của tác giả từ mô hình smart Nhật Bản, Brunei và Singapore là 3 thị trường mà Việt Nam không được hưởng lợi khi thuế về 0%. Điều này là do Việt Nam đang được hưởng ưu đãi lớn từ thuế quan từ các hiệp định và tổ chức mà Việt Nam có ký kết với các nước này như VJEPA, AJCEP, AEC, ASEAN+3... Trong khi đó Canada, Mexico là 2 trong 3 nước mà Việt Nam chưa có FTA (nước còn lại là Peru ước tính giá trị cũng khá cao như bảng 7.2) và là những thị trường tiềm năng với nền kinh tế phát triển ổn định nên cơ hội cho xuất khẩu dệt may Việt Nam là rất cao.

Bảng 3: Sự thay đổi trong xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam theo nhóm sản phẩm

Nhóm sản phẩm	Tổng xuất khẩu thay đổi (Nghìn USD)	Tỷ trọng trong thay đổi tổng xuất khẩu (%)	Tốc độ phát triển (%)
HS50	0	0	0
HS51	0,215	0,004	0,088
HS52	5930,529	1,186	0,108
HS53	0,004	0	0,002
HS54	6355,928	1,271	1,077
HS55	8631,741	1,725	14,683
HS56	3560,526	0,712	2,483
HS57	666,706	0,133	1,533
HS58	485,492	0,097	3,818
HS59	2667,791	0,534	3,227
HS60	2190,924	0,438	3,688
HS61	238714	47,744	8,237
HS62	215724,698	43,146	7,44
HS63	15053,924	3,01	2,801
Tổng	499983	100	7,8

Nguồn: Tính toán của tác giả từ kết quả mô hình SMART

Về các mặt hàng trong dệt may 2 nhóm HS 61 (quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc) và HS 62 (Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc) chiếm giá trị nhiều nhất trong tổng thay đổi xuất khẩu của Việt Nam. Đây là 2 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của dệt may Việt Nam chiếm 90,9 % trong tổng giá trị xuất khẩu. Các mặt hàng khác chiếm tỷ trọng nhỏ hoặc không đáng kể (HS 50, HS 53).

Bảng 4. Năm mặt hàng có giá trị xuất khẩu tăng lớn nhất

Mặt hàng	Mô Tả	Giá trị tăng thêm (nghìn USD)	Tốc độ tăng (%)
620193	Áo ngoài có mũ trùm hoặc loại tương tự, dùng cho nam giới/ bé trai, từ sợi nhân tạo, không dệt kim hoặc móc	39865,08	30,39
620293	Áo ngoài có mũ trùm hoặc loại tương tự, dùng cho nữ giới/ bé gái, không dệt kim hoặc móc, từ sợi nhân tạo	45816,122	39,29
611020	Áo, chui đầu, áo len, áo gilê và các sản phẩm tương tự bằng cotton, dệt kim hoặc móc ...	53774,485	33,18
611030	Áo, chui đầu, áo len, áo gilê và các sản phẩm tương tự, bằng sợi nhân tạo, dệt kim ...	44238,607	37,06
610443	Quần áo sợi tổng hợp, dệt kim hoặc móc của phụ nữ hoặc trẻ em gái (không bao gồm váy lót)	43918,11	64,83

Nguồn: Thu thập của tác giả

Bảng 5: Tác động Tạo lập thương mại và Chêch hướng thương mại trong CPTPP

Quốc gia	Giá trị thương mại tạo lập	Tỉ lệ trong tổng tạo lập thương mại (%)	Tổng ảnh hưởng thương mại	Giá trị chêch hướng thương mại	Tỉ lệ của tổng tạo lập thương mại trong tổng ảnh

	(Nghìn USD)		(Nghìn USD)	(Nghìn USD)	hướng thương mại (%)
Australia	5605,268	2,402	11547,52	5941,25	48,54
Brunei	0	0	0	0	0
Canada	149486,5	64,064	322276,085	172789,6	46,385
Chile	724,1316	0,31	1781,194	1057,063	40,654
Japan	0	0	0	0	0
Malaysia	12901,51	5,529	22934,38	10032,87	56,254
Mexico	53790,95	23,053	123208,9	69417,92	43,658
New Zealand	2376,893	1,019	5590,623	3213,731	42,516
Peru	8455,406	3,623	12645,22	4189,817	68,866
Singapore	0	0	0	0	0
Tổng	233341	100	499983	266642	46,47

Nguồn: Tính toán của tác giả từ kết quả mô hình SMART

Từ bảng 4 ta thấy chênh hướng thương mại đạt 266,642 triệu USD trong khi đó tạo lập thương mại đạt 233,341 triệu USD. Điều đó cho thấy rằng chúng ta gia tăng xuất khẩu sang các nước CPTPP phần lớn là do chúng ta tăng sức cạnh tranh về giá với các nước khác trong nhóm CPTPP khi thuế về 0%. Canada và Mexico tiếp tục là 2 quốc gia chiếm tỉ lệ lớn nhất trong tạo lập thương mại với lần lượt với 64,06% và 23,05%. Trong 10 nước này chỉ có 2 nước có giá trị tạo lập thương mại lớn hơn chênh hướng thương mại là Peru 8,455 triệu USD chiếm 68,86% tổng ảnh hưởng thương mại, và Malaysia đạt 12,901 triệu USD chiếm 56,25%.

Bảng 6. Top 5 quốc gia bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi chênh hướng thương mại

Quốc Gia	Giá trị chênh hướng thương mại (Nghìn USD)
China	-123072,79
India	-10391,856
US	-6932,843
Turkey	-5004,602
Italy	-4646,812

7. MỘT SỐ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

7.1. Một số hàm ý đối với Chính phủ

Thứ nhất, cần rà soát lại các quy định pháp luật của Việt Nam liên quan đến CPTPP để xây dựng kế hoạch điều chỉnh, sửa đổi với tầm nhìn 10 năm tới.

Thứ hai, rà soát, xác định định những lĩnh vực kinh tế bị tác động mạnh khi thực hiện các cam kết CPTPP để có biện pháp hỗ trợ hợp lý theo thông lệ quốc tế.

Thứ ba, có các giải pháp hỗ trợ đối với khu vực sản xuất trong nước.

7.2. Một số hàm ý đối với doanh nghiệp

Tìm hiểu cam kết thuế quan của từng nước thành viên CPTPP trong Phụ lục 2-D thuộc Chương 2 – Đối xử quốc gia và mở cửa thị trường hàng hóa của Hiệp định.

Bên cạnh CPTPP, doanh nghiệp cần tìm hiểu cả các cam kết thuế quan trong các FTA khác liên quan để lựa chọn FTA có lợi nhất về thuế quan cho mình (cùng với điều kiện về xuất xứ thích hợp nhất).

Tìm hiểu các quy tắc và thủ tục chứng nhận xuất xứ để được hưởng ưu đãi thuế quan CPTPP trong Chương 4 – Dệt may.

Tìm hiểu các vấn đề liên quan khác như Hải quan và Tạo thuận lợi thương mại (Chương 5), Phòng vệ thương mại (Chương 6), TBT (Chương 8).

Nâng cao năng lực cạnh tranh là giải pháp bền vững cho doanh nghiệp dệt may Việt Nam, không chỉ trong tận dụng các cơ hội từ CPTPP hay từ các FTA khác mà còn bảo đảm sự phát triển ổn định, ứng phó hiệu quả với các thách thức nói chung từ hội nhập.

8. KẾT LUẬN

Bài nghiên cứu đã cung cấp hệ thống cơ sở lý thuyết về tác động của hiệp định thương mại tự do và phân tích tác động của CPTPP đặc biệt là cắt giảm thuế quan đến xuất khẩu dệt may Việt Nam thông qua ứng dụng mô hình SMART về các khía cạnh tỉ trọng, tốc độ phát triển, tác động tạo lập thương mại, chênh hướng thương mại, cơ cấu theo nhóm ngành và thị trường. Hạn chế của đóng góp kết quả từ mô hình đã bỏ qua sự tác động qua lại giữa các thị trường cũng như một số yếu tố sản xuất như vốn, lao động...Nhóm cũng chưa đi sâu vào nghiên cứu tác động của hiệp định đến phúc lợi xã hội và doanh thu thuế chính phủ. Các nghiên cứu mới có thể nghiên cứu các mặt hàng khác hoặc thêm những FTA khác để đánh giá tác động của chúng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Từ Thúy Anh và Lê Minh Ngọc (2015), *Thách thức của Việt Nam khi hội nhập toàn diện ASEAN +6: Phân tích ngành hàng*, Tạp chí kinh tế phát triển, số 212.
2. Từ Thúy Anh (2013), *Giáo trình kinh tế học quốc tế*, Nhà xuất bản Thông kê, Hà Nội.
3. TS. Ngô Tuấn Anh (2018), *Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP): Những cơ hội và thách thức đặt ra đối với Việt Nam*, bài nghiên cứu trong khuôn khổ Diễn đàn Hội nhập Kinh tế Quốc tế Việt Nam 2018.
4. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *Cẩm nang doanh nghiệp: Tổng hợp Cam kết trong các Hiệp định Thương mại tự do (FTA) đối với ngành dệt may*, được đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 07 tháng 02 năm 2020.
5. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *Cơ hội nào của doanh nghiệp dệt may trong EVFTA?*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI).

6. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2017), *EVFTA và Ngành Dệt may, giày dép Việt Nam*, Bản báo cáo đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI).
7. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2017), *Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-EU (EVFTA): Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 24 tháng 04 năm 2017.
8. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *Một năm thực thi CPTPP: Xuất khẩu tăng chưa đúng kỳ vọng*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 10 tháng 01 năm 2020.
9. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *Sổ tay doanh nghiệp: Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Ngành Dệt may Việt Nam*, được đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) tháng 11 năm 2019.
10. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2019), *Tác động của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới với kinh tế Việt Nam*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 04 tháng 01 năm 2019.
11. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *Tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 2/2020*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 02 tháng 02 năm 2020.
12. Ban thư ký - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) (2020), *1 năm CPTPP hiệu lực: Doanh nghiệp có tận dụng được cơ hội?*, bài đăng trên website chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và Hội nhập (VCCI) ngày 15 tháng 01 năm 2020.

13. Bộ Tài Chính (2006), *Hỏi đáp về thuế suất trong ACFTA*.
14. Bộ Công Thương (2018). *Toàn văn hiệp định đối tác và toàn diện xuyên Thái Bình Dương – CPTPP*.
15. Bùi Hồng Cường (2016), *Tự do hóa thương mại trong khuôn khổ cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) và tác động tới thương mại quốc tế của Việt Nam*.
16. Thủy Chung (2019), *Thị trường xuất khẩu hàng dệt may 5 tháng đầu năm 2019*, bài đăng trên Công Thông tin điện tử của Trung Tâm Thông Tin Công nghiệp và Thương Mại - Bộ Công Thương (VITIC) (Vinanet) ngày 11 tháng 07 năm 2019.
17. Lê Ngọc Hân (2016), *Những tác động đến nền kinh tế Việt Nam – từ Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Ấn Độ* (AIFTA).
18. Vũ Thanh Hương (2017), *Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU: Tác động tới thương mại hàng hóa hai bên và hàm ý cho Việt Nam*.
19. Vũ Thanh Hương và Nguyễn Thị Minh Phương (2015), *Hiệp định thương mại Việt Nam - EU: Cơ hội song hành cùng thách thức*, Trong Nguyễn Anh Thu & Stoffers Andreas, *Triển vọng đối với Việt Nam và Đức trong bối cảnh hội nhập kinh tế ASEAN và EU* (trang 71-82), Hà Nội, Việt Nam: Nhà Xuất Bản Tri thức.
20. Vũ Thanh Hương và Nguyễn Thị Minh Phương (2016), *Đánh giá theo ngành của hiệp định thương mại tự do Việt Nam –EU: sử dụng chỉ số thương mại*, Chuyên san kinh tế và kinh doanh.
21. Uyên Hương (2019), *CPTPP mở cơ hội xuất khẩu lớn sang thị trường Nhật Bản*, bài báo đăng bởi Trang Thông tin điện tử của Ban biên tập Tin Kinh tế (BNEWS), thuộc Thông tấn xã Việt Nam, ngày 09 tháng 07 năm 2019.
22. Hà Văn Hội (2015), *Tham gia TPP Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu gạo của Việt Nam*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, Tập 31, Số 1, p. 1-10; 2588-1108.
23. GS-TSKH. Nguyễn Mại (2020), *Nhìn lại một năm thực hiện CPTPP*, bài báo đăng bởi Báo Đầu tư điện tử, thuộc nhóm báo của Báo Đầu tư - Cơ quan của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, ngày 04 tháng 02 năm 2020.

24. Phùng Xuân Nhạ và cộng sự (2015), *Dự báo tác động của Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương tới đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, Tập 32, Số 1 (2016) 1-10.
25. Phạm Duy Nghĩa (2013), *Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP): Cơ hội nào cho Việt Nam*, NXB Thời đại Thành phố Hồ Chí Minh.
26. Nguyễn Thị Nhiễu và cộng sự (2008), *Tác động của Hiệp định thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA) tới quan hệ thương mại Việt Nam - Hàn Quốc*.
27. Nguyễn Thị Oanh (2019), *Việt Nam tham gia Hiệp định CPTPP: Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam*.
28. Nguyễn Anh Thu và cộng sự (2015), *Tác động của Cộng đồng Kinh tế ASEAN đến thương mại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, Tập 31, Số 4 (2015) 39-50.
29. Lê Thị Thu Trang (2015), *Tác động của hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (VEFTA) đến thương mại hàng dệt may của Việt Nam*.
30. Nguyễn Thị Thùy Trang (2016), *Ảnh hưởng của các nhân tố tới xuất khẩu thủy sản Việt Nam đến các nước thành viên TPP*.
31. Nguyễn Anh Tuấn (2014), *Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và tác động tới Việt Nam*, Nhà xuất bản chính trị quốc gia sự thật.
32. Hà Duy Tùng (2019), *Cam kết thuế của Việt Nam trong CPTPP – những vấn đề đặt ra*.
33. VCCI (2012), *Giới thiệu tóm lược về hiệp định Thương mại Xuyên Thái Bình Dương TPP và hiệp định thương mại tự do với EU*.
34. VCCI (2018), *Tổng quan và cam kết thuế quan trong CPTPP*.
35. VCCI (2019), *Cơ hội thị trường Australia cho Việt Nam từ CPTPP và các FTA liên quan*.
36. VCCI (2019), *Cẩm nang Tóm lược Hiệp định Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)*.
37. VCCI (2018 - 2019), *Bản tin Doanh nghiệp và Tự do hóa thương mại số 13 – 14 – 15*.

38. World Bank (2018), *Tác động kinh tế và phân bổ thu nhập của Hiệp định CPTPP đối với Việt Nam.*
39. Hoàng Yên (2019), *Nhìn lại một năm thực hiện CPTPP*, bài báo đăng bởi Báo điện tử Người tiêu dùng, thuộc Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ Người tiêu dùng Việt Nam, ngày 15 tháng 12 năm 2019.
40. Hà Văn Hội (2012), *Agreement on Trans-Pacific Partners: Opportunities and Challenges for Vietnam's Export*, The conference TPP Foreign Trade University, Hanoi.
41. Vu Thanh Huong (2016), *Assessing potential impacts of the EVFTA on Vietnam's pharmaceutical imports from the EU: an application of SMART analysis.*
42. Vu Thanh Huong, Pham Cat Lam (2016). "A dynamic approach to assess international competitiveness of Vietnam's garment and textile industry".
43. Vu Thanh Huong, Pham Minh Tuyet (2017), *An application of the SMART model to assess impacts of the EVFTA on Vietnam's imports of automobilies from the EU*", VNU Journal of Science: Economics and Business, Vol 33, No. 2, 2017, page 1-13.
44. Veena Jha và cộng sự (2011), *Đánh giá tác động của hiệp định thương mại ASEAN - Hàn Quốc tới nền kinh tế của Việt Nam.*



CỘNG ĐỒNG SINH VIÊN KINH TẾ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Website: rces.info

E-mail: rces.info@gmail.com

Facebook: facebook.com/RCES.info